

ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

โดย

นายธีรชัย ชูติมันต์

ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ ๒๖

ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๖-๒๕๕๗

บทคัดย่อ

เรื่อง ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นายธีรชัย ชุตินันต์

หลักสูตร ปรอ.

รุ่นที่ ๒๖

การวิจัยเรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาโดยการทบทวนเอกสารจากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการออกแบบสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการร้านค้าชุมชนเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของสังคมไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า เพื่อศึกษาการดำเนินงานร้านค้าชุมชนเพื่อศึกษาถึงผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ๒ กลุ่ม คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน ๒๐ คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในจังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งสิ้น ๑๐ คน การใช้พื้นที่ ในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์หมื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี วิธีดำเนินการวิจัย โดยแบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยผู้วิจัยได้แบ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) จำนวน ๒๐ คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) รวมทั้งสิ้น ๑๐ คน ผลการวิจัย การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ เป็นการพัฒนาที่เน้นความเป็นชุมชน ให้มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้และเคลื่อนไหวภายใต้การให้ความสำคัญกับความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นหรือเมือง และข้อเสนอแนะ ร้านค้าชุมชนต้องเป็นผู้ดำเนินการให้มีการจัดทำแผนชีวิตโดยเริ่มจากการทำบัญชีรายรับและรายจ่าย เงินออม หนี้สินในระบบและนอกระบบ รายจ่ายของครอบครัวและรายจ่ายเพื่อความบันเทิงและอบายมุข ใน ๓ ระดับ คือ ระดับบุคคล ระดับครอบครัว ระดับชุมชน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในการใช้จ่ายในทุกระดับ

คำนำ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน (ปรอ.) รุ่นที่ ๒๖ ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๖ – ๒๕๕๗ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ เพื่อศึกษาการดำเนินงานร้านค้าชุมชน เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะต่อการกำหนดนโยบายการค้ากับ ควบคุมและดูแลระบบร้านค้าชุมชน เพื่อพัฒนาระบบร้านค้าชุมชนของไทยให้เป็นระบบที่เข้มแข็งอันจะส่งเสริมต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากเอกสารเอกสารจาก หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการออกแบบสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการร้านค้าชุมชน เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของสังคมไทย ที่มีผู้จัดทำไว้แต่ในอดีตเป็นสำคัญ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำการศึกษาวิจัยเล่มนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาวิจัยเล่มนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย

(นายธีรชัย ชุตินันต์)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร ปรอ. รุ่นที่ ๒๖

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภาพ	ช
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
ขอบเขตของการวิจัย	๔
วิธีดำเนินการวิจัย	๕
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๖
คำจำกัดความ	๗
บทที่ ๒ การดำเนินงานร้านค้าชุมชน	๘
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับร้านค้าชุมชน	๘
การดำเนินงานร้านค้าชุมชน	๒๑
การบริหารงานร้านค้าชุมชน	๓๒
แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน	๕๕
ข้อมูลพื้นฐานของร้านค้าชุมชน ในจังหวัดกาญจนบุรี	๗๖
งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง	๘๑
สรุป	๘๗

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ ๓ ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	
ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน	๕๕
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	๕๕
ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	
ที่มีต่อการดำเนินงานร้านค้าชุมชน	๑๒๕
ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	
ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจร้านค้าชุมชน	๑๓๔
การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ	๑๔๒
งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้อง	๑๕๔
สรุป	๑๖๕
บทที่ ๔ ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	๑๗๑
วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร	๑๗๑
วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์	๑๘๒
สรุป	๒๑๒
บทที่ ๕ สรุป และข้อเสนอแนะ	๒๑๓
สรุป	๒๑๓
ข้อเสนอแนะ	๒๑๖
บรรณานุกรม	๒๑๕
ภาคผนวก	๒๒๖
ผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	๒๒๗
ผนวก ข รายงานผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก	๒๓๐
ผนวก ค รายงานผู้ทรงคุณวุฒิการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)	๒๓๒
ผนวก ง ประมวลภาพการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)	๒๓๔
ผนวก จ ประมวลภาพการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)	๒๓๗
ผนวก ฉ ข้อมูลลงรายงานผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)	๒๓๕
ประวัติย่อผู้วิจัย	๒๔๐

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
๒-๑	แสดงการจัดสรรการเงินของกลุ่มร้านค้าชุมชน ๓๑
๒-๒	บันไดของลักษณะการมีส่วนร่วม ๘ ชั้น ๓๑
๒-๓	กลุ่มอาชีพต่างๆ ประจำหมู่บ้านที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ๓๘
๒-๔	จำนวนหมู่บ้านในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย ๘๒
๓-๑	เปรียบเทียบลักษณะการทำธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประเภทต่าง ๆ ๑๐๕
๓-๒	การลงทุนของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ๑๑๐
๔-๑	ความถี่ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชน ๑๕๘
๔-๒	ความถี่ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ๒๐๕
๔-๓	ความถี่ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ๒๑๑

สารบัญแผนภาพ

ตารางที่	หน้า	
๒-๑	แบบจำลองทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory Model)	๒๐
๒-๒	ประเภทของรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วม ๖ รูปแบบ	๖๒
๔-๑	หนองสาหร่ายเป็นชุมชนต้นแบบในการพึ่งตัวเอง	๑๘๓
๔-๒	สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย	๑๘๓
๔-๓	หนองสาหร่ายเป็นชุมชนต้นแบบในการพึ่งตัวเอง	๑๘๓
๔-๔	สถาบันการเงินชุมชนตำบล หนองสาหร่าย	๑๘๔
๔-๕	สถาบันการเงินหนองสาหร่าย	๑๘๔
๔-๖	ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ	๑๘๘
๔-๗	สินค้าบริโภคในร้านค้าชุมชน	๑๘๘
๔-๘	สถาบันการเงินร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย	๑๘๙
๔-๙	ร้านจำหน่ายสินค้านักค้าชุมชน	๑๙๐
๔-๑๐	กลุ่มอาชีพเกษตรกร	๑๙๑
๔-๑๑	การจัดการกลุ่มส่งเสริมอาชีพเกษตรกร	๑๙๑
๔-๑๒	นายชัยวัฒน์ ลิ้มปวีร์ ฐานะ ผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี เป็นประธานในพิธีเปิดร้าน โอท็อปชุมชนยิ้ม	๑๙๓
๔-๑๓	นายธีรชัย ชูติมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี เข้าร่วมงานเปิดร้านค้าโอท็อป ชุมชนยิ้ม สาขาท่าเรือพระแท่น	๑๙๓
๔-๑๔	พิธีเปิดร้าน โอท็อปชุมชนยิ้ม	๑๙๔
๔-๑๕	กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน	๑๙๔
๔-๑๖	นายธีรชัย ชูติมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ร่วมชมร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น	๑๙๔
๔-๑๗	นายธีรชัย ชูติมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ร่วมชมร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น	๑๙๕

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
๔-๑๘ นายธีรชัย ชูติมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ร้านค้าชุมชนในเทศบาล ตำบลท่าเสา	๑๕๖
๔-๑๙ สัมภาษณ์ นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง, ประธานศูนย์สาธิตการเกษตร ร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา	๑๕๖
๔-๒๐ การบริหารจัดการร้านค้าชุมชน ในเทศบาลตำบลท่าเสา	๑๕๗
๔-๒๑ สถาบันการเงินร้านค้าชุมชน ในเทศบาลตำบลท่าเสา	๑๕๗

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลมีนโยบายในการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพื่อมิให้เกิดการกระจุกตัวแต่เฉพาะในส่วนกลางเท่านั้น นอกเหนือไปจากการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค ในการพัฒนาประเทศยังได้มีการปรับเปลี่ยน โดยมุ่งเน้นความสำคัญของประชาชนเป็นสำคัญ โดยถือว่า “ประชาชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ซึ่งประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตน ซึ่ง ณ วันนี้ชุมชนหมู่บ้านทุกแห่งต่างได้รับโอกาส ในการบริหารจัดการ/องค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างถูกต้องทุกประเด็น สิ่งสำคัญของแนวคิดการพัฒนาประเทศนี้ ก็เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้สู่ประชาชนให้มากขึ้น เป้าหมายสุดท้ายคือสร้างการอยู่ดีมีสุขให้แก่ประชาชนอย่างยั่งยืน แนวทางหนึ่งที่จะสามารถนำพาชุมชนไปสู่ความเข้มแข็งได้นั้น คือ ชุมชนต้องสามารถจัดการปัญหาธุรกิจได้ด้วยตัวเอง ซึ่งการจัดการปัญหาธุรกิจชุมชนและพัฒนาคำเนินงาน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ ในชุมชนได้นั้น การจัดการดังกล่าวอาจจะอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่ม เช่นองค์กร “ร้านค้าชุมชน”

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกมีมูลค่าการซื้อขายประมาณ ๕๐๐,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี โดยแบ่งเป็นมูลค่าการซื้อขายผ่านร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ร้อยละ ๖๐ หรือคิดเป็นมูลค่า ๓๐๐,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี และ อีกร้อยละ ๔๐ เป็นมูลค่าการซื้อขายผ่านร้านค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) คิดเป็นมูลค่าการซื้อขายประมาณ ๒๐๐,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี โดยร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ได้แก่ ร้านโชห่วย หรือร้านขายของชำตามแหล่งชุมชนต่างๆ มักจะมีระบบการบริหารงานแบบครอบครัว สำหรับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้แก่ ที่อปชูปเปอร์มาร์เก็ต ฟู้ดไลอ้อน บิ๊กซี คาร์ฟูร์ โลตัส และแมคโคร เป็นต้น จะเป็นร้านค้าปลีกที่มีการนำเอาเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ๆ เข้ามาช่วย ในการบริหารงานด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารผลิตภัณฑ์ และการบริหารระบบการจัดจำหน่าย เป็นต้น

สำหรับสถานการณ์ทางการตลาดโดยรวม ๕ เดือนแรกของปี พ.ศ. ๒๕๔๒ ธุรกิจค้าปลีกมีอัตราการเจริญเติบโต ๗-๘% และคาดว่าจะถึงสิ้นปี ๒๕๔๒ ธุรกิจค้าปลีกจะเติบโตถึง ๑๐% โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีแนวโน้มที่จะเติบโตในอัตราเพิ่มขึ้น ในขณะที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) มีแนวโน้มที่จะเติบโตในอัตราที่ลดลง ซึ่งแสดงว่าในอนาคตร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) จะมีสัดส่วนมากกว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) อย่างแน่นอน ซึ่งทางคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (วิภู-สาร, ๒๕๔๒) ได้ทำการประเมินว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) จะมีมูลค่าสูงถึง ๒๘๘,๔๖๐ ล้านบาท ในปี พ.ศ. ๒๕๔๕ และเพิ่มเป็น ๖๓๗,๕๑๓ ล้านบาทในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ และในปี ๒๕๕๓ จะมีมูลค่าการซื้อขายถึง ๑,๐๑๔,๖๗๔ ล้านบาทต่อปี

นอกจากธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ โดยรวมของประเทศ นับตั้งแต่บทบาท ในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เป็นแหล่งสร้างการจ้างงาน และแหล่งที่สร้างรายได้ที่สำคัญ นอกจากนี้ยังเป็นธุรกิจที่เติบโตควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย มาเป็นเวลานาน ยังมีความใกล้ชิดกับประชาชนโดยตรง ด้วยลักษณะการซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจค้าปลีก หรือมูลค่าของธุรกิจค้าปลีก จะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมและปริมาณการบริโภคของประชาชน ภายในประเทศได้เป็นอย่างดี ซึ่งการค้าส่งและการค้าปลีกถือว่ามีมีความสำคัญเป็นลำดับที่สองรองจากภาคอุตสาหกรรม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, ๒๕๔๗ : ไม่มีเลขหน้า) การค้าปลีกของไทยในอดีตที่ผ่านมา รูปแบบการค้าปลีกเป็นเพียงร้านค้าห้องแถว ที่รู้จักในนามของร้านขายของชำหรือร้าน โชห่วย เน้นการขายสินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร น้ำตาล น้ำปลา สบู่ ยาสิฟัน เป็นต้น ร้านขายของชำถือว่าเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้า ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจส่วนรวมเป็นอย่างยิ่ง ต่อมา มีการนำแนวคิดการค้าปลีกแบบตะวันตกเข้ามาพัฒนาการจำหน่ายสินค้า ทำให้เกิดห้างสรรพสินค้าครั้งแรกในประเทศไทยและมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากนั้นศูนย์การค้าก็พัฒนาขึ้น

จากผลกระทบที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งได้รับ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการร้านค้าชุมชน จากหลายพื้นที่ออกมาต่อต้านและเรียกร้องความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของรัฐบาลและเอกชน เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เกิดจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาล ได้เอื้อให้กับนักลงทุนต่างชาติโดยการเปิดโอกาสให้กลุ่มทุนธุรกิจค้าปลีกไทย แข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกต่างประเทศที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง นโยบายการส่งเสริมการลงทุนยังได้ ดำเนินการทางกฎหมายด้านการค้าหลายฉบับ ที่เอื้อประโยชน์ให้การลงทุนจากต่างชาติมากมาย เช่น นโยบายการเปิดเสรีการค้าการลงทุนจากต่างประเทศ ให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามามีอิทธิพล

ต่อธุรกิจค้าปลีกมากและรัฐบาลยังไม่มียุทธศาสตร์ในการจัดการ ในเรื่องนี้อย่างจริงจังทำให้เกิดปัญหา ในธุรกิจค้าปลีกต่างๆ มากมายและนำไปสู่การถูกรวบงำหรือถูกผูกขาดทางธุรกิจค้าปลีก ของกลุ่มทุนต่างประเทศขนาดใหญ่และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจากต่างประเทศ มีอำนาจการต่อรองมากมายในขณะนี้ ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่สามารถเข้ามากำกับดูแลอย่างเป็นธรรมได้

การก่อเกิดของร้านค้าชุมชนตั้งอยู่บนการมองถึงผลกระทบที่จะมีต่อร้านค้าอื่นๆ ซึ่งตั้งมาก่อนแล้ว โดยก่อนการตั้งร้านค้าจะมีการสำรวจว่าแต่ละร้านนั้น ขายสินค้าอะไร แล้วร้านค้าชุมชนจะขายอะไร เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนและก่อความเดือดร้อนให้กับคนอื่นๆ อันเป็นลักษณะของการทำงานที่เอื้อเพื่อต่อกัน และสินค้าที่ร้านค้าชุมชนเลือกขายก็หลีกเลี่ยงที่จะให้ซ้ำกับสินค้าของร้านค้าชุมชนอื่นๆ ด้วยการออกแบบโดยการคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวม ทำให้ร้านค้าชุมชนในขณะนี้กลายเป็นแม่ของร้านค้าอื่นๆ ไปโดยปริยาย คนในชุมชนพากันมาซื้อสินค้าที่ร้านของตัวเองจะขายจากร้านค้าชุมชน นอกจากจะไม่ต้องเสียค่าเดินทางมากแล้ว ยังจะได้รับปันผลจากการเป็นสมาชิกของร้านค้าชุมชนด้วย นอกจากนี้กำไรที่ได้จากการดำเนินการของร้านค้าชุมชน นอกจากจะกลับคืนสู่สมาชิกแล้วยังมีสัดส่วน เพื่อประโยชน์ของชุมชนด้วย กล่าวคือ กำไรส่วนหนึ่งนำมาช่วยเหลือผู้ที่ยากไร้กว่า อีกส่วนหนึ่งมีไว้สำหรับการพัฒนาชุมชน การระดมทุนมีฐานคิดที่ความเท่าเทียมกัน โดยกำหนดหุ้นเป็นครอบครัว หนึ่งครอบครัวลงทุนได้ไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท ในครอบครัวจะมีสมาชิกกี่คนก็ได้ ทั้งนี้เพื่อกำหนดการมีส่วนร่วมทั้งครอบครัว และขอบเขตที่ต้องระดม เช่นนี้ เพื่อว่าจะเกิดการกระจายหุ้นอย่างทั่วถึง และไม่กระจุกตัวที่คนใดคนหนึ่ง หรือครอบครัวใดครอบครัวหนึ่ง โดยเฉพาะนอกจากนี้ ร้านค้ายังเปิดโอกาสให้สำหรับกลุ่มต่างๆ ที่ตอบสนองต่อการบรรเทาทุกข์สร้างสุขของชุมชน สามารถลงทุนได้ไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ บาท ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หุ้นในร้านค้าชุมชนมีกลุ่มต่างๆ เข้าถือหุ้นอยู่ด้วย และนำส่วนต่างของกำไรเหล่านั้นปันผลเพื่อชุมชน และสร้างกลุ่มให้มีรายได้ขึ้นมา โดยให้แต่ละกลุ่มหนุนเสริมซึ่งกันและกัน มุมมองและวิถีคิดแบบนี้ จึงสร้างความเป็นกลุ่มที่ร้อยกันเป็นพวง สร้างรายได้หลายทาง แต่ผลกำไรทั้งหมดตกอยู่กับสมาชิกทุกคน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ซึ่งศึกษาจากร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน การดำเนินงานร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี และแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการกำกับ ควบคุมและดูแลระบบร้านค้าชุมชน เพื่อพัฒนาระบบร้านค้าชุมชนของไทยให้เป็นระบบที่เข้มแข็งอันจะส่งเสริมต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาการดำเนินงานร้านค้าชุมชน
๒. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน
๓. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการวิจัย “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” ดังนั้น จึงกำหนดขอบเขตเนื้อหาโดยการทบทวนเอกสารจากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการออกแบบสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการร้านค้าชุมชนเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของสังคมไทย

๒. ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ๒ กลุ่ม ดังนี้

๒.๑ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยผู้วิจัยได้ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วย เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน ๒๐ คน

๒.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือก ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งสิ้น ๑๐ คน

๓. ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาการใช้พื้นที่ ในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์หมื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการวิจัย “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๑. ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

๑.๑ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยผู้วิจัยได้แบ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประธานกรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน ๒๐ คน

๑.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือก ได้แก่ ตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี รวมทั้งสิ้น ๑๐ คน

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๒.๑ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview)

ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น ๔ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นามสกุล/อายุ/ระดับการศึกษา/ สถานภาพส่วนตัว/การนับถือศาสนา

ตอนที่ ๒ เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ ๓ เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ตอนที่ ๔ เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๒.๒ แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสนทนากลุ่ม โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น ๔ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นามสกุล/อายุ/ระดับการศึกษา/สถานภาพส่วนตัว/การนับถือศาสนา

ตอนที่ ๒ เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ ๓ เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ตอนที่ ๔ เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๒.๓ เครื่องบันทึกเสียง

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดใช้อุปกรณ์เครื่องบันทึกเสียงเพื่อช่วยบันทึกข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์

๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๓.๑ เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ พระไตรปิฎก ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓.๒ เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ หนังสือ วารสาร เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

๓.๓ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยผู้วิจัยได้แบ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยผู้วิจัยได้ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยส่งบริบทเนื้อหาต่างๆ ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ล่วงหน้า และจะกำหนดวัน เวลา และสถานที่ ส่วนในขณะการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียง และกล้องบันทึกภาพนิ่ง และเคลื่อนไหว

๓.๔ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือก ได้แก่ ตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี พร้อมกับส่งบริบทเนื้อหาต่าง ๆ ที่ใช้ในการสนทนากลุ่มล่วงหน้า และจะกำหนดวัน เวลา และสถานที่ ในขณะที่การสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจะขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียง และกล้องบันทึกภาพนิ่ง และเคลื่อนไหว

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ซึ่งจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นต่างๆ ดังนี้

๔.๑ วิเคราะห์ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๔.๒ วิเคราะห์การดำเนินงานร้านค้าชุมชน

๔.๓ วิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ได้ทราบการดำเนินงานร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

๒. ได้ทราบผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๓. ได้ทราบแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๔. ผู้ที่ประกอบกิจการร้านค้าชุมชน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

คำจำกัดความ

ร้านค้าชุมชน	หมายถึง	กิจการร้านค้าชุมชน ที่ชุมชนก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นการคืนผลตอบแทนให้ชาวบ้านและเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ในการศึกษาวิจัยนี้ หมายถึงร้านค้าชุมชน ในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์หมื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี
ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ	หมายถึง	การดำเนินงานร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการกำกับ ควบคุมและดูแลระบบร้านค้าชุมชน เพื่อพัฒนาระบบร้านค้าชุมชนของไทยให้เป็นระบบที่เข้มแข็งอันจะส่งเสริมต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ
การดำเนินงานร้านค้าชุมชน ในจังหวัดกาญจนบุรี	หมายถึง	การดำเนินงานร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

บทที่ ๒

การดำเนินงานร้านค้าชุมชน

การศึกษาวิจัยในบทที่ ๒ นี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการดำเนินงานร้านค้าชุมชน จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชน โดยแบ่งการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับร้านค้าชุมชน

๑. ความหมายและลักษณะของร้านค้าชุมชน

ร้านค้าเป็นความต้องการของชาวบ้านที่อยากป้องกันเงินไหลออกนอกชุมชน ซึ่งเมื่อก่อนการซื้อสินค้าจะเข้าไปซื้อในเมืองเงินทุกบาททุกสตางค์ก็เอาไป ให้เขาหมด ตรงนี้เอง เมื่อทุกคนมองเห็นและมีจิตสำนึกตรงนี้ ร้านค้าชุมชนจึงเกิดจากความร่วมมือร่วมใจกัน

ร้านค้าชุมชน หมายถึง การดำเนินกิจกรรมโดยอาศัยปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก เป็นกิจกรรมที่เป็นทั้งการผลิต และการบริการที่เกื้อกูลกัน เหมาะสมต่อวิถีชีวิต ตลอดจนระบบนิเวศของแต่ละชุมชน ธุรกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มชาวบ้านในชุมชน ท้องถิ่นเป็นหลัก โดยมุ่งหวังให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ (Decision Making Process) ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การทำการผลิตไปจนถึงการจัดจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชน และเพื่อให้ชาวบ้านมีความพร้อมที่จะพึ่งพาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ร้านค้าชุมชน หมายความว่า กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ในทัศนะของ เสรี พงศ์พิศ (๒๕๔๕ : ๘๕-๑๘๖) ได้กล่าวถึงร้านค้าชุมชนว่า หมายถึงการจัดการทุนของชุมชนและโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง แม้จะยังไม่ได้พัฒนาเต็มศักยภาพก็ตาม ทุนของชุมชนจึงหมายถึงทุนธรรมชาติ ทุนทรัพยากร ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนที่มีการสะสม ทุนความรู้ภูมิปัญญา ทุนทางสังคมหรือความไว้วางใจ และความเป็นพี่เป็นน้องของ

ผู้คนในชุมชน ร้านค้าชุมชนเป็นการจัดการอย่างสร้างสรรค์ ไม่ใช่การเลียนแบบ เห็นใครทำอะไรก็ทำตาม ไม่มีความคิดเป็นของตนเอง ไม่มี “ความแตกต่าง” และ “ความคิดสร้างสรรค์” ไม่มีลักษณะเป็น “นวัตกรรม” เป็นของไหลที่เหมือน ๆ กันหมด ทำตามกันแล้วก็ล้มเหลวด้วยกัน เหมือนกับเห็นคนอื่นจ้างรถมาไถ จ้างคนมาค่านามาเกี่ยวข้าวก็ทำตาม เห็นคนทำกล้วยฉาบก็ฉาบกันทั้งหมู่บ้าน ทั้งตำบล ในที่สุดก็ต้องเอาไปให้หมูกินและเลิกทำ

ร้านค้าชุมชน นี้นอกจากจะเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านแล้วยังอาจเกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของสถาบันต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชน และฝ่ายวิชาการ ด้วยการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาของชุมชนแต่ทั้งนี้หน่วยงานจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีต่าง ๆ มาสู่ชุมชนด้วย ธุรกิจชุมชนไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของแต่ละชุมชน ดังนั้นจึงสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ นอกจากนี้การผลิตของร้านค้าชุมชนเป็นการผลิตที่มีได้มุ่งหวัง หรือเน้นผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเท่านั้น หากแต่ยังเน้นให้ผลตอบแทนที่ได้รับกระจายไปสู่สมาชิกของชุมชนให้มากที่สุด นอกเหนือจากการใช้ไปเพื่อขยายกิจการในส่วนของกระบวนการมีส่วนร่วม นั้นสมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเสนอความคิดเห็นแต่การออกเสียงชี้ขาดเป็นไปตามจำนวนหุ้นของแต่ละบุคคลถือครอง ทั้งนี้ สมาชิกในชุมชนจะต้องเลือกเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ในกรณีที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัทสำหรับหัวใจของการดำเนินการในแนวทางเลือก “ร้านค้าชุมชน” ได้แก่ การพึ่งตนเองให้มากที่สุดทั้งในด้านการผลิต และที่สำคัญคือ ด้านการตลาด (ใจมานัส พลอยดี, ๒๕๔๐ : ๑๘)

ลักษณะการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน มีระบบการควบคุมที่ทันสมัย รูปแบบเดียวกับร้านสะดวกซื้อ แต่มีความแตกต่างในลักษณะของสินค้าที่นำมาจำหน่ายในร้าน ต้องเป็นการรวบรวมสินค้าของสมาชิกก่อนเป็นอันดับแรก ที่เหลือจึงจะเป็นรายการสินค้าทั่วไปที่ต้องกินต้องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ทั้งนี้พนักงานขายในร้านค้าจะต้องมาจาก ลูก/หลานของสมาชิกเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนร้านค้าชุมชน สามารถแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบในช่วงที่สมาชิกในชุมชน ไม่มีรายได้ตามฤดูกาลซึ่งระบบร้านค้า สามารถดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิก และเป็นที่พึ่งของทุกคนในชุมชน

จากความหมายและลักษณะของร้านค้าชุมชนดังกล่าวนี้ จะเห็นว่า ร้านค้าชุมชนมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่นของชุมชน และธุรกิจโดยทั่วไป กล่าวคือเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นจะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับร้านค้าชุมชนมักจะเป็นตัวแปรจากภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา การติดตามข่าวสารข้อมูลจากภายนอก และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ

ทั่วไปจะเห็นข้อแตกต่างในเรื่องของการทำกำไร แม้ว่าการทำร้านค้าชุมชน จะต้องมิเป้าหมายอยู่ที่การทำกำไรเช่นเดียวกัน แต่ทว่า “กำไร” ก็มีใช้เป้าหมายเพียงประการเดียว เพราะนอกเหนือจากกำไรแล้ว ร้านค้าชุมชน ยังมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, อ้างถึงในสมพันธ์ เตชะอธิก, ๒๕๐๔ : ๔๖)

จากความหมายและลักษณะของความหมายและลักษณะของร้านค้าชุมชนที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ร้านค้าชุมชนเป็นกิจการสร้างรายได้แบบหนึ่งที่มีขนาดเล็ก ผลผลิตของกิจการเกิดจากสินทรัพย์ของชุมชน ได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญาดั้งเดิม ทักษะฝีมือ วัฒนธรรม ธรรมชาติ หรืออื่น ๆ ที่เป็นแบบพื้นบ้านที่มีรูปแบบการจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชน และมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินกิจการ คือ การพึ่งตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชน”

๒. องค์ประกอบของร้านค้าชุมชน

องค์ประกอบของร้านค้าชุมชน มีลักษณะคล้ายคลึงกับการจัดการร้านค้าชุมชน โดยทั่วไปที่มีการจัดการในด้านต่างๆ คือ การผลิต การแปรรูป การตลาด การเงิน การบัญชี การบริหารบุคลากร โดยผ่านกระบวนการจัดการคือ การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากร การอำนวยความสะดวก และการควบคุม ตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะงานในธุรกิจทั้งไปแบ่งออกได้ดังนี้ ๑. การผลิต ๒. การตลาด ๓. งานบุคลากร ๔. การบัญชีและการควบคุม ๕. การเงินและต้นทุนของกิจการ ๖. งานสถิติและข้อมูล

นอกจากนั้น แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการร้านค้าชุมชนที่แบ่งการจัดการออกเป็นการบริหารการผลิต การบริหารการตลาด การบริหารการเงิน การบริหารกำลังคน และการบริหารทั่วไป โดยมีกระบวนการในการจัดการที่สำคัญ คือ การวางแผน การจัดระบบ การจัดทำกำลังคน การอำนวยความสะดวกและการควบคุมผลงาน (ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม, อ้างถึงใน สมพันธ์ เตชะอธิก, ๒๕๔๐ : ๑๒๓)

๓. จุดมุ่งหมายของร้านค้าชุมชน

จุดมุ่งหมายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะหากว่าบุคคลกลุ่ม องค์กร มารวมกันเพียงเพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไร้ความมุ่งมั่นหรือจุดมุ่งหมายร่วมกัน ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีอาจกล่าวได้ว่าเป็นเครือข่าย เพราะความเป็นเครือข่ายจะต้องมีความหมายถึง “การร่วมกันอย่างมีจุดหมาย” เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์และกระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายนั้น จุดมุ่งหมายของร้านค้าชุมชน มีดังต่อไปนี้

๓.๑ เพื่อมุ่งหวังผลกำไร กำไรเป็นผลตอบแทนกลับคืนให้กับกลุ่มชุมชน

๓.๒ เพื่อมุ่งหวังที่จะทำให้งานกิจการอยู่รอด เมื่อได้ลงทุนดำเนินการต่างมุ่งหวังให้กิจการดำเนินงานต่อไปอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก สามารถผลิตสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ขยายสาขาเพิ่มลงทุนในธุรกิจใหม่ ทำให้งานกิจการมีฐานะและสินทรัพย์เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

๓.๓ เพิ่มมุ่งหวังสนองความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรธุรกิจชุมชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกกิจการ เช่นมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า สิ่งแวดล้อม ต่าง ๆ แหล่งชุมชน ไม่เอาไรต์เอาเปรียบ หรือสร้างปัญหาให้กับสังคม

ร้านค้าชุมชน มุ่งเน้นการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของครอบครัว ของชุมชน การมีสุขภาพอนามัย มีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชนและความสงบสุขของสังคม (ชุมชนอยู่ดีมีสุข ชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข)

ในประเทศที่มีคนยากจนมาก รัฐบาลได้พยายามที่จะให้ประชาชนกินดีอยู่ดี ด้วยการนำกลวิธีชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน โดยมีกระบวนการที่สำคัญ ๒ ประการ คือ

๑. ความร่วมมือของประชาชนด้วยศรัทธา เพื่อจะสร้างเสริมระดับความเป็นอยู่ของตนให้ดีขึ้น โดยอาศัยความริเริ่มของตนเองเป็นสำคัญ

๒. การกำหนดให้มีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิค และวิธีการ เพื่อให้ความคิดริเริ่มการช่วยตนเองและความช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ร้านค้าชุมชนที่จัดตั้งขึ้นมามีจุดมุ่งหมายหลายประการ ดังต่อไปนี้

๑. เพื่อให้ประชาชนในชนบทได้สามารถซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาที่เป็นธรรม

๒. เพื่อให้ประชาชนในชนบทมีความรู้ ความเข้าใจในการประกอบการค้าขาย เป็นการสร้างงาน และเพิ่มรายได้แก่ประชาชนในหมู่บ้าน

๓. ส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักวิธีการจัดตั้งองค์กรของตนในรูปแบบคณะกรรมการ ร่วมกันบริหารจัดการร้านค้า

๔. เพื่อให้เป็นแหล่งรวบรวม และจำหน่ายผลผลิตที่ผลิตได้ในหมู่บ้าน ให้ได้รับราคาที่เป็นธรรม

๕. เป็นศูนย์กลางการประสานงานพาณิชย์ในหมู่บ้าน

ดังนั้น เพื่อให้ร้านค้าชุมชนสามารถดำรงอยู่ภายใต้สภาพการณ์ปัจจุบันอย่างเข้มแข็ง และยั่งยืน เพื่อประโยชน์ของชุมชนต่อไป จึงต้องได้รับการสนับสนุนรวมทั้งได้รับการแก้ไขปัญหาในการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ทันยุค ทันสมัยยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าจุดมุ่งหมายของจุดมุ่งหมายของร้านค้าชุมชน เพื่อให้ชุมชนเป็นเจ้าของ กิจกรรมการผลิตสินค้าบริการ ให้บริการ หรือกิจการอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้ของชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

๔. ลักษณะของร้านค้าชุมชน

การเกิดขึ้นของร้านค้าชุมชนตั้งอยู่บนหลักคิดสำคัญของการตั้งร้านค้าชุมชนไม่ใช่ การแสวงหารายได้เพื่อเพิ่มรายรับให้แก่ครอบครัวผู้ลงทุน แต่เพื่อเป็นแหล่งทุนที่สำคัญในการหางบประมาณเพื่องานพัฒนาสังคม จากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่หน้าบ้านซึ่งเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของชาวประมงพื้นบ้านแถบนี้ แต่การอนุรักษ์จำเป็นต้องมีเงินมาหล่อเลี้ยง ร้านค้าชุมชนจึงเป็นทางออก จึงถือกำเนิดขึ้น ตามเจตนารมณ์เพื่อเป็นแหล่งทุนให้กับการอนุรักษ์และการพัฒนาสังคม

ร้านค้าชุมชน มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

๑. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
๒. ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชน
๓. ใช้ภูมิปัญญาในชุมชนเป็นหลัก (อาจผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล)
๔. มีโครงการและแผนประกอบการ (แผนวิสาหกิจ) สอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ของร้านค้าชุมชน

๕. มีกระบวนการมีส่วนร่วมและกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
๖. มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของร้านค้าชุมชนในหมู่บ้านหรือในชุมชนเป็นสิ่งจำเป็นและต้องเร่งดำเนินการแก้ไขเพื่อให้ทันต่อสภาวะการแข่งขันที่ต้องต่อสู้ช่วงชิงผลประโยชน์ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความรุนแรงอยู่ทุกขณะในปัจจุบัน สสว. เป็นหนึ่งในกลไกของภาครัฐที่เล็งเห็นถึงปัญหาของผู้ประกอบการขนาดย่อม รายย่อยและ (ร้านค้า) ชุมชนที่กำลังเผชิญวิกฤตการณ์ทางการแข่งขันจากกลุ่มทุนค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ จึงได้ทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเพื่อดำเนินโครงการ “พัฒนาเครือข่ายร้านค้าชุมชน” โดยใช้งบประมาณดำเนินโครงการทั้งสิ้นจำนวน ๑๖ ล้านบาท การดำเนินโครงการเพื่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการร้านค้าชุมชนให้สามารถประกอบการได้อย่างเหมาะสม การพัฒนาร้านค้าชุมชนให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและต้องการเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้า การเพิ่มรายได้ของร้านค้าชุมชนทั้งในส่วนของกำไรรายจ่ายและการเพิ่มบริการใหม่ๆ การพัฒนาเครือข่ายร้านค้าชุมชนให้มีความเข้มแข็ง การพัฒนาศูนย์ข้อมูลข่าวสารร้านค้าชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕. วิธีการรวมกลุ่มของร้านค้าชุมชน

ชุมชนมีส่วนสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นและการรวมกลุ่มเพื่อเกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติ (Communities of Practice: COP) นั้นเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อน นอกจากจะเป็นการรวมกลุ่มกันของชุมชนนักปฏิบัติยังรวมถึงการแบ่งปันความรู้ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาความสามารถและเกิดการสร้างความรู้ใหม่ ๆ ของสมาชิก (Liampreecha, 2010 : p. 30) นอกจากนี้ชุมชนมีความสำคัญในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายจากการร่วมมือกัน หากชุมชนประสบปัญหาทำให้สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในเวลาที่รวดเร็ว (บุรชัย ศิริมหาสาคร, ๒๕๕๐ : ๑๕๖-๑๕๗) ดังนั้นความเข้าใจในกระบวนการทำงานของชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะสามารถนำมาเป็นตัวอย่างในการปฏิบัติของชุมชนต่างๆ ได้

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการนำหลักการไปปฏิบัติในธุรกิจควรมีการรวมกลุ่ม ดังต่อไปนี้

๑. **รวมคน** คือรวมคนที่มีปัญหาเหมือนกันหรือคล้ายกัน มีความต้องการจุดมุ่งหมาย หรือ เป้าหมายที่เหมือนกัน คนที่มาร่วมกันจะต้องพร้อมและสมัครใจที่จะร่วมแรงร่วมมือ และไม่ใช่เป็นคนที่เข้ามาหวังประโยชน์ส่วนตน โดยไม่คำนึงถึงคนอื่น

๒. **รวมเงิน** คือ การรวมเงินจากสมาชิกเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการแก้ไขปัญหาที่สมาชิกที่เดือดร้อนในรูปการบริการเงินกู้ เงินที่สมาชิกร่วมกันเรียกว่า “เงินค่าหุ้น” สมาชิกจะนำเงินลงทุนหรือเงินฝากเท่าไรก็ได้ ขึ้นอยู่กับข้อตกลงในกลุ่ม

๓. **รวมความคิด** คือ ในการทำงานกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชนต้องกำหนดจากความคิดของสมาชิกทุกคน เพื่อนำไปใช้ในการบริหารงาน ซึ่งสมาชิกทุกคนต้องร่วมกันคิดมาร่วมกันทำงาน กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตลอดจนวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มร่วมกัน

๔. **รวมใจ** คือ เป็นการรวมคนที่ค่อนข้างมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ทั้งความคิด จิตใจ ฐานะทางการเงิน การศึกษา คุณวุฒิ และวัยวุฒิ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้โดยทั่วไปมักเป็นอุปสรรค จำเป็นต้องสลายความแตกต่างเหล่านี้ออกไปให้หมด โดยอาศัยความช่วยเหลือของสมาชิกทุกคนเพื่อให้เกิดพลังที่เข้มแข็ง ความร่วมมือคงเป็นไปได้ยากหากไม่เริ่มที่การ “รวมใจ” เข้าด้วยกันก่อน และการทำให้เกิดการรวมใจได้ คนที่มาร่วมกันคงต้องคนหาก่อนว่าอะไรคือ “จุดมุ่งหมายสูงสุดร่วมกัน”

๖. คุณธรรมกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชน

กลุ่มธุรกิจเป็นองค์กรที่รวมเอาคนที่รู้จักกันเพื่อแสวงหาแนวทางในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำธุรกิจร่วมกัน สิ่งที่สำคัญที่จะทำให้การรวมตัวกันของสมาชิกแน่นเหนียว สามารถทำให้กลุ่มประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ก็คือ คุณธรรมของมวลสมาชิกนั่นเอง คุณธรรมดังกล่าว ได้แก่

๕.๑ ความซื่อสัตย์ ยึดหลักความจริง เปิดเผยข้อมูล ไม่ขโมยผลงานหรือลิขสิทธิ์ ยึดหลักกฎระเบียบ ความถูกต้อง ปฏิบัติตามคำมั่นสัญญา ไม่หลอกลวงฉ้อฉล

๕.๒ ความรับผิดชอบ ให้ความร่วมมือกับกลุ่ม เช่น การเข้าร่วมประชุม การแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอต่อการบริหารงานกลุ่มก็ควรเป็นความรับผิดชอบที่สำคัญของสมาชิกกลุ่มด้วย

๕.๓ ความสามัคคี ให้ความร่วมมือร่วมใจกันทำงานเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จ ในกิจการต่างๆ ความสามัคคีก่อให้เกิดพลัง การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของชุมชนให้สำเร็จจะต้องอาศัยพลังอันเกิดมาจากความสามัคคี

๕.๔ ความมีวินัย การอยู่ร่วมกันจำเป็นต้องมีการกำหนดกติกาซึ่งจากสมาชิกเอง ความมีวินัยการปฏิบัติตามกติกาที่ร่วมกันวางไว้อย่างเคร่งครัด จึงจะเรียกได้ว่ามีวินัย อันเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มก้าวไปสู่ความสำเร็จ

๕.๕ ความยุติธรรม คำนึงถึงความเสมอภาคไม่เอารัดเอาเปรียบ ไม่ฉวยโอกาสตรงไปตรงมา

๗. ความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กรธุรกิจชุมชน

ข้อคิด ๘ ประการในการทำธุรกิจเพื่อความอยู่รอดจากบทความ เรื่อง Organization Management Systems and Process โดย Earl F. Lundgren (อ้างใน คำรงค์ดี ชัยสนิท, ๒๕๓๘:๑๑)

๗.๑ ต้องรู้จักปรับเป้าหมายของธุรกิจให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง อยู่เสมอเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด ดีกว่าที่จะให้ธุรกิจต้องหยุดชะงัก

๗.๒ รู้จักหรือใช้วิธีการปรึกษาหารือกับผู้รู้เพื่อหาทางออกและตัดสินใจที่ถูกต้อง

๗.๓ รู้จักปรับแผนงานให้เหมาะสมกับสภาพความเปลี่ยนแปลงของสังคม

๗.๔ ไม่ควรยึดรูปแบบหรือขั้นตอนการทำงานให้เคร่งครัดเกินไป โดยเฉพาะการทำงานที่มีขั้นตอนมากเกินไป

๗.๕ พยายามสร้างความเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ และความรับผิดชอบให้มามาก ๆ จะช่วยสร้างศรัทธาของลูกค้าเป็นอย่างดี

๑.๖ ต้องรู้จักวิธีการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีในการทำงานร่วมกัน โดยการให้ทุกคนมีส่วนร่วมรับรู้ ออกความคิดเห็น และมีส่วนร่วมรับผิดชอบ

๑.๗ ต้องรู้จักการยอมรับ การให้อภัยและการให้เกียรติซึ่งกัน และกัน โดยเฉพาะผู้บริหารกิจการต้องสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีอยู่เสมอ

๑.๘ ระมัดระวังเรื่องการวางแผนการลงทุน การใช้เงินควรขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ จากนักบริหารมืออาชีพอยู่เสมอ

๑.๙ ต้องรู้จักทำธุรกิจให้เหมือนกระแสน้ำก็เหมือนกับการผันแปรของธุรกิจ คือต้องรู้จักปรับปรุงและพัฒนาให้ทันต่อเหตุการณ์ก่อนที่ทุกอย่างจะสายเกินไป

๘. ความล้มเหลวขององค์กรธุรกิจชุมชน

คำรังสรรค์ ชัยสนิท (๒๕๓๘ : ๑๐) ได้กล่าวถึงปัจจัยแห่งความล้มเหลวของธุรกิจไว้ ดังนี้

๘.๑ บุคลากร โดยเฉพาะผู้บริหารมีคุณสมบัติส่วนตัวที่ไม่เหมาะสม เช่น ขาดความรู้ในการดำเนินการ ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่ชอบทำงานหนักหรือไม่ทำงานล่วงเวลา ไม่มีการยืดหยุ่นมักจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลง นำเงินทุนของกิจการไปใช้จ่ายในกิจกรรมส่วนตัว ไม่มีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม ไม่รู้หน้าที่ของตน

๘.๒ ผู้บริหารกิจการไม่มีลักษณะความเป็นผู้นำ ขาดการวางแผน เนื่องจากผู้ประกอบการมีความสามารถเฉพาะทางด้านเทคนิควิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ไม่มีความรู้ในด้านการจัดการ

๘.๓ มีเงินทุนไม่เพียงพอ

๘.๔ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

๘.๕ ขาดข้อมูลเกี่ยวกับภาวะตลาดที่เป็นปัจจุบัน

๘.๖ ไม่ได้ทำการศึกษาวิจัยด้านเทคนิค

๘.๗ ปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่ง

๙. แนวคิดที่เกี่ยวกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

ในส่วนของงานร้านค้าชุมชนส่วนใหญ่จะเน้นระบบการบริหารจัดการ กลุ่มหรือองค์กรที่มีความสอดคล้องกับชุมชน โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง และการร่วมมือกันในชุมชน รวมทั้งเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เรียนรู้การจัดการของกลุ่มในด้านต่างๆ (ขวัญสรวง อติโพธิ และ อนุชาติ พวงสำลี บรรณาธิการ, ๒๕๓๘ : ๘๑)

ร้านค้าชุมชน นอกจากจะเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านแล้วยังอาจเกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของสถาบันต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชน และฝ่ายวิชาการ ด้วยการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาของชุมชนแต่ทั้งนี้หน่วยงานจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีต่าง ๆ มาสู่ชุมชนด้วย ธุรกิจชุมชนไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของแต่ละชุมชน ดังนั้นจึงสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ นอกจากนี้การผลิตของธุรกิจชุมชนเป็นการผลิตที่มีได้มุ่งหวัง หรือเน้นผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเท่านั้น หากแต่ยังเน้นให้ผลตอบแทนที่ได้รับกระจายไปสู่สมาชิกของชุมชนให้มากที่สุด นอกเหนือจากการใช้ไปเพื่อขยายกิจการในส่วนของการบริหารมีส่วนร่วมที่สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเสนอความคิดเห็นแต่การออกเสียงชี้ขาดเป็นไปตามจำนวนหุ้นของแต่ละบุคคลถือครอง ทั้งนี้ สมาชิกในชุมชนจะต้องเลือกเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ในกรณีที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัทสำหรับหัวใจของการดำเนินการในแนวทางเลือก “ร้านค้าชุมชน” ได้แก่ การพึ่งตนเองให้มากที่สุดทั้งในด้านการผลิต และที่สำคัญคือ ด้านการตลาด (ใจมานัส พลอยดี, ๒๕๔๐ : ๑๘)

ร้านค้าชุมชนมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่นของชุมชนและธุรกิจโดยทั่วไป กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นจะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับร้านค้าชุมชนมักจะเป็นตัวแปรจากภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา การติดตามข่าวสารข้อมูลจากภายนอก และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจทั่วไปจะเห็นข้อแตกต่างในเรื่องของการทำกำไร แม้ว่าการทำองค์กรธุรกิจชุมชนจะต้องมีเป้าหมายอยู่ที่การทำกำไรเช่นเดียวกัน แต่ทว่า “กำไร” ก็มีใช้เป้าหมายเพียงประการเดียว เพราะนอกเหนือจากกำไรแล้ว ร้านค้าชุมชนยังมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, อ้างถึงในสมพันธ์ เศษะอริก, ๒๕๐๔ : ๔๖)

ร้านค้าชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์โดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมีหลักคิดสำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตัวเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัวสร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค

การพัฒนาร้านค้าชุมชนจึงตั้งอยู่บนฐานสำคัญ ดังนี้

๑. ร้านค้าชุมชนระดับครอบครัว เป็นจุดเริ่มต้นของการแปรรูปหรือสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อการอุปโภคบริโภคของตนเองภายในครัวเรือนเป็นหลัก สมาชิกในชุมชนจะสร้างผลิตภัณฑ์ในลักษณะหลากหลาย เพื่อการพึ่งตนเอง ลดรายจ่ายที่เสียไปจากการซื้อ และ

ป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลให้การหมุนของเงินอยู่ในหมู่บ้าน และแพร่สะพัดในหมู่บ้าน

๒. ร้านค้าชุมชนระดับชุมชน เมื่อวิสาหกิจของชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ขั้นแรก เพื่อลดรายจ่ายหรือเพื่อการพึ่งตัวเองได้แล้วจึงค่อยขยับขยายออกไปสู่เพื่อนบ้าน ผู้ผลิตเองไม่ได้ ต้องซื้อสินค้าจากภายนอก เพราะการพึ่งตนเองในบางกรณีไม่สามารถทำได้โดยลำพังครอบครัวเดียว วิสาหกิจชุมชนขั้นที่สองจึงเป็นวิสาหกิจชุมชนที่เกื้อหนุนให้เกิดการพึ่งพาอาศัยระหว่างครอบครัวในชุมชนเดียวกัน เป็นการลดภาระการซื้อของแพงหรือช่วยลดรายจ่ายให้แก่เพื่อนบ้าน เงินไม่ออกไปจากหมู่บ้าน

๓. ร้านค้าชุมชนระดับเครือข่าย การพึ่งตนเองในบางกรณี ชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้โดยลำพังชุมชนเดียว แต่เป็นไปได้เมื่อหลายชุมชนร่วมมือกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของทุกชุมชน วิสาหกิจระดับเครือข่าย จึงเป็นระบบพึ่งพาอาศัยระหว่างชุมชนที่มีผลผลิตและทรัพยากรแตกต่างกัน

๔. ร้านค้าชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกิน เป็นวิสาหกิจที่ดำเนินการแปรรูปผลผลิตหรือทรัพยากรของชุมชน สร้างผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่า และตอบสนองการตลาดภายนอกชุมชนและเครือข่าย

ร้านค้าชุมชนจึงแตกต่างกับธุรกิจ-อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) เพราะไม่สามารถใช้กฎเกณฑ์เรื่อง “ทุน” และ “แรงงาน” มาวัดขนาดและความสำเร็จ เพราะร้านค้าชุมชนไม่ได้มุ่งเน้นการสร้างผลกำไรเพียงด้านเดียว แต่ร้านค้าชุมชนเน้นการพึ่งตัวเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชนหรือเครือข่าย ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรให้มากที่สุด แต่ตอบสนองการอยู่ร่วมกัน การมีสุขภาพอนามัยที่ดี และมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน

ร้านค้าชุมชนจึงมีลักษณะเป็นการแปรรูปในครัวเรือน หรือการร่วมมือกันของหลายครอบครัวในรูปองค์กรชุมชน และหลายชุมชนในรูปเครือข่ายองค์กรชุมชน มีทั้งที่ไม่ต้องใช้เครื่องจักร การใช้อุปกรณ์อย่างง่าย ๆ จนถึงเครื่องจักรขนาดเล็กและขนาดกลาง

ร้านค้าชุมชนจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เลี้ยงตัวเองได้พึ่งตนเองได้ ซึ่งมีได้หมายถึงการพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่หมายถึงการพัฒนาโดยรวม ซึ่งรวมถึงการพัฒนาสาธารณประโยชน์ หรือโครงสร้างพื้นฐานของชุมชนด้วยตนเอง โดยไม่เป็นภาระให้กับรัฐหรือต้องพึ่งพาภายนอก

ร้านค้าชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจภาพรวมเพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอกย่อมหมายถึงโอกาสในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่นำไปสู่ “การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง”

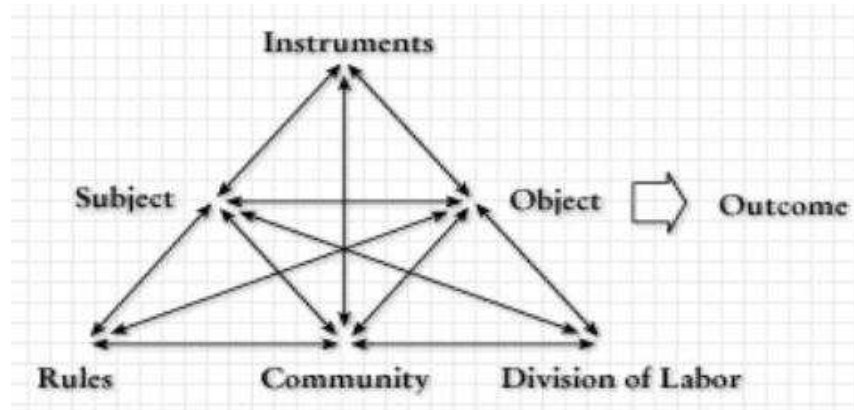
สรุปได้ว่าร้านค้าชุมชนเป็นกิจกรรมที่สร้างผลกำไรต่อเนื่องและยั่งยืน หากมีการบริหารจัดการที่ดี บนบริบทและฐานวัฒนธรรม ทั้งนี้ต้องไม่มองไปที่ธุรกิจหรือกำไร แต่มองว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างจริง เงินทุกบาทที่เสียไปก่อเกิดประโยชน์แก่ชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม

การดำเนินงานร้านค้าชุมชนมีเทคนิคและวิธีการอีกมาก เพื่อให้เป็นร้านค้าชุมชนของชุมชนอย่างแท้จริง มองกำไรเป็นเรื่องเล็ก มองการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องใหญ่ และมองไปให้ไกลว่า การสร้างร้านค้าชุมชน ตอบสนองต่อความสุข และความยั่งยืนของชุมชน

๑๐. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับร้านค้าชุมชน

ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ในการปฏิบัติงาน โดย Engstrom and Kerosuo (2007, p.337-339) กล่าวว่า เป็นกิจกรรมดำเนินงานของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดความรวดเร็ว โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากสถานที่จริง หรือมีการปฏิบัติจริงมากกว่าการเรียนรู้จากการทำงานในองค์กร โดยมีทั้งหมด ๗ องค์ประกอบ คือ การปฏิบัติงานของกลุ่มผู้เรียนรู้ (Subject) ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ซึ่งมีหน้าที่ในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดร่วมกัน (Object) และมีกลุ่มของสังคมผู้รู้ (Community) ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดการบรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนตลาดน้ำอัมพวา โดยในการปฏิบัติงานมีการใช้เครื่องมือ (Instruments) เป็นสื่อในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการรวมตัวกันของชุมชน และวิธีการที่ก่อให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดในแต่ละบทบาทและหน้าที่ (Division of Labor) ของผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับร้านค้าชุมชน ภายใต้กฎเกณฑ์ (Rules) ขององค์กร ซึ่งหมายถึง กฎเกณฑ์ที่ใช้ในการรวมตัวกันของชุมชนและกฎเกณฑ์ของการอาศัยอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ (Outcome) ดังแผนภาพ ๒-๑

แผนภาพที่ ๒-๑ แบบจำลองทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory Model)



ที่มา: Engstrom and Kerosuo (๒๐๐๗)

สรุปได้ว่าร้านค้าชุมชนจัดตั้งขึ้นจากการร่วมแรง ร่วมใจกัน ของชุมชน ในการ น้อมนำเอาแนวทาง “เศรษฐกิจพอเพียง” หลักการทฤษฎีใหม่ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มาปฏิบัติซึ่งพัฒนามาตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็นขั้นที่ ๑ ฟังพาดตนเอง ขั้นที่ ๒ รวมกลุ่มฟังพาด ซึ่งกันซึ่งกันและกัน และขั้นที่ ๓ พัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชน และเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เพื่อให้ ร้านค้าชุมชน ในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์มื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น และองค์การบริหารส่วน ตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี เป็นศูนย์รวมธุรกิจชุมชน รวมซื้อ – รวมขาย ผลิตผลต่างๆ ในชุมชน รวมทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือนมีสมาชิกทั้งหมดในชุมชนเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยการถือหุ้น ลักษณะการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน มีระบบการควบคุมที่ทันสมัย รูปแบบเดียวกับร้านสะดวกซื้อ แต่มีความแตกต่างในลักษณะของสินค้าที่นำมาจำหน่ายในร้าน ต้องเป็นการ รวบรวมสินค้าของสมาชิกก่อนเป็นอันดับแรก ที่เหลือจึงจะเป็นรายการสินค้าทั่วไปที่ต้องกินต้องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ทั้งนี้พนักงานขายในร้านค้าจะต้องมาจาก ลูก/หลานของสมาชิกเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนร้านค้าชุมชน สามารถแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบ ในช่วงที่สมาชิกในชุมชน ไม่มีรายได้ตามฤดูกาลซึ่งระบบร้านค้า สามารถดูแลความเป็นอยู่ของ สมาชิก และเป็นที่พึ่งของทุกคนในชุมชน อันจะส่งผลให้การดำเนินงานร้านค้าชุมชนประสบความสำเร็จ ในการเป็นต้นแบบของการจัดการการดำเนินงานร้านค้าชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป

การดำเนินงานร้านค้าชุมชน

การพัฒนาชนบทได้เริ่มมีบทบาทสำคัญเป็นครั้งแรกตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงปฏิบัติการบริหารราชการแผ่นดิน และการปกครองแบบอารยประเทศ ทำให้ทางราชการให้ความสนใจการพัฒนาในเขตชนบทมากขึ้นในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของราชอาณาจักร ในปี พ.ศ. ๒๕๔๘ กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดแผนการบูรณะชนบทขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ๒ ประการ คือ สร้างสรรค์ชีวิตจิตใจของประชาชนในชนบทให้เหมาะสมที่จะเป็นพลเมืองดี และส่งเสริมให้ประชาชนมีการครองชีพที่ดีขึ้น (สุวิทย์ ยิงวรพันธ์ อังในอภิษฐ์ พันธเสน, ๒๕๔๑: ๑๗๒)

๑. ประวัติและความเป็นมาและการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

ประวัติและความเป็นมาและการดำเนินงานร้านค้าชุมชน เป็นการดำเนินงานพัฒนาชนบทตามแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ ๑-๔ ประสบผลสำเร็จในเรื่องความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่มีปัญหาเรื่องการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ ขาดความสมดุล ส่งผลทำให้เกิดปัญหาช่องว่าง และความเหลื่อมล้ำในเรื่องรายได้ระหว่างภาคการเกษตรและภาคเศรษฐกิจอื่นๆ และช่องว่างระหว่างเมืองกับชนบท และต่อมาเกิดปัญหาใหญ่ตามมา คือ ปัญหาความยากจน ซึ่งชนบทได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาน้อยมาก ความยากจนและความล้าหลังทางเศรษฐกิจ เป็นปัญหาที่สัมพันธ์กัน โดยตรงกับความเสื่อมโทรมในคุณภาพชีวิต เช่น ด้านสาธารณสุข ยังประสบปัญหาโรคภัยไข้เจ็บอยู่มากซึ่งบั่นทอนกำลังคนของประเทศเป็นอย่างมาก และคนงานในชนบทพึ่งพาตนเองไม่ได้ (วิศาล ศรีมหา วโร, ๒๕๒๗: ๑๑๐)

ก่อนที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทย เมื่อกลางปี ๒๕๔๐ คนไทยทุกสาขาอาชีพกำลังเห่อเหิมความเจริญรุ่งเรือง ปิติยินดีกับความร่ำรวยแบบจอมปลอม กำลังพอใจกับความทันสมัยทัดเทียมกับนานาอารยประเทศ คาดหวังไกลไปถึงจะเป็นประเทศพัฒนาอันดับที่ ๕ ของเอเชีย โดยการปั่นราคาทุกอย่างให้มีราคาเกินความเป็นจริง จึงทำให้เรือกสวนไร่นาของเกษตรกรมีราคาสูง มีมูลค่าในทางการค้ามากกว่าที่จะเป็นแหล่งทำมาหากิน ทำให้พื้นที่การเกษตรถูกเปลี่ยนมือไปใช้ในทางธุรกิจอย่างอื่นมากขึ้นเรื่อยๆ เกษตรกรขาดที่ทำกิน ราคาผลผลิตตกต่ำดินฟ้าอากาศไม่อำนวย จึงมีการเปลี่ยนอาชีพตามแรงกระตุ้น ให้มีการลงทุนในการทำธุรกิจซึ่งเป็นนโยบายที่จะทำให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมมากขึ้น การลงทุนการจ้างงานเพิ่ม คนชนบทจึงหลั่งไหลเข้าเมือง เปลี่ยนจากอาชีพอิสระที่มีความมั่นคงในชีวิต ไปเป็นลูกจ้างเพียงเพื่ออยากให้ได้เงินเพิ่มขึ้น จะได้ซื้อสินค้าของใช้ที่ทันสมัยเหมือนคนอื่นได้

ร้านค้าชุมชน เป็นนโยบายของรัฐบาล ในการแก้ปัญหาภาพรวมของประเทศ เนื่องจากร้านค้าชุมชน เป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชน โดยคนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้ ร้านค้าชุมชน ยังเป็นองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน สร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศ จากแนวคิดและนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ด้วยกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน รัฐบาลจึงได้เสนอร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่รัฐสภา โดยผ่านความเห็นชอบจากวุฒิสภา เมื่อวันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๔๗ และผ่านความเห็นชอบจากสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๔๘ ซึ่งนำลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ในวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ และมีผลใช้บังคับในวันถัดจากประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือตั้งแต่วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๔๘ เป็นต้นไป โดยมีเจตนารมณ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของพัฒนาเศรษฐกิจอย่างพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกันและการพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน มีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการส่งเสริมร้านค้าชุมชน และมีอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการ (พงศพัทธ์ เขียวหิรัญ และคณะ, ๒๕๕๐: ๒๐-๒๑)

ร้านจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชน เป็นการดำเนินงาน ร่วมกันในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ เกิดจากปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ ไม่สามารถสนองความต้องการของมนุษย์ได้ทุกอย่าง โดยสถาบันทางเศรษฐกิจนี้ ทำหน้าที่ ดูแลควบคุมหน่วยต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจเพื่อมิให้มีการขัดแย้งกัน อันทำให้เกิดความมีระเบียบ ตลอดจนหาแนวทางที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรมชุมชน หรือเศรษฐกิจชุมชน ที่เน้นผลที่ได้ในลักษณะของความสัมพันธ์ทางชุมชนและสังคม ในด้านต่างๆ เช่น ด้านจิตใจ ความรักความสามัคคี การช่วยเหลือกันซึ่งกันและกัน ความเชื่อทัศนคติ เจตคติ วัฒนธรรมและประเพณี และการสร้างรายได้ ฯลฯ การดำเนินงานของร้านจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชน เป็นลักษณะของการบริหารจัดการ ด้วยการใช้กระบวนการวิสาหกิจชุมชนที่ เป็นการประสมประสาน ปรับประยุกต์ และบูรณาการให้เข้ากันกับระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่น และศาสตร์สากล เพื่อการปรับตัว และการเอาตัวรอดทางเศรษฐกิจของชุมชนชนบท ในรูปแบบของการใช้แนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นเศรษฐกิจระดับจุลภาคที่ เป็นเศรษฐกิจที่อยู่ในชุมชนชนบทที่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและผู้ใช้แรงงาน ที่เน้นผลที่ได้ในลักษณะของความสัมพันธ์ทางชุมชนและสังคม

ในด้านต่างๆ เช่น ด้านจิตใจความรัก ความสามัคคี การช่วยเหลือกันซึ่งกันและกัน ความเชื่อ ทัศนคติ เจตคติ วัฒนธรรมและประเพณี ฯลฯ ในปัจจุบันเนื่องจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจชุมชน และเศรษฐกิจทุนนิยม ทั้งสองภาคและสองบริบทที่ไม่ความสมดุลกัน เพราะเป็นการบริหารระบบ เศรษฐกิจที่ไม่ได้เน้นทางสายกลาง มัชฌิมาปฏิปทา : สมดุล สมบูรณ์ตามธรรมชาติ (พัศิรา-ทรงจิตร พูลลาภ, ๒๕๔๕: ๒๒๑)

ในการพัฒนาด้านการจัดจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชน อันเป็นการพัฒนาส่งเสริม เศรษฐกิจชุมชน และเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจน และพัฒนาคุณภาพชีวิต ในภาพรวม ให้กับชุมชนชนบท จากการศึกษาที่ได้อธิบายตนเอง การสร้างความรู้ในตัวคนในท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น ที่มุ่งแก้ไขปัญหาด้วยการทดลองทำจริง มีการบันทึก และวิเคราะห์อย่างเป็นระเบียบ เป็นเครื่องมือที่ ชาวบ้านใช้เป็น และใช้ในชีวิตประจำวันอันจะเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนในที่สุด และก่อให้เกิดการรวมกลุ่มต่างๆ ตามวัตถุประสงค์กันขึ้น เพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความ ต้องการของชุมชนด้านเศรษฐกิจ หมายถึงการประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการ ผลิตผล และทรัพยากรทุกชั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน มิได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางเงินเพียง อย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย

การดำเนินงานของร้านค้าชุมชน จะใช้หลักการคิดเอง ตัดสินใจเอง ลงมือทำเอง บริหารจัดการด้วยตนเอง ฝ่ายราชการเป็นเพียงผู้ประสาน และให้การสนับสนุน ส่งเสริมแนะนำ ตลอดจนให้การศึกษายอบรมให้ความรู้แก่ชุมชน การดำเนินงานในเบื้องต้นนั้นชุมชนจะต้องกำหนด ทิศทางของชุมชน กำหนดแผนงาน โครงการ หรือธุรกิจอุตสาหกรรมที่จะดำเนินการ ตลอดจน รูปแบบและวิธีการดำเนินการ นั่นคือ การจัดทำแผนร้านค้าชุมชน

ในการจัดทำแผนร้านค้าชุมชน นั้นจะเริ่มต้นจากการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ ของชุมชน ให้ชุมชนรู้จักตนเอง รู้จักโลกภายนอก ชุมชนจะเรียนรู้จากข้อมูลเหล่านี้ว่า ทิศทางของ ชุมชนจะเป็นอย่างไร ควรจะมีธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใดบ้าง โดยมีแผนงาน โครงการ เพื่อเป็น แนวทางที่จะเดินไปสู่ทิศทางของชุมชน

การเรียนรู้ตนเอง เป็นการเรียนรู้ของชุมชนเกี่ยวกับศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชน รู้ปัญหาและสาเหตุของปัญหา ชุมชนจะต้องช่วยกันสำรวจเก็บข้อมูลต่างๆ ในชุมชน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ผลิตผล ผู้รู้ ความรู้ องค์กรต่างๆ ในชุมชน ตลอดจนหนี้สิน รายได้ รายจ่ายของ แต่ละครัวเรือนแล้วนำมาสรุปและวิเคราะห์ร่วมกันในเวทีเรียนรู้ การรู้จักตนเองของชุมชนช่วยให้ ชุมชนรู้ว่าตนมีหนี้สิน ทรัพย์สิน รายได้เท่าไร ใช้จ่ายเพื่อการใดบ้าง เช่นต้องจ่ายเงินซื้อข้าวสารปีละ กี่ล้าน หากชุมชนจะพึ่งตนเองจะต้องมีแผนงาน โครงการใดบ้าง อาจมีโรงสีข้าวชุมชน เป็นต้น

รายจ่ายอื่นๆ ก็พิจารณาในลักษณะเดียวกัน เช่น การทำสบู่ แชมพู การแปรรูปจากพืช สมุนไพร ผัก ผลไม้ โรงงาน น้ำปลา ฯลฯ นอกจากนี้ การสำรวจรายจ่ายจะทำให้ชุมชนมองเห็นตลาดหรือแหล่งขายสินค้าที่จะผลิตขึ้น รวมทั้งปริมาณหรือมูลค่าที่จะผลิต (ขนาดของตลาด)

การรู้จักโลก เพื่อให้ชุมชนได้รู้เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นนอกชุมชน ทั้งชุมชนใกล้เคียง ทั้งในหรือต่างประเทศเป็นการหาความรู้ ความคิดใหม่ เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น การเรียนรู้ดังกล่าวอาจจะเป็นการไปดูงาน การประชุมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

การกำหนดทิศทางของชุมชน เป็นการนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ข้างต้นมา กำหนดทิศทางของชุมชน ทิศทางที่กำหนดก็คือ แผนแม่บทชุมชน หรือแผนร้านค้าชุมชน โดยมีแผนงาน โครงการต่างๆ เป็นแนวทางหรือมาตรการที่จะดำเนินการ

สรุปได้ว่าประวัติและความเป็นมาและการดำเนินงานร้านค้าชุมชน มาจากคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ กระทรวงคมนาคมตามกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนา ซึ่งรับผิดชอบมาตรการสร้างคุณภาพการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วย โดยให้มีการปรับปรุงที่พักริมทาง และจัดให้มีพื้นที่สำหรับร้านค้าจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ได้มอบหมายให้เป็นการดำเนินงานของเครือข่ายฯ เป็นกลุ่มผู้ดำเนินกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งเป็นไปตามลักษณะของโครงสร้างและหน้าที่ ทางสังคมในด้านฐานะสถาบันหรือระบบเศรษฐกิจ ร้านจำหน่ายสินค้านค้าชุมชนซึ่งก่อกำเนิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกเครือข่ายฯ

๒. ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าชุมชนประสบความสำเร็จ

ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ร้านค้าชุมชนประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจระดับชุมชนฐานราก และเป็นส่วนย่อยของระบบเศรษฐกิจในภาพรวม ในฐานะที่เป็นสถาบันของสังคม ย่อมทำหน้าที่ให้เกิดความสมดุลทางสังคมอีกหนึ่งช่องทาง ซึ่งต้องประสานและบูรณาการกับระบบอื่นๆ เพื่อให้เกิดความสมดุล โดยเฉพาะทางเศรษฐกิจ ซึ่งเศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจวัฒนธรรมชุมชน หรือเศรษฐกิจชนบท ก็เป็นส่วนย่อยของระบบเศรษฐกิจหลัก หรือภาพรวมทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่เล็กที่สุด เพราะเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจระดับครัวเรือน ระดับกลุ่ม ระดับชุมชนและระดับเครือข่าย ซึ่งทำหน้าที่ทางเศรษฐกิจเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมดังกล่าว ให้เกิดความสมดุลขึ้นในสังคม

ปัจจัยภายใน ที่ส่งผลให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จคือ ทูตต่างๆ ทางสังคมที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน เช่น ผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่นขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมพื้นฐานของสังคมไทย ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ภูมินิเวศ และบริบทแวดล้อมทางสังคม รวมทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพทรัพยากร

มนุษย์ ความสามารถในการบริหารจัดการชุมชน การจัดระบบความสัมพันธ์เชิงอำนาจใหม่ระหว่างชุมชนกับภายนอก ตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตาม มาตรฐานสินค้า การมีสถานะผู้นำ การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ความเสียสละ ความสามัคคีความตั้งใจและอดทน การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐในด้านการพัฒนาบุคลากรเทคนิควิทยาการวิชาความรู้ใหม่ๆ และข้อมูลข่าวสาร การรวมกลุ่มของสมาชิกและเครือข่ายฯ ทางด้านเศรษฐกิจ การติดต่อและการสื่อสาร ความรู้ด้านวิสาหกิจชุมชน ลักษณะผู้นำ การเข้าถึงแหล่งทุน บทบาทของนักพัฒนาผลประโยชน์ตอบแทนที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน กฎระเบียบของกลุ่มฯ การเรียนรู้ร่วมกัน มีความเป็นธรรมชาติ ความยุติธรรม โปร่งใส มีความเป็นประชาธิปไตย ความเอื้ออาทรเกื้อกูลต่อกัน รวมทั้งการมีสำนึกท้องถิ่นและส่วนรวม เป็นต้น รวมทั้งปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายรัฐ และด้านการเมือง การปกครอง การปะทะสังสรรค์ การผสมผสาน จากการไหลบ่าทางวัฒนธรรม ในยุคโลกาภิวัตน์ เป็นปัจจัยเสริมที่องค์กรนำมาปรับประยุกต์ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในกิจกรรม

๓. อุปสรรค ปัญหาในการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน

อุปสรรค ปัญหาในการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน แยกประเด็นศึกษา ดังต่อไปนี้

๓.๑ ด้านการบริหารจัดการ

๓.๑.๑ ขาดความรู้/ทักษะในการบริหารจัดการองค์กร การผลิตและการตลาด การจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและการเขียน โครงการ

๓.๑.๒ ขาดการบริหารจัดการที่ดี มีการประชุมไม่ต่อเนื่อง

๓.๑.๓ ข้อมูลไม่ชัดเจน ขาดการบันทึกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ และขาดการรายงานผล

๓.๑.๔ ขาดที่ปรึกษาที่ดี

๓.๑.๕ ผู้นำครอบงำ ขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิก

๓.๑.๖ ขาดการระดมทุน ไม่มีการบริหารจัดการทุนในชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพ และยั่งยืน

๓.๑.๗ ขาดการวิเคราะห์กิจกรรม ไม่มีแผนและเป้าหมายในการดำเนินงานที่ชัดเจน

๓.๑.๘ ไม่ได้ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ ไม่มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

๓.๑.๙ ไม่ได้เกิดจากการรวมกลุ่มที่ต้องการแก้ไขปัญหาและร่วมกันพัฒนา เช่น เป็นกลุ่มที่ตั้งเพื่อขอสนับสนุนเงินทุนและการสนับสนุนจากภาคี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตั้งขึ้นตามนโยบายของภาครัฐ ไม่ได้เกิดจากความต้องการของชาวบ้านอย่างแท้จริง รอเพียงการช่วยเหลือจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

๓.๒ ด้านสมาชิกและผู้นำวิสาหกิจชุมชน

๓.๒.๑ ขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการวิสาหกิจชุมชนและแนวคิดการ
พึ่งตนเอง

๓.๒.๒ ไม่เห็นความสำคัญในการพัฒนาตนเอง ขาดการใฝ่รู้ ขยันและ
กระตือรือร้น

๓.๒.๓ ไม่เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่ม หรือคาดหวังประโยชน์เพียง
การขอรับการสนับสนุนด้านเงินทุนและปัจจัยการผลิต

๓.๒.๔ ไม่เข้าใจบทบาทของตนเอง ขาดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม

๓.๒.๕ การดำเนินชีวิตไม่ยึดแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

๓.๒.๖ ขาดความเสียสละและซื่อสัตย์ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

๓.๒.๗ ไม่ปฏิบัติตามระเบียบของกลุ่ม มักใช้ระบบเครือญาติ/ระบบอุปถัมภ์

๓.๒.๘ ยึดติดกับเจ้าหน้าที่ ไม่เรียนรู้ที่จะพัฒนากันเอง

๓.๒.๙ ส่วนใหญ่มีอายุมาก

๓.๒.๑๐ มีภารกิจมาก มีหลายบทบาท

๓.๒.๑๑ ถูกขู่ว่าจากบุคคลภายนอกให้แตกความสามัคคี แข่งขันแก่งแย่งกัน

๓.๓ ด้านผู้นำ

๓.๓.๑ ผู้นำไม่เข้มแข็ง ขาดทักษะในการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ยัง
ไม่ได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างเต็มที่

๓.๓.๒ ผู้นำมักครอบงำความคิดของสมาชิก

๓.๓.๓ บางส่วนยังไม่เป็นที่ยอมรับของสมาชิกและชุมชน

๓.๓.๔ การดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นของผู้นำ

๓.๓.๕ ขาดความเสียสละและความเป็นผู้นำ

๓.๓.๖ ไม่ซื่อสัตย์ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน

๓.๔ ด้านกิจกรรม

๓.๔.๑ ทำตามกระแส ดำเนินกิจกรรมไม่ต่อเนื่อง มีการรวมตัวแบบหลวมๆ

๓.๔.๒ มุ่งรับการสนับสนุนจากภายนอก ไม่เน้นการพึ่งตนเองก่อน

๓.๔.๓ กิจกรรมที่ทำไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

๓.๔.๔ ไม่ได้เกิดจากความต้องการของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

๓.๔.๕ ขาดการจัดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ต่อเนื่อง

๓.๔.๖ สินค้ามีคุณภาพและปริมาณไม่สม่ำเสมอ ไม่มีการควบคุมมาตรฐาน

การผลิต

๓.๔.๗ สถานที่ อุปกรณ์ไม่เอื้ออำนวย ขาดงบประมาณ ขาดวัสดุอุปกรณ์ใน

ผลิตจากภายนอก

๓.๔.๘ บางช่วงขาดแคลนวัตถุดิบ ไม่มีวัตถุดิบในท้องถิ่น ต้องพึ่งปัจจัยการ

๓.๔.๙ เวลาเป็นตัวกำหนดกิจกรรม

๓.๔.๑๐ ขาดตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน

๓.๔.๑๑ ผลตอบแทนจากการทำกิจกรรมไม่คุ้มค่า

๓.๔.๑๒ ผลประโยชน์ไม่ลงตัว

๓.๕ ด้านนโยบายภาครัฐ

๓.๕.๑ ขาดการบูรณาการของภาครัฐ มักแยกส่วนกันทำงาน

๓.๕.๒ การทำงานของภาครัฐยังไม่มีระบบที่เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

๓.๕.๓ ระเบียบขั้นตอนการทำงานของภาครัฐ ทำให้การทำงานล่าช้า

๓.๕.๔ นโยบายส่วนใหญ่มาจากข้างบนสั่งการ ไม่ตรงตามความต้องการที่

แท้จริงของชุมชน

๓.๕.๕ ขาดการสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

๓.๕.๖ ขาดการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ สร้างความรู้ความเข้าใจในการ

พัฒนาวิสาหกิจชุมชนแก่ชุมชน

๓.๖ ด้านการทำงานของหน่วยงานภาครัฐและคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจ

ชุมชน

๓.๖.๑ เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายยังไม่ให้ความสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีการกิจกรรมมาก ไม่มีเวลาเข้าไปส่งเสริมอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

๓.๖.๒ เจ้าหน้าที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน

๓.๖.๓ เจ้าหน้าที่ยังไม่มีความสามารถในการกระตุ้นให้วิสาหกิจชุมชนเกิดการเรียนรู้เพื่อการพึ่งตนเองได้

๓.๖.๔ เจ้าหน้าที่ทำงานซ้ำซ้อน ขาดการบูรณาการในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างจริงจัง

- ๑.๖.๕ เจ้าหน้าที่ทำงานล่าช้า ยึดตามระบบราชการซึ่งมีระเบียบขั้นตอนมาก
ไม่รู้จักยืดหยุ่น
- ๑.๖.๖ เจ้าหน้าที่ไม่เข้าใจบทบาทของตนเอง และครอบงำความคิดของวิสาหกิจ
ชุมชน
- จากการปัญหาที่วิสาหกิจชุมชนไม่เข้มแข็ง ฟังตนเองไม่ได้ สรุปได้ดังนี้
๑. วิสาหกิจชุมชนขาดความพร้อมในการบริหารและความกระตือรือร้นใน
การดำเนินงาน
๒. ขาดความสามัคคี แยกแยก ขาดความร่วมมือกัน ขาดการพึ่งพาในสังคม
ต่างคนต่างอยู่
๓. รายจ่ายเพิ่มจากเดิม ต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากพึ่งพาปัจจัยภายนอกเป็น
ส่วนใหญ่
๔. ทุนชุมชนร่อยหรอเสื่อมโทรม สุขภาพไม่ดี อุปกรณ์เครื่องมือและสถานที่
ทำการชำรุด
๕. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน สินค้า
ขายไม่ได้ ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ตลาด/ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือ
๖. การทำกิจกรรมไม่ต่อเนื่อง หยุคชะงัก ไม่สามารถผลิตได้ตามเป้าหมาย
๗. สมาชิกมีส่วนร่วมน้อย ขาดแรงงาน/คนทำงาน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่
๘. ไม่เกิดกิจกรรมที่สร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง หนี้เพิ่มพูน และยากจนมากขึ้น
๙. สมาชิกเกิดความท้อแท้ เบื่อหน่าย สิ้นหวัง ขาดความเชื่อมั่นในหน่วยงาน
ภาครัฐ
๑๐. การแบ่งปันผลประโยชน์และการกระจายรายได้ไม่เป็นธรรม เกิดความไม่
วางใจกัน
๑๑. การรวมกลุ่มไม่ยั่งยืน เกิดการแตกสลาย ไม่อยากมาต่อทะเบียนวิสาหกิจ
ชุมชน
๑๒. เกิดการว่างงาน ตกงาน และการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ในเมือง
๑๓. การส่งเสริมของภาครัฐล้มเหลวและเกิดหนี้สินในหน่วยงานที่สนับสนุน
เงินทุน
๑๔. เป็นภาระของภาครัฐ ชาวบ้านรอคอยการช่วยเหลือ ไม่คิดพึ่งพาตนเอง
๑๕. ไม่ก่อให้เกิดการพัฒนา ไม่เกิดกระบวนการบริหารงานกลุ่มที่เข้มแข็ง
๑๖. เกิดนโยบายการพัฒนาต่างๆ สู้วิสาหกิจชุมชนมากขึ้น

๑๗. เอื้อประโยชน์ต่อนักการเมือง ถูกแทรกแซงง่าย เกิดระบบอุปถัมภ์
คอร์รัปชัน ติดตลิ่งบน

๑๘. ปัญหายังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างตรงจุดและเป็นระบบ

๑๙. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนา ขาดการ
สำนึกในการพัฒนาเนื่องจากตนเองไม่ได้ร่วมลงทุน ไม่รู้จักวิเคราะห์ ขาดการเรียนรู้ ค้นหาศักยภาพ
ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ขาดการใช้ทุนของชุมชน

๒๐. วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถบริหารจัดการได้เอง/พัฒนายกระดับให้สูงขึ้น
สู่การแข่งขัน

๒๑. ชุมชนขาดการเรียนรู้และโอกาสในการพัฒนาชุมชน ไม่ก่อให้เกิดองค์
ความรู้ในการพัฒนาชุมชน

๒๒. เศรษฐกิจรากหญ้าล้มเหลว สังคมแตกสลาย ไม่เกิดการพัฒนายั่งยืน

สำหรับอุปสรรค ปัญหาในการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน คือ มีพื้นที่จำกัด
ไม่เพียงพอต่อการรองรับจำนวนสินค้า บริการ และลูกค้า ทุนสำหรับการขยายการดำเนินงานของ
ร้านค้าชุมชน จากการค้นพบว่ามีข้อจำกัดด้านศักยภาพของบุคลากรไม่พร้อมต่อการรองรับการ
แข่งขันและการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร หน่วยงานรัฐ
มีข้อจำกัดในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน

อุปสรรคและปัญหาของการดำเนินงานวิธีการแก้ไข ในการดำเนินงานของร้านค้า
ชุมชน ในระยะแรกมีสาเหตุจาก คณะกรรมการบริหาร พนักงานขาย เจ้าหน้าที่ มีประสบการณ์น้อย
สำหรับการดำเนินการในเชิงหรือกึ่งทางธุรกิจ เงินทุนดำเนินการมีไม่มากพอ เพราะมีผู้ถือหุ้นน้อย
เนื่องจากไม่มีความมั่นใจว่าจะสามารถดำเนินการให้อยู่รอดได้ จำนวนสินค้าน้อยและไม่ได้
มาตรฐาน จำนวนลูกค้าก็มีจำนวนไม่มาก และเนื่องจากไม่มีงบประมาณสำหรับการโฆษณา
ประชาสัมพันธ์ ไม่มีความรู้ในด้านการคัดเลือกสินค้า ผู้ผลิตสินค้าบางรายผลิตและส่งสินค้าไม่ทัน
ตามกำหนด และไม่ติดตามผลการดำเนินงานของร้านจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนฯ รวมทั้งส่ง
สินค้าไม่สม่ำเสมอ ค่าใช้จ่ายในร้านฯ ไม่คงที่ คณะกรรมการบริหารบางส่วนไม่เข้าร่วมประชุม
และไม่ให้ความสำคัญต่อร้านจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนฯ และลูกค้ามีน้อย ทำให้การดำเนินการ
เป็นไปในลักษณะที่ลองผิดลองถูกในการดำเนินงาน แล้วเป็นผลทำให้ได้รับประสบการณ์ตรง และ
เป็นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงในบริบทด้านต่างๆ และสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ไปได้ด้วยดี
และเก็บบทเรียนไว้เป็นความรู้ และเป็นประสบการณ์ที่จะนำไปถ่ายทอดต่อผู้ที่ต้องการเรียนรู้และ
สาธารณชนผู้สนใจทั่วไปและหลังจากที่มีการปันผลกำไรตอบแทนให้กับคณะกรรมการบริหาร
และสมาชิกผู้ถือหุ้นในครั้งแรกซึ่งได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเป็นที่พึงพอใจมากกับผลที่ได้รับทำ

ให้ได้รับความสนใจและให้ความร่วมมือกันมากขึ้นในทุกภาคส่วน ส่งผลให้มีความก้าวหน้ามาจนถึงปัจจุบัน

๔. แนวทางการแก้ไขในการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

แนวทางการแก้ไขในการดำเนินงานร้านค้าชุมชน คือ หน่วยงานรัฐควรเปิดโอกาสและพื้นที่ให้กับองค์กรและส่งเสริมพัฒนาและสนับสนุนทุนในการดำเนินงาน พัฒนาเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน จัดหาเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงาน ควรมีการขยายพื้นที่ หรือสาขา เพื่อการเติบโตของร้านค้าชุมชน

๕. การบริหารจัดการร้านค้าชุมชน

ดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนตามแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ที่กำหนด การดำเนินงานนั้น วิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่งจะต้องมีการจัดการ การจัดทำบัญชี การผลิตสินค้าและจำหน่ายซึ่งชุมชนต้องลงมือปฏิบัติเองทางราชการเป็นผู้ให้การสนับสนุนและแนะนำส่งเสริม

การบริหารจัดการภายในร้านค้าชุมชนเป็นแบบระบบสหกรณ์ คือ แต่งตั้งคณะกรรมการในหน้าที่ฝ่ายต่างๆ เพื่อควบคุม ดูแล และตรวจสอบให้การทำงานเป็นไปอย่างมีระบบ ทั้งนี้สมาชิกจะได้ประโยชน์คือ มีเงินปันผลปลายปีเป็นเงินที่ได้จากการที่สมาชิกซื้อของในร้าน โดยบอกรหัสของสมาชิก ร้านค้าชุมชนทำให้สภาพเศรษฐกิจดีขึ้นเพราะมีการหมุนเวียนเงินภายในชุมชนมากขึ้น และสมาชิกจะได้รับเงินปันผลทุกปี โดยค่าสมัครเริ่มแรก ๕๐ บาท (รวมค่าบำรุงสมุด) หุ้นทั้งหมด ๙๙๑๐ หุ้น ยอดซื้อ ๑๐๐ : ๒ ผู้ที่ได้รับค่าตอบแทน ได้แก่ ประธาน พนักงานขาย ผู้ช่วย ส่วนพนักงานอาจมีค่าเบี้ยประชุม สำหรับเงินปันผลคิดจากค่ายอดกำไรส่ง ๔ ขยาย ๕ การบวกภาษี ๑๐ + ๓ % สถานที่ตั้งนั้นต้องจ่ายค่าเช่าให้วัดปีละ ๕๐๐๐ บาท

การระดมหุ้นมีฐานคิดที่ความเท่าเทียมกัน โดยกำหนดหุ้นเป็นครอบครัว หนึ่งครอบครัวลงหุ้นได้ไม่เกิน ๑๐,๐๐๐ บาท ในครอบครัวจะมีสมาชิกกี่คนก็ได้ ทั้งนี้เพื่อนเน้นการมีส่วนร่วมทั้งครอบครัว และขอบเขตที่ต้องระบุเช่นนี้ เพื่อว่าจะเกิดการกระจายหุ้นอย่างทั่วถึง และไม่กระจุกตัวที่คนใดคนหนึ่ง หรือครอบครัวครอบครัวหนึ่ง โดยเฉพาะ

นอกจากนี้ ร้านค้ายังเปิดโอกาสให้สำหรับกลุ่มต่างๆ ที่ตอบสนองต่อการบรรเทาทุกข์สร้างสุขของชุมชน สารารถลงหุ้นได้ไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ บาท ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หุ้นในร้านค้าชุมชนมีกลุ่มต่างๆ เข้าถือหุ้นอยู่ด้วย และนำส่วนต่างของกำไรเหล่านั้นปันผลเพื่อชุมชน และสร้างกลุ่มให้มีรายได้ขึ้นมา โดยให้แต่ละกลุ่มหนุนเสริมซึ่งกันและกัน มุมมองและวิธีคิดแบบนี้ จึงสร้างความเป็นกลุ่มที่ร้อยกันเป็นพวง สร้างรายได้หลายทาง แต่ผลกำไรทั้งหมดตกอยู่กับสมาชิกทุกคน การจัดการต้องเป็นระบบ ปันผลประโยชน์แก่สังคมเป็นเรื่องใหญ่

ตารางที่ ๒-๑ แสดงการจัดสรรการเงินของกลุ่มร้านค้าชุมชน

ที่	รายการ	อัตราปันผล
๑	ปันผลตามยอดผู้ถือหุ้น	ร้อยละ ๓๐
๒	ปันผลตามยอดซื้อ	ร้อยละ ๔๐
๓	กองทุนพัฒนาสังคม	ร้อยละ ๕
๔	กองทุนพัฒนากลุ่ม	ร้อยละ ๕
๕	ค่าตอบแทนคณะกรรมการ	ร้อยละ ๗
๖	กองทุนอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเล	ร้อยละ ๖
๗	กองทุนสวัสดิการสมาชิก	ร้อยละ ๗

สำหรับระบบและกระบวนการทำงานของร้านค้าชุมชน เมื่อมีสมาชิกมาซื้อจะมีการบันทึกไว้ทุกครั้งเพราะมีการปันผลจากยอดซื้อของแต่ละคน ซึ่งมากได้ผลตอบแทนขึ้นมา มาก นอกจากนั้นยังได้รับเงินปันผลจากยอดรวมที่ลงทุนไว้ด้วย เพราะเหตุนี้ร้านค้าชุมชนจึงเป็นที่พึ่งทางการเงินอีกทางหนึ่งและเป็นการอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกในหมู่บ้านในการซื้อสินค้าที่จำเป็นในแต่ละวัน

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะเป็นการเปลี่ยนจากการขายผลผลิตการเกษตรเป็นแปรรูปเพิ่มมูลค่าผลิตเป็นสินค้าขาย โดยเริ่มต้นขายภายในชุมชนแล้วนำผลผลิตที่เหลือขายยังชุมชนใกล้เคียงและชุมชนอื่นๆ

การดำเนินงานร้านค้าชุมชนเป็นกิจกรรมที่สร้างผลกำไรต่อเนื่องและยั่งยืน หากมีการบริหารจัดการที่ดี บนบริบทและฐานวัฒนธรรม ทั้งนี้ต้องไม่มองไปที่ธุรกิจหรือกำไร แต่มองว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างจริง เงินทุกบาทที่เสียไปก่อเกิดประโยชน์แก่ชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม

การบริหารจัดการในเรื่องร้านค้าชุมชนมีเทคนิคและวิธีการอีกมาก เพื่อให้เป็นร้านค้าชุมชน ของชุมชนอย่างแท้จริง มองกำไรเป็นเรื่องเล็ก มองการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องใหญ่ และมองไปให้ไกลว่า การสร้างร้านค้าชุมชน ตอบสนองต่อความสุข และความยั่งยืนของชุมชนได้อย่างไร

การบริหารงานร้านค้าชุมชน

การบริหารเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร เพราะจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในอันที่จะชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลว ความมีประสิทธิภาพหรือความไร้ประสิทธิภาพของหน่วยงาน เป็นเครื่องบ่งชี้ให้ทราบถึงความเจริญก้าวหน้าของสังคม ความก้าวหน้าทางวิชาการต่างๆ การบริหารเป็นลักษณะการทำงานร่วมกันของกลุ่มบุคคล ในองค์กร มีการวินิจฉัยสั่งการ นักบริหาร จะต้องคำนึงถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ การวินิจฉัยสั่งการ เป็นเครื่องแสดงให้ทราบถึงความสามารถของนักบริหารและความเจริญเติบโตของการบริหาร ผู้บริหารยุคปัจจุบัน ต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่หลากหลาย ทำทายและเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก จะต้องทำงานในแต่ละวันที่ยาวนานต้องแก้ปัญหาที่ยุ่งยากซับซ้อนตลอดเวลา ต้องเผชิญกับการแข่งขันทั้งระดับโลก ระดับภูมิภาคและระดับภายในประเทศ ต้องใช้เวลาติดตามระเบียบข้อบังคับของรัฐและถูกกดดันจากกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ มากมาย นับวันงานบริหารจะยิ่งยุ่งยากมากขึ้น อันเกิดจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ภาวะวิกฤติทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ลักษณะงานของผู้บริหารจึงไม่แน่นอน เสี่ยงกับภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและความหลากหลายต่างๆ แต่ขณะเดียวกันในภาวะที่ทำทายเหล่านั้น ผู้บริหารที่มีความสามารถ ก็อาจแสวงหาโอกาสและความสำเร็จเปรียบให้เกิดแก่องค์กรได้ (เสนาะ ดิเยาว์, ๒๕๔๖ : ๕)

ร้านค้าชุมชนมีการบริหารงานโดยชุมชน เพื่อชุมชน ทุกคนได้รับประโยชน์ร่วมกัน หลังดำเนินงานสักระยะหนึ่ง ก็มีสมาชิกเพิ่มขึ้น เราอยากให้ชาวบ้านเข้ามาเป็นสมาชิกเยอะๆ เพื่อป้องกันมิให้พ่อค้าคนกลางมาลงทุนค้ากำไรเกินควร โดยมีสินค้าที่จำหน่าย คือ บั๊มน้ำมัน เพื่อใช้ในการเกษตรและสัญจรเดินทาง ปุ๋ย ยา อาหารสัตว์ทางการเกษตร และสินค้าอุปโภคและบริโภคตามความต้องการของสมาชิก รวมไปถึงอาหารและสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

๑. ความหมายของการบริหาร

การบริหารเป็นกิจกรรมของสังคมมนุษย์ เกิดขึ้นมาควบคู่กับการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นกระบวนการที่ช่วยให้สังคมมนุษย์ดำรงอยู่ได้อย่างสงบสุข โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้งิจกรรมหรืองานบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในทางทฤษฎีได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่าการบริหารไว้มากมายหลายแนวคิด ดังนี้

คำว่า การบริหาร (Administration) และการจัดการ (Management) มีความหมายอย่างเดียวกัน แต่นิยมใช้ต่างสถานการณ์กัน คำว่า การบริหาร มักใช้กับกิจการสาธารณะหรือราชการ ส่วนคำว่า การจัดการ นิยมใช้กับกิจการธุรกิจหรืออุตสาหกรรม โดยเหตุนี้ เราจึงเรียกผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารในหน่วยราชการว่า ผู้บริหาร (Administration) ในขณะที่บริษัทห้างร้าน เรียกว่า

ผู้จัดการ (Manager) เนื่องจากกิจการคณะสงฆ์เป็นกิจการที่มุ่งประโยชน์และความสุขแก่มหาชน และจึงได้ใช้คำว่าการบริหารกิจการคณะสงฆ์ (Sangha Administration) และเรียกผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารโดยรวมๆ ว่าผู้บริหารกิจการคณะสงฆ์

พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี) (๒๕๔๖: ๓๓) ได้กล่าวถึง การบริหาร (Administration) หมายถึง กระบวนการจัดการ และดำเนินการต่างๆ ด้าน เพื่อให้การคณะสงฆ์ ซึ่งตั้งอยู่บนฐานของการวัด และเป็นฐานรองรับพระศาสนามีความก้าวหน้า สามารถอำนวยประโยชน์ เสริมสร้างความผาสุก ความถูกต้อง ความเป็นระเบียบเรียบร้อยดีงาม และแสดงความเมตตาอนุเคราะห์ต่อปวงชน ปราบกษัตริย์ทั้งทางรูปธรรมและนามธรรม

นอกจากนี้ ชงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ (๒๕๔๐ : ๓-๔) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการเป็นกระบวนการของการแสวงหา และการผสมผสานทรัพยากรที่สำคัญ ๓ ประเภท คือ มนุษย์ การเงิน และทรัพยากรด้านกายภาพ เพื่อที่จะได้บรรลุเป้าหมายหลักขององค์การในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นที่ปรารถนาของสังคม การบริหารโดยสรุปก็คือ

๑. การทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้สำเร็จโดยลำพังคนเดียว ไม่ใช่การบริหาร หรือการจัดการ การบริหารหรือการจัดการเกิดขึ้นในบริบทของกลุ่ม โดยอย่างน้อยที่สุดกลุ่มนั้น จะต้องมีจำนวนสมาชิกตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป

๒. กลุ่มบุคคลดังกล่าวจะต้องมีเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน และผู้จัดการจะมีบทบาทสำคัญในการชี้แนะให้แนวทางในการกำหนดเป้าหมายของกลุ่มหรือเป็นผู้ที่กำหนดเป้าหมายของกลุ่มเอง ในกรณีที่เป้าหมายของกลุ่มมิได้กำหนดขึ้นมาจากภายนอกหรือจากหน่วยงานระดับเหนือขึ้นไป

๓. การจัดการเป็นงานด้านสมอง ใช้ความคิด ปฏิภาณ และการตัดสินใจ เพื่อสร้างเงื่อนไขและรักษาไว้ซึ่งเงื่อนไขสำหรับการบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

ในหนังสือที่เกี่ยวกับการบริหาร ได้ให้ความหมายของการบริหารหลายอย่าง เช่น “การบริหารคือ การทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยคนอื่น” ความหมายนี้เป็นการระบุว่า ผู้บริหารไม่ได้ลงมือทำงานด้วยตัวเองแต่ทำงานโดยการสั่งให้คนอื่นทำ ภายในสภาพองค์การที่กล่าวมานี้ ทรัพยากรด้านบุคคล จะเป็นทรัพยากรหลักขององค์การที่เข้ามาร่วมกันทำงานในองค์การ ซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่นๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม “การบริหารคือกิจกรรมในการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล” ตามความหมายนี้ การบริหารได้แก่กิจกรรม ในการวางแผน การจัดองค์การ การจูงใจและการควบคุมทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรวัตถุ ให้บรรลุ

เป้าหมายขององค์กรด้วยดี “การบริหารคือกระบวนการทำงานกับคนและวัตถุเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรด้วยดีอย่างมีประสิทธิภาพ”

การบริหาร หมายถึง กระบวนการของการวางแผน การจัดองค์การ การมีส่วนร่วม และการควบคุมกำลังความพยายามของสมาชิกองค์กร และการใช้ทรัพยากรอื่นๆ เพื่อความสำเร็จในเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ (สมยศ นาวิกาน, ๒๕๓๘ : ๑๘) นอกจากนี้การบริหารยังเป็นกระบวนการของการรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยผู้บริหารเป็นผู้นำทรัพยากรมนุษย์ไปสู่การใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรที่ไม่ใช่มนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

จากการให้ความหมายของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า การบริหาร หมายถึง การร่วมมือกันทำงานด้วยวิธีการต่างๆ ให้ร้านค้าชุมชน บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ร่วมกันตั้งเอาไว้โดยอาศัยทรัพยากรการบริหาร ซึ่งได้แก่ บุคลากร เงิน วัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการจัดการที่เหมาะสม ที่จะทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ มีความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี มีประสิทธิภาพ โดยใช้กระบวนการวางแผน การปฏิบัติการและการประเมินผล โดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ความเจริญงอกงามและความสำเร็จของหน่วยงานนั้นๆ เป็นหลักซึ่งมีองค์ประกอบต่างๆ ที่จะต้องนำมาใช้ โดยที่ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้แสดงความเป็นมืออาชีพของการบริหาร

๒. หลักธรรมสำหรับนักบริหารที่ดี

การเป็นนักบริหารที่ดีควรที่จะมีหลักธรรมมาใช้ในการบริหาร ซึ่งจะทำให้การบริหารงาน บริหารคน พาธุรกิจ และภารกิจบรรลุสำเร็จสมประสงค์ ซึ่งพระพิพิธธรรมสุนทร วัดสุทัศน์เทพวราราม ได้พูดถึงหลักนักบริหารที่ดีไว้ ๗ ประการ (พระพิพิธธรรมสุนทร (สุนทร ญาณสุนทรโร), คติธรรมนำชีวิต, ๒๕๔๑ : ๖๒) คือ

๒.๑ มีความรู้กว้างขวาง วิชาจรณสัมปันโน คือ ต้องเพิ่มพูนความรู้อยู่เสมอ ผู้บริหาร ที่ขี้เกียจ ไม่หาความรู้มาใส่ตน ลูกน้องจะไม่เคารพนับถือ จึงต้องเชิญคนมีความรู้มาบรรยายให้ฟังโลกวิทู คือ ต้องรู้ทะลุถึงอุปนิสัยใจคอของลูกน้องและสามารถแก้ไขอุปนิสัยที่ไม่ดีให้ดีขึ้นได้

๒.๒ ใ้วางใจ ผู้บริหาร ต้องหัดใ้วางใจคนบ้าง และจงใ้วางใจคนที่น่าใ้วางใจ ซึ่งจะต้องดูอุปนิสัยหรือคุณสมบัติคนที่น่าใ้วางใจ ๕ ประการ คือ ขยัน อดทน ประหยัด ซื่อสัตย์ พัฒนาฝีมือคนขยัน งานก็มีโอกาสสำเร็จ คนที่อดทนไม่ท้อถอย งานหนักเหนื่อยยากอย่างไรก็ยังสู้ไม่ท้องานกลางคัน คนที่ใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่าย หนาใหญ่ ใจโต มักใช้เงินในการดำเนินการที่ไม่ประหยัด คนที่ ไม่ซื่อสัตย์นี้ต่อแหลมต่อการเอาเงินของบริษัทไปปลุกหรือโกงกิน สุดท้ายเป็นเรื่องของฝีมือ ซึ่งต้องพัฒนาเรื่อยๆ ผลงานออกมาจะได้มีคุณภาพ ปลอดภัย ไม่กระทบสิ่งแวดล้อม

๒.๓ ให้โอกาส ผู้บริหารควรให้โอกาสลูกน้อง เพื่อเป็นที่ฝึกฝนความชำนาญจากการผ่านประสบการณ์ในด้านต่างๆ การให้โอกาส มี ๒ อย่าง คือ ๑. ให้โอกาสทำงานเพื่อพัฒนาฝีมือ ๒. ให้โอกาสแก้ไขงานที่ผิดพลาด

๒.๔ ปราศจากอคติ หรือลำเอียง ผู้บริหารไม่ควรตัดสินด้วยความลำเอียง สาเหตุที่มือคดก็คือ เพราะรัก (ฉันทาคติ) เพราะเกลียด (โทษาคติ) เพราะหลง (โมหาคติ) และเพราะกลัว (ภยาคติ)

๒.๕ มีความดำริก้าวหน้า เป็นผู้บริหารต้องมีหัวก้าวหน้า ปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง(Continuous Improvement) ต้องมองเห็นการนำวิทยาการสมัยใหม่มาพิจารณาเพื่อประยุกต์ใช้ เพื่อให้ทันกับสนามการค้า อย่าไปยึดติดกับสิ่งเก่า ล้าสมัย ที่ทำให้เสียเปรียบในด้านการแข่งขัน เว้นแต่ จะบอกได้ว่าของล้าสมัยดีกว่าของทันสมัยได้อย่างไร ผู้บริหารสมัยใหม่เดี๋ยวนี้นิยมระดมสมองประชุมโต๊ะกลม ระดับปฏิบัติการก็มีการระดมสมองด้วยกลุ่มคุณภาพ (QCC)

๒.๖ เกิดปัญหาเร่งแก้ไข ผู้บริหารไม่ควรหมกมุ่นปัญหาไว้ มิเช่นนั้นปัญหาต่างๆ จะสะสมพอกพูน จนเกิดวิกฤต ด้านคุณภาพงาน คุณภาพสินค้าบริการ และอาจเป็นเหตุให้ธุรกิจล่มสลายได้ การแก้ปัญหานั้น ต้องพิจารณาด้วยว่ามีเหตุปัจจัยจากอะไร แล้วก็ไปแก้ที่เหตุนั้นแก้ไขเฉพาะหน้า เรียกว่าแก้อาการ (Corrective) ถ้าแก้แบบก่อนหน้าเรียกว่า ป้องกัน (Prevention)

๒.๗ ป้องกันภัยผู้ทำงาน เป็นผู้บริหารที่ดีต้องป้องกันลูกน้อง ภัยที่จะเกิดขึ้นกับลูกน้องซึ่งมีหลายด้าน เช่น การป้องกันอุบัติเหตุ และอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับลูกน้องขณะปฏิบัติงาน ป้องกันการทะเลาะเบาะแว้ง มีเรื่องราวกับบุคคลภายนอก เป็นต้นหลักนักบริหารที่ดี ๗ ประการ มีความรู้กว้างขวาง ใฝ่หาความรู้ ใฝ่หาโอกาส ปราศจากอคติ มีความดำริก้าวหน้า เกิดปัญหาเร่งแก้ไข และป้องกันภัยผู้ทำงาน ซึ่งหลักนี้ก็เป็นอีกแง่มุมหนึ่ง ที่แตกต่างไปจากหลักบริหารอื่นๆ ที่ผู้บริหารควรพิจารณา

เกรียงไกร เศรษฐไกรกุล (๒๕๔๕ : ๘๖) ได้กล่าวถึง ลักษณะผู้บริหารที่ดี (นายใช้เพื่อนชม ลูกน้องชอบ) ผู้บริหารที่เกือบดี (นายชอบ เพื่อนชม ลูกน้องเฉย) ผู้บริหารที่ไม่ดี (นายไม่ชอบ เพื่อนเฉยลูกน้องชัง) และผู้บริหารที่หาดีไม่ได้ (นายเฉย เพื่อนชัง ลูกน้องชัวเพราะตัวเองก็ชัว) ส่วนลักษณะผู้บริหารที่ไม่พึงประสงค์ คือ มาดประชัน กันทำลูกน้อง ยกย่องตน สนแต่เรื่องอื่นต้นเจ้านาย ใฝ่สองชั้น ฉันทาเอง และไม่เกรงใจ

หลักการบริหารโดยทั่วไป ที่ควรใช้ประกอบการบริหารงานวัดให้ได้ผลดีมีประสิทธิภาพสูง (High Efficiency) คือให้ได้ประสิทธิผลสูง (High Effectiveness) ด้วยค่าลงทุนต่ำ (Low Investment Value) คือ ประหยัดและคุ้มค่า ได้แก่

๑. การรู้จักกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives) ทั้งวัตถุประสงค์หลัก วัตถุประสงค์รอง การวางนโยบาย (Policy Formation) เพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยดีมีประสิทธิภาพสูง

๒. การรู้จักริเริ่ม (Initiation) โครงการที่เป็นแก่นสาร อันจะยังสารประโยชน์แก่ตนเองและหมู่คณะ และการรู้จักจัดลำดับความสำคัญเร่งด่วน (Priority) ในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้พอเหมาะกับงบประมาณ (Budget) และทรัพยากร (Resources) ที่มีและ/หรือที่คาดว่าจะมีจะได้ (อย่างใกล้เคียงที่สุด) ให้เหมาะสมกับกำลังคน (Man Power) และกาลเวลา (Timing)

๓. การรู้จักวางแผนโครงการ (Project Planning) เพื่อปฏิบัติงาน (Operations) ตามนโยบายทั้งในระยะสั้น (Short Term) และระยะยาว (Long Term)

๔. การรู้จักแบ่งงาน (Division of Work) และการมอบหมายอำนาจหน้าที่การงาน (Delegation of Authority) แก่บุคคล หรือคณะบุคคลหน่วยรองลงไป ให้ปฏิบัติกิจกรรมหรือดำเนินโครงการต่างๆ ตามความเหมาะสมแก่สติปัญญา ความสามารถ ความถนัด และตามอัธยาศัยใจคอของแต่ละท่าน หรือแต่ละกลุ่มบุคคล (Put the Right Man on the Right Job)

๕. รู้จักประสานความสามัคคี (Unity) และประสานประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Interest) ของหมู่คณะ ให้เกิดความสามัคคีปรองดอง ให้เห็นแก่ประโยชน์โดยรวม คือ พระพุทธศาสนาาร่วมกัน ให้สำนึกในหน้าที่รับผิดชอบต่อตนเอง (Safety-responsibilities) และความรับผิดชอบต่อส่วนรวม (Mutual-responsibilities) คณะสงฆ์ในพระธรรมวินัยนี้ร่วมกันและให้มีความร่วมมือ (Cooperation) ประสานงาน (Coordination) และช่วยเหลือ (Assistances) ซึ่งกันและกัน

๖. รู้จักปกครองบังคับบัญชา (Supervision and Control) มีการวินิจฉัยสั่งการ (Decision Making) ด้วยความถูกต้อง (Rightness) ความเหมาะสม (Propemess) ความบริสุทธิ์ (Fair Mind) และความยุติธรรม (Justice)

๗. รู้จักติดตาม (Fellow-up) และประเมินผลงาน (Evaluation of Work) และการรายงาน (Reporting) เพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานในแต่ละโครงการ ของแต่ละบุคคล และ/หรือ คณะบุคคล ผู้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ รับผิดชอบไปปฏิบัติงานในระดับต่างๆ เป็นระยะๆ เพื่อให้สามารถทราบปัญหาและเพื่อพิจารณาวินิจฉัยข้อหรือวิธีแก้ไขปัญหในปัจจุบัน และวิธีป้องกันปัญหาในอนาคต

สรุปได้ว่าได้ว่า นักบริหารที่ดี ก็คือนักป้องกันแก้ไขปัญหาที่ดี นั่นเอง จะต้องเป็นนักเผชิญปัญหา ไม่ใช่เป็น นักหนีปัญหา หรือ นักหมกปัญหา กล่าวคือจะต้องคอยสดับรับฟัง รับทราบปัญหาจากผู้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่การปฏิบัติงานโครงการต่างๆ

โดยวิธีการติดตามประเมินผลงาน และรับทราบรายงานผลการปฏิบัติงาน ปัญหา และทั้งข้อเสนอแนะจากผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยดี แล้วจึงพิจารณาวินิจฉัยจากการรายงาน ข้อมูล ที่ถูกต้องที่เชื่อถือได้ ที่ตรงประเด็นและที่สมบูรณ์ เพื่อทำการตัดสินใจสั่งการด้วยเหตุผล หลักการ และหลักกรรม กฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานนั้น

การประยุกต์ใช้หลักภาวะผู้นำเชิงพุทธในร้านค้าชุมชนที่ดี ฟังปกครองดูแล ผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยความถูกต้อง คือเอาใจเขามาใส่ใจเรา และจะต้องช่วยปกป้องคนดี คนมีความรู้ ความสามารถ และมีคุณธรรมจากการถูกเบียดเบียนโดยไม่เป็นธรรมและยังจะต้องช่วยสนับสนุน อุปถัมภ์ค้ำจุน ให้เขาสามารถปฏิบัติงาน ในหน้าที่รับผิดชอบโดยสะดวกและปลอดภัย กล่าวหาคนที่ควรตำหนิ กล่าวชมเชย ยกย่อง คนดีที่ควรยกย่องตามที่เป็นจริง ในโอกาสอันควร ก็จะช่วยความ เจริญรุ่งเรือง และสันติสุขอย่างมั่นคง แก่ร้านค้าชุมชนที่บริหารนั้น

๓. ทักษะการบริหารของผู้บริหาร

ทักษะการบริหารในสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ความสามารถทางการบริหารที่ผู้บริหารจำเป็นต้องมี ภารกิจบรรลุผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ขององค์กร จึงมีนักวิชาการที่คิดค้นว่าผู้บริหารควรมีความรู้ ความสามารถหรือมี ทักษะการบริหาร ด้านใดบ้าง แนวคิดต่างๆมี ดังนี้

Paul Hersey and Kenneth H. Blanchard (๑๙๗๗ : ๖-๗) กล่าวถึงวิธีการที่ เรียกว่า "สามทักษะ" (Three-Skill Method) พบว่าผู้บริหารต้องมีความสามารถในการบริหาร ๓ ด้าน สรุปลักษณะสำคัญ ดังนี้

๑. ทักษะเชิงเทคนิค (Technical Skill) หมายถึง ความสามารถในการใช้ความรู้ ใช้เครื่องมือระเบียบวิธีการปฏิบัติงานวิธีการทำงานที่เหมาะสมให้งานบรรลุผลสำเร็จประกอบด้วย ทักษะ ๓ ทักษะ คือ การวางแผน กระบวนการกลุ่มและติดต่อสื่อความหมาย และการจัดการ

๒. ทักษะเชิงมนุษย (Human Skill) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงาน ร่วมกับคนสามารถเข้าใจและจงใจคนอื่นให้ร่วมมือร่วมใจทำงานได้อย่างดี ประกอบด้วยทักษะ

๓. ทักษะ คือ การจงใจและบำรุงขวัญ การประสานงานและการใช้หลักกรรม

๔. ทักษะเชิงมโนคติ (Conceptual Skill) หมายถึง ความสามารถเข้าใจถึงส่วน ต่างๆของหน่วยงานที่สัมพันธ์กัน สามารถคิดวิเคราะห์ตัดสินใจให้งานต่างๆ ดำเนินไปอย่างมี ประสิทธิภาพ ประกอบด้วยทักษะ ๓ ทักษะ คือการเป็นผู้นำ การตัดสินใจ และการจัดความขัดแย้ง

ทักษะการบริหารของผู้บริหาร “สามทักษะ” ที่ผู้บริหารจะทำหน้าที่ของตนได้ดีเพียงใดจะประสบความสำเร็จมากน้อยกว่ากันหรือไม่ขึ้นอยู่กับทักษะทั้ง ๓ ดังมีสาระสำคัญสรุปได้ (วิจิตร ศรีสะอ้าน, ๒๕๒๓ : ๓๗-๓๘) ดังนี้

๑. ทักษะเชิงเทคนิค หมายความว่าความสามารถในการใช้เทคนิควิธีที่เหมาะสม ในการบริหารงานให้บรรลุผล เป็นทักษะที่ผู้บริหารพัฒนาตนเองได้ไม่ยากส่วนมากจะบรรลุไว้ในวิชาต่างๆ ทางบริหาร ทักษะด้านนี้ผู้บริหารจะต้องมีประกอบด้วย ๑) ทักษะด้านการวางแผน (Planning Skills) ๒) ทักษะด้านกระบวนการกลุ่มและการติดต่อสื่อความหมาย (Group process and Communication Skills) ๓) ทักษะด้านการจัดการ (Management and Organization Skills)

๒. ทักษะเชิงมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ความสามารถของผู้บริหารในการเสริมสร้างพลังความร่วมมือระหว่างสมาชิกของหน่วยงาน ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานกับคน ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่สุดผู้บริหารจะต้องพัฒนาตนเองให้มีทักษะทางด้านนี้ที่สำคัญจะต้องรู้จักตนเอง มีความมั่นใจและมั่นคงในอารมณ์พยายามเข้าใจผู้อื่น มีใจกว้าง และรับฟังความคิดเห็นผู้ร่วมงาน ต้องยึดหลัก รู้จักตน เข้าใจคน เพื่อผลงาน

๓. ทักษะเชิงมโนคติ หมายถึง ความสามารถของผู้บริหารในการเข้าใจหน่วยงานในทุกลักษณะ เห็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานและกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน รวมทั้งความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นๆ เป็นทักษะที่ผู้บริหารระดับหัวหน้าหน่วยงานจะขาดเสียไม่ได้ทักษะนี้ ผู้บริหารจะต้องมี ประกอบด้วย ๑ การตัดสินใจ (Making Decisions) และ ๒. การขจัดความขัดแย้ง (Managing Conflict) ความจำเป็นที่จะต้องมี หรือใช้ทักษะทั้งสามขึ้นอยู่กับระดับความรับผิดชอบของผู้บริหาร โดยที่ผู้บริหารระดับต้น จำเป็นต้องใช้ทักษะเชิงเทคนิคมาก และทักษะเชิงมนุษยสัมพันธ์และมีทักษะเชิงมโนคติน้อยกว่าตามลำดับ ผู้บริหารระดับกลางใช้ทักษะเชิงเทคนิคน้อยกว่าระดับต้น แต่อาจต้องใช้ทักษะเชิงมนุษยสัมพันธ์และทักษะเชิงมโนคติมากกว่าส่วนผู้บริหารระดับสูงต้องใช้ทักษะเชิงมโนคติและเชิงมนุษยสัมพันธ์มาก ส่วนทักษะเชิงเทคนิคใช้น้อย

กิติมา ปรีดีดิถ (๒๕๓๕ : ๒๗๔) การทำงานทุกอย่างนอกจากจะต้องคำนึงถึงวิธีการที่เหมาะสมและแนบเนียนในการทำงาน เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายที่ต้องการแล้ว ผู้บริหารยังจำเป็นต้องสร้างทักษะต่างๆ ให้เกิดขึ้น เพื่อช่วยให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ทักษะที่ผู้บริหารจำเป็นต้องสร้างขึ้นให้เป็นสมบัติประจำตัวคือ ทักษะในด้านกลวิธีการทำงาน ทักษะในด้านความคิดรวบยอด และทักษะในด้านมนุษยสัมพันธ์

สรุปได้ว่าทักษะการบริหารร้านค้าชุมชน ที่สำคัญที่ผู้บริหารจำเป็นต้องมี เพื่อจะได้ปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมีหลายประการ แต่อาจสรุปได้เป็นทักษะด้านต่างๆ ๓ ด้าน คือ ทักษะเกี่ยวกับเทคนิค ทักษะเกี่ยวกับคน และทักษะเกี่ยวกับความคิด (เชิงปัญญา)

๔. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร

การบริหารโดยทั่วๆ ไปจะมีลักษณะเป็นกระบวนการวิธี หรือเป็นการกำหนดขั้นตอนในการปฏิบัติงานหรือเป็นลำดับรายการในการบริหาร ก็จะต้องมีลำดับรายการก่อนหลังว่าจะต้องทำอะไรก่อนและต่อๆ ไปจะทำอะไรซึ่งจัดไว้ว่า หลักเกณฑ์ตามวิธีการทางวิทยาศาสตร์ (Scientific management) กระบวนการบริหารจะกำหนดขอบเขตและหน้าที่ตามขั้นตอนต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน นักบริหาร นักวิชาการ ตลอดจนนักการศึกษา ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริหารไว้ ดังนี้

การบริหารได้พัฒนาการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ซึ่งมีพื้นฐานอยู่ในหลักการ (principles) ที่สำคัญ ๔ ประการ (ธงชัย สันติวงษ์, ๒๕๔๓ : ๔๘) คือ

๑. ต้องมีการคิดค้นและกำหนดวิธีที่ดีที่สุด (One Best Way) สำหรับงานที่ทำแต่ละอย่าง คือ ต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุดที่ช่วยให้สามารถทำงานเสร็จลุล่วงไปด้วยดีตาม วัตถุประสงค์ มาตรฐานของงานจะต้องมีการจัดวางเอาไว้ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ได้พิสูจน์มาแล้วว่า เป็นวิธีที่ดีที่สุดจริง และในเวลาเดียวกัน การจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจต่างๆ ก็จะช่วยทำให้ตามผลผลิตทั้งหมดสำหรับส่วนที่เกินมาตรฐาน

๒. ต้องมีคัดเลือกและพัฒนาคนงาน โดยตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าของการรู้จักงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับคนงาน นอกจากนี้ ต้องมีการอบรมคนงานให้รู้จักวิธีการทำงานที่ถูกต้องด้วย และในการคัดเลือกคนงานจะต้องมีการพิจารณาเป็นพิเศษที่จะให้ได้คนที่มีคุณสมบัติ ที่ดีที่สุดตรงตามงานที่จะให้ทำ

๓. ด้วยวิธีการพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับวิธีทำงาน ควบคู่กับการพิจารณาคนงานนี้ คนงานจะไม่คัดค้านต่อวิธีทำงานใหม่ที่ได้กำหนดขึ้น เพราะโดยหลักเหตุผลคนงานทุกคนจะเห็นจริงถึง โอกาสที่เขาจะได้รับรายได้สูงขึ้น จากการทำงานถูกวิธีที่จะช่วยให้ได้ผลผลิตสูงขึ้น

๔. การประสานร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและคนงานฝ่ายบริหาร ควรจะได้ประสานอย่างใกล้ชิดเป็นประจำกับคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน แต่ต้องไม่ใช่โดยการไปลงมือปฏิบัติงานที่ควรจะเป็นงานของคนงานเท่านั้น

วิธีการต่างๆ ล้วนแต่เป็นวิธีการที่มีหลักเกณฑ์ตามหลักวิทยาศาสตร์ ทำให้เกิดทฤษฎีการบริหารขึ้นมาและได้เสนอแนะว่า ผู้บริหารต้องมีบทบาทเป็นจุดกลางของปัญหาและความสำเร็จของกลุ่ม ที่จะต้องรับผิดชอบนำเอาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ประสิทธิภาพของกลุ่มมาคิดวิเคราะห์และปรับปรุงหาทางออกให้ได้เป็นผลดีที่สุดสำหรับกลุ่มให้ดีขึ้นและมากขึ้นเรื่อยๆ

หลักกระบวนการบริหารมีอยู่ ๕ ประการคือ

๑. การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดนโยบายและมาตรการอันเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

๒. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การกำหนดตำแหน่งสายบังคับบัญชาในองค์การ

๓. การแต่งตั้งบุคลากร (Staffing) หมายถึงการสรรหามอบบุคลากรมาบรรจุแต่งตั้งในตำแหน่งที่กำหนดไว้

๔. การอำนวยการ (Directing) คือกำกับ สั่งการและมอบหมายให้แต่ละฝ่ายได้ปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้

๕. การควบคุม (Controlling) คือการติดตามดูว่าแต่ละฝ่ายปฏิบัติงานไปถึงไหน มีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นที่ใด

ผู้บริหารหรือผู้จัดการที่ประสบความสำเร็จควรต้องมีความรู้ความเข้าใจในความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการกระทำหน้าที่ (Function) และการแสดงบทบาท (Roles) iva ดันศตวรรษที่ ๒๐ นักธุรกิจชาวฝรั่งเศสผู้หนึ่ง คือ Henri Fayol ได้เสนอตัวแบบหน้าที่สำคัญ ๕ ประการของการจัดการ คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling)

สองทศวรรษต่อมา Gulick and Urwick ได้เสนอหลักว่าด้วยหน้าที่ของการบริหาร ที่รู้จักกันแพร่หลายในนามของหลัก POSDCoRB ซึ่งย่อมาจากหน้าที่หลักของการบริหาร ๗ ประการ คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การคัดเลือก หรือการสรรหามอบบุคลากร (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งหลัก POSDCoRB นี้ขยายความมาจากหน้าที่ทางการจัดการของ Fayol นั้นเอง โดยแยกหน้าที่ทางการคัดเลือกหรือสรรหามอบบุคลากรออกมาจากการจัดองค์การ ส่วนหน้าที่การควบคุมถูกแบ่งออกเป็นสองหน้าที่ คือ การรายงานผลการปฏิบัติงาน และการงบประมาณ หลัก POSDCoRB นี้ได้รับการยอมรับว่าเป็นหน้าที่สำคัญของการบริหารหรือการจัดการในภาครัฐมาเป็นเวลานาน

ทศวรรษที่ ๘๐ โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก ผู้บริหารและนักวิชาการตระหนักถึงความไม่เพียงพอของหน้าที่ทางการจัดการของฟาโยลและหลัก POSDCoRB ในปี ค.ศ.๑๙๘๓ Garson และ Overman ได้เสนอหลัก PAFHRIER ขึ้นมาซึ่งเป็นคำย่อมาจากหน้าที่หลักของการบริหารหรือการจัดการสมัยใหม่ ๕ ประการ คือ

๑. PA ย่อมาจาก Policy Analysis คือการวิเคราะห์นโยบาย ซึ่งกินความหมายมากกว่าการวางแผน การวิเคราะห์นโยบายรวมไปถึงการวิเคราะห์ว่าอะไรคือวัตถุประสงค์ หรือ เป้าหมายของนโยบาย การกำหนดนโยบาย และการวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบาย ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับการบริหารในภาครัฐ ภาคเอกชนในปัจจุบันก็ตระหนักถึงความจำเป็นสำหรับการวิเคราะห์แผน หรือนโยบายเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

๒. F ย่อมาจาก Financial Management หรือการจัดการทางการเงินหรือ การคลังเป็นหน้าที่สำคัญสำหรับการบริหารหรือการจัดการขององค์กรทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน แต่ถูกละเลยมิได้มีการกล่าวถึงในอดีต

๓. HR ย่อมาจาก Human Resource Management คือการจัดการทางด้าน ทรัพยากรมนุษย์ มีความหมายกว้างกว่าการคัดเลือกหรือสรรหาบุคลากรบุคลากรขององค์กร จำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรม การเรียนรู้และพัฒนา ได้รับการมอบหมายอำนาจ (Empowerment) ต้องมีคุณภาพในการทำงาน และมีคุณภาพชีวิตอีกด้วย

๔. I ย่อมาจาก Information Management เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคของสังคมสารสนเทศ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการจัดการทางด้านสารสนเทศเพื่อประโยชน์ ในการนำเอาสารสนเทศมาประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารด้วย

๕. ER ย่อมาจาก External Relations สะท้อนให้เห็นถึงสังคมในยุคปัจจุบันที่ องค์กรต่างๆ จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กันในเชิง Synergistic และ Symbiotic เพิ่มมากขึ้นดังกล่าว ข้างต้น จึงมีความจำเป็นต้องมีการจัดการทางด้านความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นๆ รวมทั้งกับสังคม และกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าหลัก PAFHRIER สามารถใช้ประกอบกับหลัก POSDCoRB หรือหลัก ของ Fayol ได้เป็นอย่างดีสำหรับการทำความเข้าใจหน้าที่หลักที่สำคัญของการบริหาร หรือการจัดการ ในยุคปัจจุบัน

คูนท์ และเวียห์ริช (Koontz and Wehrich, ๑๙๕๐ : ๒๖-๒๗) เสนอกระบวนการ ของหลักการบริหารไว้ ๕ ขั้นตอน ดังนี้

๑. การวางแผน (Planning)
๒. การจัดระบบของกิจการ (Organizing)
๓. การจัดบุคลากร (Staffing)
๔. การเป็นผู้นำในองค์กร (Leading)
๕. การควบคุมการดูแล (Controlling)

หลักการบริหารเหล่านี้อาจจะเคยปฏิบัติโดยผู้บริหารก่อนมี Fayol แต่ Fayol เป็นบุคคลแรกที่ประมวลหลักการเหล่านี้ขึ้นมา ทำให้ผู้บริหารทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ เขาได้วางรากฐานของการบริหารในฐานะที่เป็นวิชาชีพอย่างหนึ่ง

ทฤษฎีการบริหารของ เฮนรี ฟาโย (Henri Fayol) ได้เสนอทฤษฎีการบริหารโดยมีความเชื่อว่าเป็นไปได้ที่จะหาทางศึกษาถึงศาสตร์ที่เกี่ยวกับการบริหาร (Administrative) ซึ่งสามารถใช้ได้กับการบริหารทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นการบริหารอุตสาหกรรมหรืองานรัฐบาล โดยมีสาระสำคัญเกี่ยวกับการบริหาร (Management Functions) ซึ่งประกอบด้วยหน้าที่ทาง การบริหาร ๕ ประการ (Price, Alan, 2004 : 110) คือ

๑. การวางแผน (Planning) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องทำการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ และกำหนดขึ้นเป็นแผนปฏิบัติงานหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติเอาไว้เพื่อเป็นแนวทางของการทำงานในอนาคต

๒. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง ภาระหน้าที่ที่ผู้บริหารจำต้องจัดให้มีโครงของงานต่างๆ และอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องจักร สิ่งของ และตัวคน อยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสมในอันที่จะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จได้

๓. การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) หมายถึง หน้าที่ในการสั่งการงานต่างๆ ของผู้อยู่ได้บังคับบัญชา ซึ่งจะกระทำให้ผลสำเร็จด้วยดี โดยที่ผู้บริหารจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี จะต้องเข้าใจงานของตน จะต้องเข้าใจถึงข้อตกลงในการทำงานของคนงานและองค์การที่มีอยู่ รวมถึงจะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิดทั้งขึ้นและลง นอกจากนี้ยังต้องทำการประเมิน โครงสร้างขององค์การและผู้อยู่ได้บังคับบัญชาของตนเป็นประจำอีกด้วย หากโครงสร้างขององค์การที่เป็นอยู่ไม่เหมาะสมก็จำเป็นต้องปรับปรุงเช่นเดียวกัน ถ้าผู้อยู่ได้บังคับบัญชาคนใดหย่อนประสิทธิภาพ การไล่ออกเพื่อปรับปรุงกำลังคนที่มีอยู่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้นก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำ

๔. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง ภาระหน้าที่ที่จะต้องเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับให้ไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน

๕. การควบคุม (Controlling) หมายถึง ภาระหน้าที่ในการที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ทำไปนั้นสามารถเข้ากันได้กับแผนที่ได้วางไว้แล้ว

เฮนรี ฟาโย (Henri Fayol) ได้กำหนดหลักการในการบริหารจัดการขึ้น ๑๔ ประการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารจัดการ (ฟาโย, อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ, ๒๕๔๕ : ๖๘-๖๙) ดังนี้

๑. การแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ฟาโย ได้เสนอว่า คนงานควรจะได้รับการมอบหมายหน้าที่ให้ปฏิบัติมากขึ้น หรือได้รับการกระตุ้นให้มีความรับผิดชอบในผลลัพธ์ของงานมากขึ้น ซึ่งหลักการนี้จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์การยุคปัจจุบันได้

๒. อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility) เวปเบอร์และฟาโย ได้ให้ความสำคัญของอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่แบบเป็นทางการของเวปเบอร์จะได้อำนาจมาจากตำแหน่งหน้าที่ของผู้บริหารในสายการบังคับบัญชา ส่วนอำนาจหน้าที่แบบไม่เป็นทางการจะได้รับความชำนาญงานของบุคคล (Expertise) ความรู้ทางด้านเทคนิค (Technical Knowledge) ความมีคุณค่าทางศีลธรรม (Moral Worth) และความสามารถในการนำ (Leading) และสร้างความผูกพันกับผู้ใต้บังคับบัญชา ตลอดจนเน้นว่าอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบควรอยู่คู่กัน

๓. การมีผู้บังคับบัญชาคนเดียว (Unity of Command) ฟาโย กล่าวว่าคำสั่งสองคำสั่ง (Dual Command) อาจก่อให้เกิดปัญหาในการทำงาน เช่น การรายงานจะมีความเกี่ยวข้องในเมื่อผู้ควบคุมสองคนได้ให้คำสั่งกับผู้ใต้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว ทำให้เกิดการสับสนในบางสถานการณ์ คำสั่งสองคำสั่งนี้ทำให้เกิดความยุ่งยากแก่ผู้บังคับบัญชา และทำให้เกิดการสับสนในลำดับชั้นของอำนาจหน้าที่แบบเป็นทางการ (Formal Hierarchy of Authority) การประเมินอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้บริหารในระบบผู้บังคับบัญชาสองคนจะเป็นการยาก และผู้บริหารจะไม่สนใจในความรู้สึกของผู้ใต้บังคับบัญชา มักจะโกรธ และอาจไม่ให้ความร่วมมือในอนาคตถ้าผู้ใต้บังคับบัญชาไม่เชื่อฟัง

๔. สายการบังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่ (Line of Authority) เป็นสายการบังคับบัญชาจากผู้บริหารในระดับบนสู่ผู้ปฏิบัติงานในระดับล่างขององค์การ ความสัมพันธ์ของการจำกัดความยาวของสายการบังคับบัญชา โดยการควบคุมจำนวนของระดับในลำดับชั้นของการบริหารจัดการ จำนวนที่ดีที่สุดในการบังคับบัญชา (Hierarchy) คือ ความยาวของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริหารระดับสูง และพนักงานระดับล่าง รวมถึงความล่าช้าในการวางแผน (Planning) และการจัดการ (Organizing) ซึ่งการจำกัดจำนวนของระดับชั้นการบังคับบัญชาให้น้อยลงจะทำให้ปัญหาในการติดต่อสื่อสารลดลง และองค์การจะมีการปฏิบัติงานที่รวดเร็วและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น ภายในองค์การได้มีการแบ่งแยกแผนกต่างๆ ซึ่งแต่ละแผนกจะมีระดับชั้นการบังคับบัญชาโดยผู้บริหารในระดับกลาง และระดับต้นของสายการบังคับบัญชาแต่ละแผนก ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้จัดการในระดับเดียวกันในแผนกอื่นๆ ซึ่งปฏิสัมพันธ์นี้ช่วยในการตัดสินใจให้เร็วขึ้น เนื่องจากผู้บริหารจะรู้จักบุคคลอื่น และรู้วิธีการในการแก้ปัญหาเพิ่มมากขึ้น สำหรับการทำงาน

ข้ามแผนกหรือการทำงานข้ามสายนั้นเป็นการสร้างทีมงานข้ามสาย ซึ่งสามารถควบคุมโดยผู้นำของแต่ละทีม

๕. การรวมอำนาจ (Centralization) เป็นการรวมอำนาจของการบังคับบัญชาไว้ที่ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ซึ่งอำนาจหน้าที่จะไม่ได้รวมไว้ที่ผู้บริหารระดับสูงของสายการบังคับบัญชา แต่เป็นการกำหนดว่า ควรมีการรวมอำนาจไว้ที่ผู้บริหารระดับสูงเท่าไรอย่างไร และมีการกระจายอำนาจให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาและคนงานในระดับล่างอย่างไร สิ่งนี้ถือว่ามีความสำคัญเนื่องจากว่าจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของพนักงานในทุกระดับขององค์กร

๖. การมีเป้าหมายเดียวกัน (Unity of Direction) เป็นการออกแบบหรือกำหนดแผนในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร และคนงานที่ใช้ทรัพยากรขององค์กร องค์กรใดที่ไม่มี การวางแผนจะทำให้ขาดประสิทธิภาพและขาดประสิทธิผล ซึ่งจะไม่มีการมุ่งไปสู่กิจกรรมของกลุ่มหรือกิจกรรมของบุคคล แต่การวางแผนจะเริ่มที่ผู้บริหารระดับสูงทำงานเป็นทีมร่วมกับกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งจะต้องมีการติดต่อกับผู้บริหารในระดับกลางที่มีส่วนในการตัดสินใจว่าจะใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามกลยุทธ์ หลักการในข้อนี้ยึดหลักว่า กิจกรรมของแต่ละกลุ่มต้องมีจุดหมายและแผนเดียวกัน

๗. หลักความเสมอภาค (Equity) ความเสมอภาคคือ ความเป็นธรรม (Justice) ความยุติธรรม (Impartiality) และความเหมาะสม (Fairness) สำหรับสมาชิกทุกคนภายในองค์กร ซึ่งในปัจจุบันพนักงานมีความต้องการความเสมอภาคมากขึ้นเป็นการจัดการที่ใช้หลักความเท่าเทียมกัน

๘. การออกคำสั่ง (Order) วิธีการจัดการซึ่งอยู่ในตำแหน่งนั้นในการจัดหาเพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด และเป็นการจัดหางานให้แก่พนักงานโดยใช้ผังองค์กร (Organization Chart) เพื่อแสดงให้เห็นถึงตำแหน่ง และหน้าที่ของพนักงานแต่ละคน และเป็นการชี้ชัดว่าตำแหน่งของพนักงานแต่ละคนอาจจะมีการเลื่อนขั้นได้ในอนาคต การวางแผนเกี่ยวกับอาชีพได้รับความสนใจมากขึ้นในองค์กรยุคปัจจุบัน เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ถือว่ามีความจำเป็นที่จะต้องให้การฝึกอบรม (Training) และการพัฒนากำลังแรงงาน (Developing) โดยองค์กรจะกำหนดตำแหน่งหน้าที่สำหรับคนทุกคน และทุกคนจะเข้าใจตำแหน่งหน้าที่ของตน

๙. ความคิดริเริ่ม (Initiative) เป็นความสามารถของบุคคลในการกระทำสิ่งต่างๆ โดยปราศจากการสั่งการจากผู้บังคับบัญชา ผู้บริหารจะต้องกระตุ้นให้พนักงานมีความคิดริเริ่ม ซึ่งความคิดริเริ่มนี้นับถือว่าเป็นจุดแข็งขององค์กร เนื่องจากจะสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ผู้บริหารมีความต้องการทักษะ (Skill) และไหวพริบ (Tact) เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่าง

องค์การและความต้องการของพนักงาน และความสามารถ (Ability) จะทำให้เกิดความสมดุล ซึ่งเป็นสิ่งที่ชีวิตผู้บริหารระดับสูงในการพัฒนาและการบริหารงาน

๑๐. ความมีระเบียบวินัย (Discipline) เป็นการมุ่งให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการเชื่อฟัง (Obedience) อำนาจ (Energy) คำขอร้อง (Application) และลักษณะของการแสดงความนับถือออกมา สำหรับอำนาจของผู้บังคับบัญชา ความมีระเบียบวินัยเป็นบุคลิกลักษณะที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารหลายๆ คนที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดและทำงานอย่างเข้มแข็ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ความมีระเบียบวินัยจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในองค์การกับคุณสมบัติของผู้นำภายในองค์การ และเป็นความสามารถของผู้บริหารในการที่จะปฏิบัติตามอย่างยุติธรรมอีกด้วย

๑๑. ค่าตอบแทน (Remuneration of Personnel) การให้รางวัลประกอบด้วย โบนัส และแผนการแบ่งกำไร เป็นการช่วยกระตุ้นการทำงานของพนักงานได้ การให้หรือการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานมีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จขององค์การ ระบบรางวัลที่มีประสิทธิภาพสามารถให้ความยุติธรรมทั้งพนักงาน และองค์การ รวมทั้งสามารถกระตุ้นผลผลิตเพิ่ม โดยการให้รางวัล เพื่อเป็นการสนับสนุนให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้น โดยยึดหลักว่าการจ่ายค่าตอบแทนควรยุติธรรมและตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดทั้งนายจ้าง และลูกจ้างเท่าที่จะทำได้

๑๒. ความมั่นคงในงาน (Stability of Tenure of Personnel) ความมั่นคงในงานมีความสำคัญต่อการจ้างงานระยะยาว เมื่อพนักงานอยู่ในองค์การซึ่งมีแนวโน้มจะทำงานเป็นทีมเป็นระยะเวลานาน โดยพยายามพัฒนาทักษะ และปรับปรุงความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรขององค์การ การจ้างงานระยะยาวเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้อธิบายการประสบความสำเร็จของบริษัทขนาดใหญ่ในญี่ปุ่น

๑๓. ผลประโยชน์ส่วนตัวมีความสำคัญน้อยกว่าผลประโยชน์ขององค์การ (Subordination of individual interests to the common interest) ผลประโยชน์ขององค์การถือว่าเป็นประโยชน์ของทุกๆ คนหรือของทุกกลุ่มในองค์การ ในขณะที่องค์การยังดำเนินกิจการอยู่จะต้องมีการกำหนดผลประโยชน์เพื่อให้เกิดความยุติธรรมระหว่างองค์การ และสมาชิกภายในองค์การ

๑๔. ความสามัคคี (Sprit de corps) เป็นความรู้สึกร่วมกันของสมาชิกภายในองค์การที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของสมาชิกในกลุ่ม ในการออกแบบประยุกต์ของอำนาจหน้าที่ตามลำดับชั้นภายในองค์การ และสิทธิในการสั่งการ หรือการบริโภท และความร่วมมือกันถือว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญในการที่ทำให้้องค์การบรรลุผลสำเร็จ และมีการพัฒนาความสามัคคีจะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากมีการติดต่อกันระหว่างผู้บริหาร และคนงาน โดยการติดต่อเพื่อแก้ไขปัญหา

ในสถานการณ์ที่สำคัญ เพราะความสามัคคีคือพลัง เมื่อสมาชิกมีความสามัคคีกันสูงก็จะทำให้องค์กรมีความแข็งแกร่ง

ลูเธอร์ เฮท กุลิก และ เลนแดล ยูวิก (Luther H. Gulick and Lyndall Urwick)

นำเสนอกระบวนการบริหารงาน ๗ ประการ เรียกโดยย่อว่า “POSDCoRB” เป็นกระบวนการบริหารงานที่นำเสนอไว้ในหนังสือ “Papers on the Science of Administration” ในปี พ.ศ.๒๔๗๕ โดยมีกระบวนการบริหารงาน (Luther Gulick and Lyndall Urwick, 1937 : 37-38) ดังนี้

๑. การวางแผน (Planning) หมายถึง การวางแผนทางการปฏิบัติงานตลอดจนวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

๒. การจัดหน่วยงาน (Organizing) หมายถึง การจัดโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ และการแบ่งส่วนของงานให้เหมาะสมและลงตัว

๓. การจัดสายงานและการจัดตัวบุคคล (Staffing) หมายถึง การบริหารงานด้านบุคลากรอันได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การสรรหา การรักษาสภาพการทำงาน และการควบคุมการปฏิบัติงานของบุคลากร

๔. การอำนวยการ (Direction) หมายถึง การดำเนินการตัดสินใจ และสั่งการในการปฏิบัติงานของส่วนต่างๆ ให้ดำเนินไปอย่างมีระเบียบแบบแผน ทั้งในลักษณะงานทั่วไปและในลักษณะงานเฉพาะ ตลอดจนการให้คำแนะนำ และควบคุมการปฏิบัติงานในทุกภาคส่วน

๕. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การร่วมมือกันของบุคลากรในการปฏิบัติงานตามส่วนต่างๆ ให้ประสานสอดคล้องกันอย่างกลมกลืน

๖. การรายงาน (Reporting) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานให้ผู้บริหารงานและสมาชิกของหน่วยงานได้ทราบถึงความเคลื่อนไหว และความก้าวหน้าของกิจการต่างๆ ภายในหน่วยงาน

๗. งบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การควบคุมการใช้จ่ายให้รอบคอบ และรัดกุมรวมถึงการจัดสรรงบประมาณและการจัดทำบัญชี

ดิน ปรัชญพฤทธิ (๒๕๓๕ : ๒๕๓๖) ได้กล่าวถึง ภารกิจสำคัญในการบริหาร มี ๗ ประการ คือ

๑. การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดโครงการอย่างกว้างๆ ว่ามีอะไรที่จะต้องปฏิบัติตามลำดับ วางแนววิधिปฏิบัติพร้อมด้วยวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานนั้น ก่อนลงมือปฏิบัติการ

๒. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดรูปโครงสร้างหรือเค้าโครงการบริหาร โดยกำหนดอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานย่อยหรือตำแหน่งต่างๆ ของหน่วยงานให้ชัดเจนพร้อมด้วยกำหนดลักษณะ และวิธีการติดต่อสัมพันธ์ตามลำดับชั้นแห่งอำนาจหน้าที่สูงต่ำลดหลั่นลงไป

๓. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การบริหารงานเกี่ยวกับตัวบุคคลของหน่วยงานการบริหารบุคคลดังกล่าว รวมถึงแต่การแสวงหากคนมาทำงาน การบรรจุ การแต่งตั้ง การฝึกอบรม และการพัฒนาบุคคล การบำรุงขวัญ การเลื่อนขั้น ตลอดจนการพิจารณาให้พ้นจากงาน การบำรุงรักษาสภาพของการทำงานให้ดี และมีประสิทธิภาพให้คงอยู่ต่อไป

๔. การสั่งการ (Directing) หมายถึง การอำนวยการ หรือการวินิจฉัยสั่งการหลังการได้วิเคราะห์ และพิจารณาโดยรอบคอบ รวมทั้งติดตามดูแลให้มีการปฏิบัติตามคำสั่งนั้นๆ

๕. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การประสานงาน หรือติดต่อสัมพันธ์กับหน่วยงานย่อยหรือตำแหน่งต่างๆ ในองค์กร เพื่อก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการทำงานที่ซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งกันสามารถทำงานประสานความกลมกลืนกันเพื่อวัตถุประสงค์หลักขององค์การ

๖. การรายงาน (Reporting) หมายถึง การเสนอรายงานไปยังผู้บังคับบัญชา หรือยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งบนและล่าง เพื่อทราบความก้าวหน้าของงานทุกระยะ สะดวกแก่การประสานงานอื่นจะเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ตลอดจนเป็นการบำรุงขวัญกำลังใจไปในตัวด้วย

๗. การงบประมาณ (Budgeting) หมายถึงการจัดสรรทรัพยากร หรือการทำงบประมาณการเงิน วางแผนหรือโครงการในการจ่ายเงิน การบัญชี และการควบคุมดูแลการใช้จ่ายเงินโดยรอบคอบ และรัดกุม

เทเลอร์ (Frederick W. Taylor) (อ้างใน ชงชัย สันติวงษ์, ๒๕๔๓ : ๔๗-๔๘) บิดาแห่งการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ได้พัฒนาการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ซึ่งมีพื้นฐานอยู่ในหลักการ (Principles) ที่สำคัญ ๔ ประการ คือ

๑. ต้องมีการคิดค้นและกำหนดวิธีที่ดีที่สุด สำหรับงานแต่ละอย่างคือ ต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุดที่ช่วยให้สามารถทำงานเสร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์มาตรฐานของงานจะต้องมีการจัดวางเอาไว้ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ได้พิสูจน์มาแล้วว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดจริง และในเวลาเดียวกันการจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจต่างๆ ก็จ่ายให้ตามผลผลิตทั้งหมด

๒. ต้องมีคัดเลือกและพัฒนาคนงาน โดยตระหนักถึงความสำคัญ และคุณค่าของการรู้จักงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับคนงาน นอกจากนี้ต้องมีการอบรมคนงานให้รู้จักวิธีการทำงานที่ถูกวิธีด้วย และในการคัดเลือกคนงานจะต้องมีการพิจารณาเป็นพิเศษที่จะให้ได้คนที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดตรงตามงานที่จะให้ทำ

๓. ด้วยวิธีการพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับวิธีการทำงาน ควบคู่กับการพิจารณาคนงานนี้ คนงานจะไม่คัดค้านต่อวิธีทำงานใหม่ที่ได้กำหนดขึ้น เพราะโดยหลักเหตุผลคนงานทุกคนจะเห็นจริงถึงโอกาสที่เขาจะได้รับรายได้สูงขึ้นจากการทำงานถูกวิธีที่จะช่วยให้ได้ผลิตผลสูงขึ้น

๔. การประสานร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและคนงานฝ่ายบริหาร ควรจะได้ประสานอย่างใกล้ชิดเป็นประจำกับคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน แต่ต้องไม่ใช่โดยการลงมือปฏิบัติงานที่ควรจะเป็นงานของคนงานเท่านั้น

สรุปได้ว่า แนวคิดการบริหารในยุคแรกประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชา การประสานงาน และการควบคุม ต่อมาได้พัฒนาและปรับปรุงจนกลายเป็นตำราการบริหาร เช่น ทฤษฎีของลูเธอร์ กูลิค ศาสตราจารย์การบริหารรัฐกิจชาวอเมริกัน ที่ได้ขยายแนวคิดของฟาโย กำหนดหน้าที่ในการบริหารที่เรียกกันว่า POSDCoRB: Planning (การวางแผน) Organizing (การจัดองค์การ) Staffing (การจัดบุคคลเข้าทำงาน) Directing (การสั่งการหรืออำนวยการ) Coordinating (การประสานงาน) Reporting (การรายงานผลการปฏิบัติงาน) Budgeting (การงบประมาณ)

หลักการบริหารระบบราชการที่เรียกว่า POSDCoRB Model มีรายละเอียด ดังนี้

๑. P=Planning (การวางแผน) เป็นการคาดคะเนเหตุการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งต้องคำนึงถึงทรัพยากรภายในองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อให้แผนที่กำหนดขึ้น มีความรอบคอบและสามารถนำไปปฏิบัติได้

๒. O=Organizing (การจัดองค์การ) เป็นการจัดองค์การที่เป็นส่วนราชการ โดยจัดแบ่งงานตามความชำนาญเฉพาะอย่าง จะพิจารณาปริมาณงาน คุณภาพงาน ขนาดของการควบคุม และแบ่งสายงานหลักและสายงานที่ปรึกษา โดยคำนึงถึงอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบควบคู่กันไป

๓. S=Staffing (การจัดหาบุคคลเข้าทำงาน) เป็นการคัดเลือกบุคคลให้เข้ามาดำรงตำแหน่งภายในองค์กร โดยพิจารณาจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมให้ได้ในปริมาณที่เพียงพอจะทำให้งานสำเร็จได้

๔. D=Directing (การสั่งการหรือการอำนวยการ) เป็นการกำกับดูแล สั่งงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา โดยอาศัยลักษณะความเป็นผู้นำ การจูงใจ ศิลปะการปกครองคน และการสร้าง มนุษยสัมพันธ์ของผู้บังคับบัญชา

๕. Co=Coordinating (การประสานงาน) เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีกับ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานทุกฝ่าย ทั้งในระดับสูงกว่า ต่ำกว่า และการสร้างมนุษย สัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

๖. R=Reporting (การรายงานผลการปฏิบัติงาน) เป็นการนำเสนอผลสัมฤทธิ์ ของการปฏิบัติงานจากผู้ใต้บังคับบัญชา หรือผู้บริหารระดับต่างๆ โดยมีการติดต่อสื่อสารแบบเป็น ลายลักษณ์อักษร

๗. B=Budgeting (การงบประมาณ) เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการควบคุมการ ปฏิบัติงาน โดยใช้วงจรงบประมาณ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ การเตรียมขออนุมัติงบประมาณการเสนอ ให้ ผู้บังคับบัญชาให้ความเห็นชอบ การดำเนินงานตามงบประมาณ การตรวจสอบการใช้จ่าย งบประมาณตามแผนที่เสนอขอไว้

สรุปได้ว่า แนวคิดการบริหารได้รับการพัฒนาขึ้นมาตามแบบวิธีการทาง วิทยาศาสตร์ จนเกิดเป็นทฤษฎีการบริหารโดย เฮนรี ฟาโยล นักบริหารชาวฝรั่งเศส ซึ่งได้ วางรากฐานสำคัญของทฤษฎีการบริหารทั่วไปอันเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง ต่อมาได้พัฒนา และปรับปรุง จนกลายเป็นตำราการบริหาร

๕. ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารยุคใหม่

ในยุคของโลกปัจจุบัน ระบบการดำเนินงานในองค์กรธุรกิจต่างก็มีการพัฒนา วิธีการดำเนินการอย่างมาก ทั้งนี้เป็นเพราะผลมาจากการต้องต่อสู้กับปัจจัย สภาพแวดล้อมทางการ แข่งขันอย่างมากทั้งที่มาจากภายในองค์กร คือคน เทคโนโลยี ทักษะฝีมือ ยุทธวิธีในการดำเนินการ และการบริหารการจัดการ ยังต้องต่อสู้กับปัจจัยภายนอก คือคู่แข่งทั้งที่มาจากภายในประเทศ และ ต่างประเทศ ดังนั้นองค์กรจึงเกิดความยุ่งยาก สลับซับซ้อนมากขึ้นซึ่งมีสาเหตุมาจากเหตุผลต่างๆ คือ ๑. ผลผลิตของงานในแต่ละองค์กรเพิ่มขึ้น ๒. จำนวนบุคคลขององค์กรมีเพิ่มมากขึ้น ๓. เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารงานมีประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้น ซึ่งทั้ง ๓ ประการมีอิทธิพลที่ทำให้เกิด การพัฒนา การเปลี่ยนแปลงในรูปแบบ และวิธีการในการบริหารงานให้ทันสมัยทันเหตุการณ์ตาม สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและเกิดทฤษฎีทางการบริหารยุคใหม่ (เจริญผล สุวรรณโชติ, ๒๕๔๔: ๒๐๗) คือ

๕.๑ ทฤษฎีการบริหารเชิงระบบของแดเนียล แคทซ์และโรบอर्ट แอล คาร์น

(Daniel Katz and Robert L. Kahn) ได้กล่าวถึงกระบวนการในการพัฒนาการบริหารด้วยระบบ ปัจจัยนำเข้า ผลผลิต กระบวนการ (Input - Output - Process System) โดยการเปิดโอกาสให้องค์กร ได้สำรวจดูความสัมพันธ์ของตัวองค์กรเอง ที่มีต่อสภาพแวดล้อม และหาทางปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เพื่อให้้องค์กรมีความสามารถในการอยู่รอดได้โดยมีระบบย่อย (Subsystem) ทั้ง ๕ ระบบ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันมาประกอบเข้าเป็นองค์กร ดังนี้

๕.๑.๑ ระบบย่อยเป้าหมายและคุณค่า (Goal and Values) ทุกองค์กรจะต้องมีเป้าหมาย บทบาทหน้าที่ต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมและสร้างผลผลิตขององค์กรออกมา

๕.๑.๒ ระบบย่อยทางเทคโนโลยี (Technology) ระบบที่องค์กรใช้ในการเปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้ามาเป็นผลผลิตขององค์กร อันได้แก่ ความรู้ วิชาการ ทักษะ เทคโนโลยี เครื่องจักรต่างๆ

๕.๑.๓ ระบบย่อยทางจิตวิทยาสังคม (Psychosocial) ระบบความสัมพันธ์ในเชิงส่วนตัวของบุคคลและกลุ่มต่างๆ ในองค์กร เป็นการศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ สถานะภาพและบทบาทของบุคคล

๕.๑.๔ ระบบย่อยโครงสร้าง (Structure) เป็นระบบที่ทำให้เกิดการจำแนก แจกแจงรูปแบบในการทำงาน การบังคับบัญชาความร่วมมือร่วมใจในลักษณะที่เป็นทางการ โครงสร้างองค์กรหรือแผนภูมิองค์กรระบบย่อยทางการจัดการ (Management) เป็นระบบของทักษะศิลปะ ทักษะในการบริหารองค์กร และเป็นการประสานระบบย่อยทั้งหมด

ซึ่งจากระบบทั้ง ๕ ประการต่างก็เป็นส่วนประกอบต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและมีฐานะคงอยู่ในสิ่งแวดล้อม นั้นหมายถึง ระบบจะรับเอาปัจจัยนำเข้า (Input) บางอย่าง จากสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการแปรสภาพด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่งและส่งผลผลิต (Output) บางอย่างกลับมายังสิ่งแวดล้อมนั้น

๕.๒ ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ ของ โจน วูดเวิร์ด , เจมส์ ดี ทอมป์สัน และลอเรนซ์ รอซอส์ (Joan Woodward, James D. Thompson and Lawrence Lorsch เป็นทฤษฎีที่ผสมผสานความคิดทางการบริหารต่างๆ โดยการให้ความสำคัญกับสถานการณ์ หน้าที่ของผู้บริหาร ที่ต้องมีความสามารถรอบรู้ในการใช้เทคนิคทางการบริหารการจัดการต่างๆ ในการทำให้้องค์กร ดำเนินไปได้ ซึ่งการบริหารเชิงสถานการณ์ เมื่อนำมาปรับรูปแบบใช้ในองค์กร ในการบริหารการจัดการตามแต่ละองค์กร เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ก็จะทำให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพขึ้น ซึ่งได้สรุปประเด็นสำคัญไว้คือ

๕.๒.๑ การกำหนดขนาดการควบคุมอัตราส่วนระหว่างเจ้าหน้าที่สายงานหลัก (Line) กับสายงานสนับสนุน (Staff) การรวมอำนาจและการกระจายอำนาจ

๕.๒.๒ การกำหนดความเหมาะสมของสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก กับความสามารถหาวิธีการที่มีเหตุผลในการจัดการกับข้อจำกัดต่างๆ ได้ โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมของงาน (Task Environment)

๕.๒.๓ การกำหนดโครงสร้างที่เหมาะสมชัดเจน (Highly Structure) ขึ้นอยู่กับงาน สิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และองค์ประกอบต่างๆ ที่แตกต่างกันไป

ขณะที่สถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจของโลกได้เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือประชาชน ซึ่งภาคของประชาชนถือเป็นภาคของการบริโภคที่ใหญ่ที่สุดและทรงอิทธิพลในการส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบต่างๆ โดยได้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับด้านการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ประกอบด้วย (สนธยา พลศรี, ๒๕๓๓ : ๑๖๖-๑๖๕)

๕.๓ ทฤษฎีการกระจายรายได้และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Redistribution with Growth Theory) ได้ให้ความสำคัญกับการกระจายรายได้เข้าควบคู่กับการระดมทุนเข้าสู่สังคม โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญอันประกอบไปด้วย

๕.๓.๑ ในการพัฒนาต้องให้ความสำคัญกับทุกสาขา โดยเฉพาะสาขาทางการเกษตร

๕.๓.๒ การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาชนบท เพื่อยกมาตรฐานความเป็นอยู่ โดยการส่งเสริมให้มีความสามารถในการเพิ่มผลผลิตและการให้บริการเสริมต่างๆของรัฐเช่น การตลาดการสื่อสาร การคมนาคม เป็นต้น

๕.๓.๓ การให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อเทคนิคการผลิตที่ใช้แรงงานมากกว่าทุน การประหยัดและการใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน

๕.๓.๔ การควบคุมประชากรให้มีจำนวนที่สามารถเพิ่มคุณภาพได้อย่างเต็มที่ ทั้งคุณภาพของจำนวนประชากร ความยากจน การว่างงานจะมีความสัมพันธ์กันโดยตรง

๕.๓.๕ การกำหนดกลุ่มประชากรที่ยากจน เพื่อหาแนวทางในการกระจายรายได้และการพัฒนาได้ตรงจุด

๕.๓.๖ การปรับปรุงเรื่องโอกาสให้กลุ่มคนยากจนเพื่อให้เข้าถึงบริการจากรัฐ

๕.๔ ทฤษฎีความทันสมัย (Modernization Theory) เป็นทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่มุ่งให้ความสำคัญของความทันสมัยในเชิงการผลิต การลงทุน โดยใช้กรรมวิธีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูง เช่นการนำเครื่องจักรกลขนาดใหญ่เข้ามาใช้ในการผลิต การมีโรงงานขนาดใหญ่ คนงานจำนวนมาก มีอัตราการขยายตัวของอาคารที่ทันสมัย หรือตึกขนาดใหญ่ ประชาชนมีเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความทันสมัยสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องก่อให้เกิดระบบอุตสาหกรรม การขยายความเป็นเมือง เน้นการพัฒนาทางวัตถุเป็นสำคัญมีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาไปในเชิงปริมาณ ซึ่งรูปแบบการพัฒนาความทันสมัยนี้ มีความสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนโดยมีความเคลื่อนไหวใน ๓ รูปแบบ คือ

๕.๔.๑ การเคลื่อนไหวทางกายภาพ คือการนำเอาสิ่งใหม่ๆหรือของใช้ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน

๕.๔.๒ การเคลื่อนไหวทางจิต เป็นการเคลื่อนไหวทางค่านิยม ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ก้าวไกลออกไปจากสภาพความเป็นจริง การที่มีแนวคิดในการใช้ความฟุ้งเฟ้อในชีวิต

๕.๔.๓ การเคลื่อนไหวทางสังคม หมายถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพทางสังคมหรือทางเศรษฐกิจ การมีการศึกษาสูงขึ้น มีความรู้ความสามารถมากขึ้น ระดับในสังคมก็สูงขึ้น

กล่าวโดยสรุปความสำคัญของทฤษฎีทั้งการบริหารองค์การ การพัฒนาองค์การ การบริหารยุคใหม่ การพัฒนาการทางเศรษฐกิจ ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านค้าชุมชน ต้องมีความรู้ และนำไปประยุกต์ปรับใช้ในบริบทขององค์การ เพราะความจำเป็นในการเติบโตขององค์การ องค์การที่อยู่หนึ่งคือองค์การที่ไม่มีการเคลื่อนไหวถือว่าเป็นองค์การที่ตายแล้ว ขณะที่องค์การยุคหนึ่ง แต่องค์การอื่นมีการเคลื่อนไหว มีการพัฒนา ก็ย่อมต้องได้เปรียบ เพราะสังคมโลกทางการบริหาร การพัฒนามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา กับทั้งพัฒนาการของระบบเทคโนโลยีมีการขยายตัวอย่างสูง รวดเร็ว ไร้ทิศทาง สลับซับซ้อน ผู้ที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาเท่านั้นคือผู้ที่อยู่ในโลกของธุรกิจได้

๖. หลักการบริหารงานร้านค้าชุมชน

หลักการบริหารร้านค้าชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคงควรใช้หลักการบริหารบ้านเมืองที่ดีหรือหลักธรรมาภิบาล (GOOD GOVERNANCE) ซึ่งสำนักงาน ก.พ. ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๓ ไว้ดังนี้

หลักธรรมาภิบาล คือ แนวทางในการจัดระเบียบเพื่อให้สังคมของประเทศทั้งภาครัฐภาคธุรกิจเอกชนและภาคประชาชน สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข และตั้งอยู่ในความถูกต้องเป็นธรรม ตามหลักพื้นฐานการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีตามแผนภาพ ดังนี้

๖.๑ หลักนิติธรรม (The Rule of Law)

หลักนิติธรรม หมายถึง การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ โดยถือว่าเป็นการปกครองภายใต้กฎหมายมิใช่ตามอำเภอใจ หรืออำนาจของ ตัวบุคคล จะต้องคำนึงถึงความเป็นธรรม และความยุติธรรม รวมทั้งมีความรัดกุมและ รวดเร็วด้วย

๖.๒ หลักคุณธรรม (Morality)

หลักคุณธรรม หมายถึง การยึดมั่นในความถูกต้อง ดีงาม การส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาตนเอง ไปพร้อมกัน เพื่อให้บุคลากรมีความซื่อสัตย์จริงใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพสุจริต เป็นนิสัย ประชาชาติ

๖.๓ หลักความโปร่งใส (Accountability)

หลักความโปร่งใส หมายถึง ความโปร่งใส พอเทียบได้ว่ามีความหมาย ตรงข้ามหรือเกือบตรงข้าม กับการทุจริต คอร์รัปชัน โดยที่เรื่องทุจริต คอร์รัปชัน ให้มีความหมายในเชิงลบ และความน่าสะพรึงกลัวแฝงอยู่ ความโปร่งใสเป็นคาศัพท์ที่ให้แง่บวกในเชิงบวก และให้ความสนใจในเชิงสงบสุข ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ได้สะดวกและเข้าใจง่ายและมีกระบวนการให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องอย่างชัดเจนในการนี้ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานให้มีความโปร่งใส ขออัญเชิญพระราชกระแสนั่งในองค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ที่ได้ทรงมีพระราชกระแสนั่ง ได้แก่ ผู้ที่มีความสุจริต และบริสุทธิ์ใจ แม้จะมีความรู้ น้อยก็ยอมทาประ โยชน์ให้แก่ส่วนรวมได้มากกว่าผู้ที่มีความรู้มากแต่ไม่มีความสุจริต ไม่มีความบริสุทธิ์ใจ

๖.๔ หลักการมีส่วนร่วม (Participation)

หลักการมีส่วนร่วม หมายถึง การให้โอกาสให้บุคลากรหรือผู้มี ส่วนเกี่ยวข้อง เข้ามามีส่วนร่วมทางการบริหารจัดการเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ เช่น เป็นคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และหรือ คณะทำงาน โดยให้ข้อมูล ความคิดเห็น แนะนำ ปรีกษา ร่วมวางแผน และร่วมปฏิบัติ

๖.๕ หลักความรับผิดชอบ (Responsibility)

หลักความรับผิดชอบ หมายถึงการตระหนักในสิทธิและหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาการบริหารจัดการ การกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา และเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่างรวมทั้งความกล้าที่จะยอมรับผลดีและผลเสียจากกระทำของตนเอง

๖.๖ หลักความคุ้มค่า (Cost – effectiveness or Economy)

หลักความคุ้มค่า หมายถึง การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวมโดยรณรงค์ให้บุคลากรมีความประหยัดใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างคุ้มค่า และรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืน

๗. แนวคิดร้านค้าชุมชน

ร้านค้าชุมชนเป็นรูปแบบการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เอื้อกับชาวบ้านดำรงชีวิตได้มั่นคงและเข้มแข็ง ความสำเร็จของธุรกิจชุมชนมิใช่จะทำให้ง่ายขายต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชน ธุรกิจชุมชนเน้นเรื่องการบริหารจัดการ เป็นกิจการสร้างรายได้รูปแบบหนึ่งที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม โดยผลผลิตจะเกิดจากสินทรัพย์ชุมชน (ความรู้ ภูมิปัญญาดั้งเดิม ทักษะฝีมือ วัฒนธรรม ธรรมชาติ หรืออื่นๆ) ที่เป็นพื้นบ้านมีรูปแบบการจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชน (ขวัญฤดี ต้นตระกูลบัณฑิตย์, ๒๕๕๑ : ๕๕)

ร้านค้าชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มชาวบ้านหรือกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อด้านบวกต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบในชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน อย่างไรก็ตามได้มีการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือขึ้น และพบแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จโดยต้องเริ่มจากการสร้างฐานรากที่แข็งแรงในความเป็นผู้ประกอบการให้กับธุรกิจชุมชน จัดโครงสร้างให้แข็งแรงก่อนสร้างส่วนอื่นๆ ปรับกระบวนการคิดและทัศนคติของผู้ประกอบการ พัฒนาระบวนการด้านการจัดการ โดยเน้นด้านการตลาดและการเงิน และมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ขวัญฤดี ต้นตระกูลบัณฑิตย์, ๒๕๕๑ : ๕๗) ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการจัดการธุรกิจชุมชน ได้แก่ ๑. ความเข้าใจของสมาชิก จะต้องเข้าใจในความแตกต่าง ขอบเขต และข้อจำกัดของกลุ่มที่ตั้งขึ้น ๒. ความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจชุมชน ซึ่งบางชุมชนอาจทำการผลิตแค่พออยู่พอกิน รูปแบบของกลุ่มอาจเป็นเพียงกลุ่มเพื่อการผลิต เช่น กลุ่มทำนา หรือกลุ่มเลี้ยงสัตว์ บางชุมชนอาจมีเป้าหมายคือกำไร เพื่อนำกำไรมายกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น ๓. เงินทุน เพราะเงินทุนเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ดังนั้นการดำเนินร้านค้าชุมชนจึงควรเริ่มจากกิจกรรมเล็กไปใหญ่ ค่อยๆ สะสมเงินทุนจากชุมชนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ การรวมทุนที่ละเล็กละน้อย อาจเข้าไป ชุมชนอาจสามารถระดมทุนในรูปแบบของสหกรณ์หรือบริษัทก็ได้ ๔. ทรัพยากรบุคคล

ซึ่งบุคคลประหลาดนี้จะต้องมีความรู้ความสามารถ ทั้งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิทยาการใหม่ๆ ทั้งนี้จะต้องเป็นคนที่รักงานของชุมชน ชอบงานท้าทาย มีความเสียสละ ไม่หวังผลตอบแทนมากเกินไป และ ๕. การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการจัดตั้งร้านค้าชุมชน ถ้าสมาชิกไม่ร่วมมือธุรกิจชุมชนก็เกิดขึ้นไม่ได้ โดยที่สมาชิกควรมี ๔ ร่วม คือ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบ

แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการกิจการใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จ การมีส่วนร่วมเป็นวิธีที่จะระดมประชาชนให้มีบทบาทในการพัฒนาได้ดีที่สุด นักวิชาการจำนวนมากได้อธิบายความหมายของคำว่ามีส่วนร่วมไว้มากมาย โดยมีรายละเอียดแตกต่างกัน

๑. ความหมายของการมีส่วนร่วม

มีนักวิชาการหลายคนที่ให้คำอธิบายของการมีส่วนร่วมทั้งนักวิชาการภายในประเทศและต่างประเทศ นักวิชาการภายในประเทศ ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ดังนี้

กรรณิกา ชมดี (๒๕๒๔ : ๕-๑๐) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึงความร่วมมือ การมีส่วนร่วมในบางสิ่งบางอย่าง รวมถึงความรับผิดชอบด้วย

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (๒๕๒๓) : ๑๕๓-๑๕๕ ให้คำอธิบายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึงการเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจและอารมณ์ (mental and emotional involvement) ของบุคคลในสถานการณ์กลุ่ม (group situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการ (contribution) ให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย นอกจากนี้ความหมายที่กล่าวถึงแล้วนี้ นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (๒๕๒๓) : ๑๕๓-๑๕๕ ยังได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ในรูปของสมการว่า

การมีส่วนร่วม = ความร่วมมือร่วมใจ + การประสานงาน + ความรับผิดชอบ

Participation = cooperation + coordination + responsibility

ความร่วมมือร่วมใจ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะมาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

การประสานงาน หมายถึง ห่วงเวลาและลำดับเหตุการณ์ที่มีประสิทธิภาพในการกระทำกิจกรรมหรือการงาน

ความรับผิดชอบ หมายถึง ความรู้สึกผูกพันในการกระทำงานและในการทำให้เชื่อถือไว้วางใจ

ปรัชญา เวสารัชช (๒๕๒๘ : ๔) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็นการที่ประชาชนได้ใช้ความพยายามหรือใช้ทรัพยากรบางอย่างของตน เช่น ความคิด ความรู้ ความสามารถ แรงงาน เงินทุน วัสดุ ในกิจกรรมพัฒนานั้น การมีส่วนร่วมจะทำให้ประชาชนหลุดพ้นจากการเป็นผู้รับผลจากการพัฒนาและเป็นผู้กระทำให้เกิดกระบวนการพัฒนา ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นได้ทั้งวิธีการซึ่งนำไปสู่การพัฒนาและเป็นเป้าหมายของการพัฒนาด้วย

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (๒๕๒๗ : ๖-๗) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าหมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนและสร้าง โอกาสให้ประชาชนในชุมชน ทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม มูลนิธิและองค์กรอาสาสมัครต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องรวมกันให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้

เจริญ ภัทระ (๒๕๔๐) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน หรือการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าหมายถึง ความพร้อมและโอกาสที่ทั้งฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายประชาชนหรือชุมชนยอมรับผิชอบและกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ในทรรศนะที่แตกต่างกัน ๔ ความหมาย คือ

๑. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่กลุ่มประชาชนหรือขบวนการของประชาชนซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเป็นผู้ที่อยู่วงนอกของระบบราชการได้เพิ่มความสามารถในการควบคุมทรัพยากรและสถาบันต่าง ๆ ตามสถานะสังคมที่เป็นอยู่

๒. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง ในการจัดการและควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากร และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกในสังคม และในการมีส่วนร่วมประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตอย่างเป็นตัวของตัวเอง

๓. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตัวเอง ร่วมใช้ความคิดอย่างสร้างสรรค์ ความรู้และความชำนาญร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

๔. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับโอกาสและได้ใช้โอกาสที่ได้รับแสดงออกซึ่งความรู้สึคนึกคิด แสดงออกซึ่งสิ่งที่เขาไม่แสดงออกซึ่งสิ่งที่เขาต้องการ แสดงออกถึงปัญหาที่กำลังเผชิญ และแสดงวิธีซึ่งแก้ปัญหา และลงมือปฏิบัติโดยการช่วยเหลือของหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุด

นักวิชาการต่างประเทศได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ดังนี้

อาร์นสไตน์ (Arnstein, 1969 : p. 219) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมที่มีคุณภาพนั้นผู้เข้าไปร่วมจะต้องมีอำนาจและการควบคุมอย่างแท้จริง ในอันที่จะกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บังเกิดผลขึ้นมามิใช่เพียงแค่เข้าไปมีส่วนร่วมเฉยๆ

ดูล์ลาห์ (Douglah, 1970 : p. 90) กล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วม (participation) ว่าเป็นคำที่มีความหมายกว้างและใช้ในบริบทที่แตกต่างกัน นักการศึกษาใช้คำนี้ในการอ้างอิงถึงการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ กิจกรรม หรือ โครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา นักรัฐศาสตร์ใช้คำนี้ในความหมายของการเข้าร่วมกับสถาบันทางการเมืองของชุมชน เช่น การออกเสียงเลือกตั้ง นักสังคมวิทยาใช้ในความหมายของการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ส่วนกลุ่มอื่นๆ ใช้คำนี้ในความหมายของการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ

รีดเดอร์ (Reeder, 1973 : p.72) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมว่า เป็นการเข้าไปร่วมพบปะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและของกลุ่มด้วย

เบอร์คเลย์ (Berkley, 1975 : p. 200) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึง การที่ผู้นำอนุญาตให้ผู้ตาม เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุดเท่าที่จะมากได้

โคเฮน และ อัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1980 : p. 6) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมในทัศนะของการพัฒนาชนบทว่า การมีส่วนร่วมจะต้องประกอบด้วยการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับประชาชน ๔ ประการ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่า จะทำอะไร และทำด้วยวิธีการอย่างไร มีส่วนในการดำเนินโครงการตัดสินใจในการให้ทรัพยากรสนับสนุน โครงการและการร่วมมือกับองค์กรหรือกลุ่มกิจกรรมเป็นการเฉพาะ มีส่วนในการแบ่งปันผลประโยชน์อันเกิดจากโครงการพัฒนา และ มีส่วนในการประเมินโครงการ

หวัง (Whang, 1981, pp. 91-92) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึง กระบวนการเข้าไปดำเนินงานของบุคคลหรือของกลุ่มเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของตน หรือเพื่อให้การสนับสนุนทางด้านกำลังงาน หรือทรัพยากรต่อสถาบัน หรือระบบที่ครอบคลุมการดำเนินชีวิตของพวกเขา

สหประชาชาติ (United Nation, 1981 : p.5) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึงการสร้างโอกาสให้สมาชิก ทุกคนของชุมชน และสมาชิกในสังคมที่กว้างกว่า สามารถเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือ และเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมทั้งมีส่วนได้รับประโยชน์จากผลของการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน

ไวท์ (White, 1982, อ้างถึงใน กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๒๕ : ๑๑) ให้ความหมายว่าการมีส่วนร่วมประกอบด้วย ๓ มิติด้วยกัน มิติที่หนึ่ง คือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าจะอะไร ควรทำ และทำอย่างไร มิติที่สองมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา การลงมือปฏิบัติการตามที่ได้ตัดสินใจ และมิติที่สาม มีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินงานและยังมีอีกมิติหนึ่งที่ น่าจะพิจารณาเป็นมิติที่สี่ คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

องค์การยูนิเซฟ (UNICEF, 1982 อ้างถึงใน Midgley, 1986 : p. 27) ให้ความหมายเชิงปฏิบัติการของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึง ความเชื่อมั่นในตนเอง ความมีอิสระในตนเอง และการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยโครงการนั้นจะประสบความสำเร็จเมื่อชุมชนเป็นผู้กำหนดความต้องการ และใช้ประโยชน์จากโครงการนั้นๆอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเมื่อบุคคลภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องได้ถอนตัวออกไปแล้ว โครงการนั้นๆ ก็ยังคงดำรงอยู่ต่อไปได้

มิเกลีย์ และคนอื่นๆ (Midgley & Others, 1986, p. 25) อ้างถึงข้อตกลงของสภาเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Economics and Social Council States) ปี 1929 ที่ได้อภิปรายเรื่องการมีส่วนร่วม และสรุปว่า การมีส่วนร่วมนั้นต้องการการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องตามแบบประชาธิปไตยจากประชาชนอย่างสมัครใจใน ๓ ประการ คือ เป็นเรื่องที่สนับสนุนต่อการพัฒนา มีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นผลจากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาคกัน และมีความเชื่อถือในการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบายและแผนรวมทั้งการนำโครงการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไปสู่การปฏิบัติ

โอกเลย์ และมาร์สเดน (Okley & Maisden, 1987 : pp. 19-21) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมโดยกว้างว่า หมายถึง การมีส่วนร่วมช่วยเหลือโดยสมัครใจ การให้ประชาชนเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจและกระบวนการดำเนินงานของโครงการ ตลอดจนการร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการ ส่วนความหมายที่ระบุเฉพาะเจาะจง หมายถึง การที่ประชาชนมีทั้งสิทธิและหน้าที่ที่จะเข้าร่วมแก้ปัญหาของเขาให้เขาเป็นผู้มีความริเริ่ม และมุ่งใช้ความพยายาม และความเป็นตัวของตัวเองเข้าดำเนินการและควบคุมทรัพยากร ตลอดจนระเบียบในสถาบันต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาเหล่านี้ ซึ่งเป็นการแสดงถึงสภาพของการมีส่วนร่วมที่เน้นให้กลุ่มดำเนินการ และมีจุดสำคัญที่จะให้การมีส่วนร่วมนั้นเป็นการปฏิบัติอย่างแข็งขันมิใช่เป็นไปอย่างเฉยเมย หรือมีส่วนร่วมพอเป็นพิธีเท่านั้น

กุตตาโว (Gustavo, 1992: p. 4) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมนั้น โดยปกติทั่วไปเป็นที่เข้าใจกันว่า หมายถึง การเข้าไปมีหน้าที่หรือมีส่วนรับผิดชอบบางสิ่งบางอย่าง แต่ต่อมาความหมายของการมีส่วนร่วมมีความชัดเจนลึกกลงไปมากกว่าเพียงการมีส่วนร่วมรับผิดชอบเมื่อการมีส่วนร่วมนี้เชื่อมโยงไปสู่กระบวนการในการเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบของแต่ละบุคคลหรือกระบวนการในการเปลี่ยนแปลงในภาพรวม

เดวิสและนิวสตรอม (Devis & Newstrom, 1980 : p.6) ให้ความเห็นว่า การมีส่วนร่วมนั้นเกี่ยวข้องกับ การเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย (involvement) การให้หรือเอื้อประโยชน์ (contribution) และการรับผิดชอบ (responsibility)

ไนเรเร (Nyerere, 1981, อ้างถึงใน อุ่นตา นพคุณ, ๒๕๒๘ : ๑๐๔) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า เป็นกระบวนการที่มนุษย์สามารถจะกระทำการเปลี่ยนแปลงและควบคุมสภาพแวดล้อมของตน

การมีส่วนร่วมมี ๔ ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลทุกขั้นตอนมีความสัมพันธ์โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมที่ขั้นตอนการตัดสินใจเป็นประการสำคัญ ซึ่งในแนวทางการมีส่วนร่วมนั้นมุ่งให้ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหา เป็นผู้ที่มิบทบาทในทุก ๆ เรื่อง ไม่ใช่ที่กำหนดให้ประชาชนปฏิบัติในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทุกอย่างต้องเป็นเรื่องของประชาชนที่จะคิดซึ่งแนวความคิดการมีส่วนร่วม มีดังนี้

๑. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประกอบด้วย ๓ ขั้นตอน ได้แก่ การริเริ่มตัดสินใจ การดำเนินการตัดสินใจ และการตัดสินใจปฏิบัติการ

๒. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริการ และการประสานขอความช่วยเหลือ

๓. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางวัตถุ ผลประโยชน์ทางด้านสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล

๔. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เป็นการควบคุม ตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วม (โคเฮน และ อัฟโฮฟฟ์ Cohen & Uphoff, 1980 : p. 6)

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนได้รับโอกาสและได้ใช้โอกาสมีกรกระทำในลักษณะการทำงานร่วมกัน มีความต้องการร่วมกัน ทั้งทางด้านดำเนินการ ในการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การร่วมกันรับผลประโยชน์ และการติดตามประเมินผล ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการดำเนินงาน เกิดการพัฒนาและเกิดการเปลี่ยนแปลงไปใน

ทิศทางที่ต้องการ ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของการพัฒนาชุมชน ส่งผลให้การดำเนินงานหรือการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนงานหรือโครงการเกิดประสิทธิผล

๒. รูปแบบการมีส่วนร่วม

องค์การอนามัยโลก (WHO, 1987, อ้างถึงใน วิทยา ทิพย์ทอง, ๒๕๔๕ : ๑๘) ได้เสนอ รูปแบบกระบวนการมีส่วนร่วมที่สมบูรณ์ ๔ ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ ๑ การวางแผน ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับความสำคัญ ตั้งเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีติดตามประเมินผล และตัดสินใจด้วยตนเอง

ขั้นตอนที่ ๒ การดำเนินกิจกรรม ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการและการบริหารการใช้ทรัพยากร มีความรับผิดชอบในการจัดสรรควบคุมทางการเงิน

ขั้นตอนที่ ๓ การใช้ประโยชน์ ประชาชนต้องมีความสามารถในการนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเป็นการเพิ่มการพึ่งตนเองและควบคุมทางสังคม

ขั้นตอนที่ ๔ การได้รับประโยชน์ประชาชนต้องได้รับประโยชน์ในชุมชนเท่าเทียมกัน ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ส่วนตัว ประโยชน์ต่อสังคมหรือในรูปของวัตถุก็ได้

กรรณิกา ชมดี (๒๕๒๔, หน้า ๑๓) ได้สรุปรูปแบบของการมีส่วนร่วมออกเป็น ๑๐ รูปแบบ คือ

การมีส่วนร่วมประชุม การมีส่วนร่วมในการออกเงิน การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วมเป็นผู้ชักชวน การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริโภคการมีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่มหรือผู้ริเริ่มโครงการ การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน และการมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์

นรินทร์ จงวุฒิเวศย์ (๒๕๒๗, หน้า ๑๘๘) ได้กล่าวว่ารูปแบบการมีส่วนร่วมนี้ จำแนกได้เป็น ๒ รูปแบบดังนี้

รูปแบบที่ ๑ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง (direct participation) โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน (representative organization)

รูปแบบที่ ๒ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยอ้อม (indirect participation)

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (๒๕๒๗, หน้า ๕) ได้กำหนดรูปแบบการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

รูปแบบที่ ๑ มีส่วนร่วมทำการศึกษา ค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นของชุมชนและการศึกษาของชุมชน

รูปแบบที่ ๒ ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน

รูปแบบที่ ๓ ร่วมวางแผนนโยบาย แผน โครงการ หรือกิจกรรมเพื่อขจัดแก้ปัญหา และสนองความต้องการของชุมชน

รูปแบบที่ ๔ ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

รูปแบบที่ ๕ ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ

รูปแบบที่ ๖ ร่วมลงทุนในกิจกรรม โครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน

รูปแบบที่ ๗ ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน โครงการ และกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

รูปแบบที่ ๘ ร่วมควบคุม ติดตามประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไป

ไพฑูรย์ วอสอน (๒๕๓๕ : ๓๐) กล่าวว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท คือ การมีส่วนร่วมโดยตรง (direct participation) โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน (inclusive organization) การมีส่วนร่วมโดยอ้อม (indirect participation) และการมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ (open participation) โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน (non-representative) เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวนหรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อไรก็ได้ตลอดเวลา

ชาพิน (Chapin, 1976, อ้างถึงใน อนุภรณ์ สุวรรณสถิตกร, ๒๕๒๕ : ๒๔) ได้ศึกษา รูปแบบของการมีส่วนร่วม และได้แบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมออกเป็น ๔ แบบ คือ การมีส่วนร่วมประชุม (attendance at meeting) การมีส่วนร่วมออกเงิน (financial contribution) การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ (membership on committees) และการมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ (position of leadership)

อัฟฮอฟฟ์ (Uphoff, 1977, อ้างถึงใน วันเพ็ญ วอกลาง, ๒๕๓๔ : ๑๕) ได้กำหนดรูปแบบของการมีส่วนร่วมไว้ ๔ รูปแบบคือ

รูปแบบที่ ๑ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซึ่งอาจจะเป็นการตัดสินใจตั้งแต่ในส่วนกิจกรรมและในการดำเนินกิจกรรม

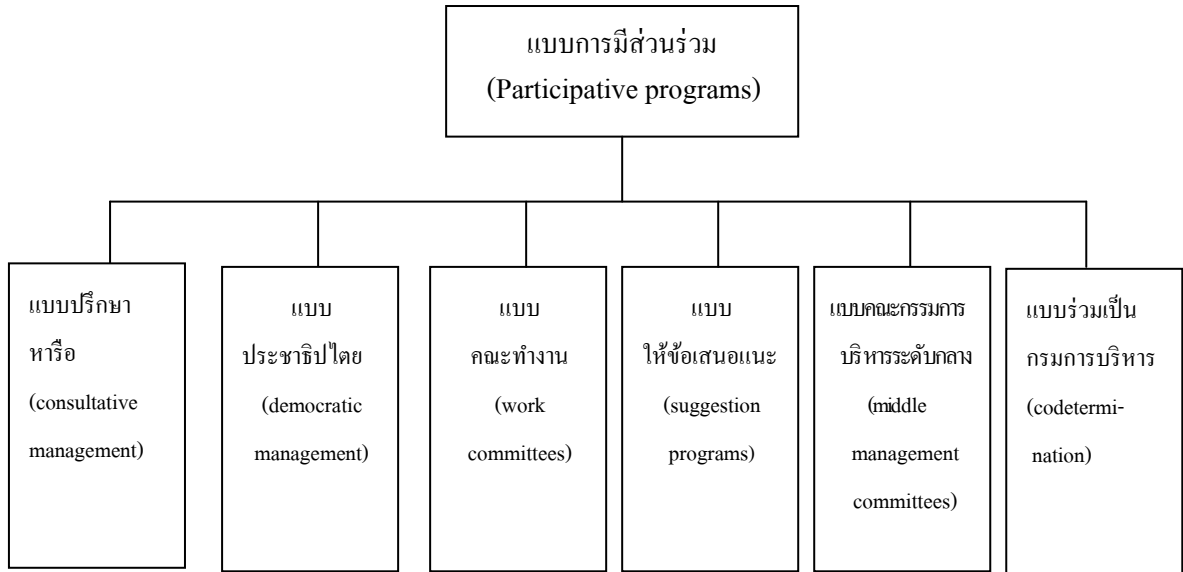
รูปแบบที่ ๒ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม

รูปแบบที่ ๓ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ซึ่งอาจจะเป็นวัตถุประสงค์

รูปแบบที่ ๔ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

คีท (Keith, 1981, pp. 162–163) ได้แบ่งประเภทของรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมออกเป็น ๖ รูปแบบ ดังแผนภาพ ๒-๒

แผนภาพที่ ๒-๒ ประเภทของรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วม ๖ รูปแบบ



ที่มา : Davis Keith, 1981, p. 163.

รูปแบบการมีส่วนร่วมของ คีท ทั้ง ๖ แบบ สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

รูปแบบที่ ๑ การบริหารแบบปรึกษาหารือ (consultative management) เป็นการบริหารที่ฝ่ายบริหารปรึกษาหารือที่จะตัดสินใจ โดยฝ่ายบริหารจะกระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาคิดในประเด็นที่ตนเองต้องการปรึกษา แต่โดยทั่วไปมักกระตุ้นให้คิดในแงุ่มที่สนับสนุนความคิดของตนเอง หลังจากนั้นจึงตัดสินใจ การบริหารแบบนี้ผู้บริหารมักจะไม่นำทุกเรื่องมาปรึกษาหารือกับลูกน้อง แต่จะสร้างบรรยากาศให้เป็นบรรยากาศของการปรึกษาหารือ ซึ่งสิ่งจำเป็นสำหรับการบริหารลักษณะนี้คือ การที่ฝ่ายบริหารควรยอมรับความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างแท้จริง และผู้ใต้บังคับบัญชา จะได้เห็นว่าความคิดของพวกเขาเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์

รูปแบบที่ ๒ การบริหารแบบประชาธิปไตย (democratic management) เป็นการบริหารที่ใช้ความคิดจากกลุ่มให้เป็นประโยชน์โดยให้ทุกคนในกลุ่มมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แต่ละคนมีเสียงหนึ่งเสียงเท่านั้น (one man-one vote) การตัดสินใจมาจากมติของกลุ่มโดยสมาชิกทุกคนมีอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นและโน้มน้าวคนอื่น ๆ อย่งไรก็ตามผู้บริหารแบบ

ประชาธิปไตยอาจใช้สิทธิ์ที่จะไม่ปฏิบัติตามความเห็นของกลุ่มได้กรณีที่ความเห็นนั้นไม่สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน

รูปแบบที่ ๓ การบริหารแบบคณะทำงาน (work committees) เป็นการบริหารที่นำมาใช้แก้ปัญหาและพัฒนางาน เช่น บริษัทต้องการเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น ต้องการลดค่าใช้จ่ายในการผลิตลง ต้องการลดอุบัติเหตุในการปฏิบัติงานลง เป็นต้น ปัญหาและความต้องการเหล่านี้สามารถใช้การบริหารแบบคณะทำงานเข้ามาปรับปรุงแก้ไขได้ โดยการตั้งคณะทำงานให้มีหน้าที่ศึกษาหาวิธีการในการแก้ไขปรับปรุง โดยปกติคณะทำงานจะประกอบด้วยฝ่ายบริหารและพนักงาน แต่ก็อาจเป็นฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็ได้ โดยคณะทำงานอาจเป็นคณะทำงานกลุ่มเล็กๆ หรือคณะทำงานคณะใหญ่ที่ให้พนักงานทุกคนร่วมเป็นคณะทำงานก็ได้ ทั้งนี้แล้วแต่เรื่องที่ต้องการแก้ไขปรับปรุง ตัวอย่างของคณะทำงาน ได้แก่ คณะทำงานเพื่อปรับปรุงการทำงาน คณะทำงานกลุ่มควบคุมคุณภาพ คณะทำงานเพื่อความปลอดภัย เป็นต้น

รูปแบบที่ ๔ การบริหารแบบให้ข้อเสนอแนะ (suggestion programs) เป็นการบริหารที่มุ่งใช้ความเห็นของแต่ละบุคคลให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางาน โดยพนักงานเขียนข้อเสนอแนะลงในแบบฟอร์มและส่งให้ฝ่ายบริหาร เช่น ส่งไว้ที่กล่องรับข้อเสนอแนะ วิธีการนี้หน่วยงานจะได้อารมณ์และวิธีการต่างๆ ที่สามารถนำมาแก้ปัญหาและพัฒนางานของหน่วยงานได้ โดยผู้เป็นเจ้าของความคิดจะได้รับรางวัลตอบแทน

เดวิส ให้ข้อมูลว่าในสหรัฐอเมริกา มีความคิดเห็นถึงร้อยละ ๒๕ ที่เป็นที่ยอมรับสำหรับรางวัลที่เจ้าของความคิดจะได้รับตอบแทนนั้นอาจแตกต่างกันไปในแต่ละหน่วยงาน ตัวอย่างหนึ่ง คือ ข้อเสนอแนะที่นักบินของบริษัทการบินพาณิชย์แห่งหนึ่งเสนอต่อบริษัทให้ย้ายสินค้าบนเครื่องบิน (cargo) ไปยังจุดที่จะทำให้ลดแรงโน้มถ่วงลง ทำให้บริษัทสามารถลดค่าน้ำมันเชื้อเพลิงของเครื่องบินลงได้ถึง ๔๕๘,๕๐๐ ดอลลาร์ ในช่วง ๑ ปี และเจ้าของความคิดยังนี้ได้รับรางวัลถึง ๔๕,๘๕๐ ดอลลาร์

รูปแบบที่ ๕ การบริหารแบบคณะกรรมการบริหารระดับกลาง (middle management committees) เป็นการบริหารที่ใช้พลังความร่วมมือจากกลุ่มผู้บริหารระดับกลาง โดยผู้บริหารระดับกลางฝ่ายต่างๆ มาร่วมกันศึกษาปัญหาของหน่วยงานและเสนอแนวทางเพื่อการแก้ปัญหานั้น วิธีการนี้จำเป็นจะต้องให้กลุ่มของผู้ศึกษาได้รับข้อมูลต่างๆ อย่างเต็มที่ และไม่ถูกควบคุมจากผู้บริหารที่สูงกว่า การศึกษาปัญหาก็ต้องกระทำอย่างจริงจัง รอบคอบระมัดระวัง ก่อนที่จะเสนอความคิดไปสู่การปฏิบัติ

การบริหารลักษณะนี้จัดเป็นการบริหารแบบมีส่วนร่วมประเภทหนึ่ง ซึ่งมีประโยชน์ในการช่วยพัฒนาทักษะของผู้บริหารรุ่นเยาว์ให้ก้าวไปเป็นผู้บริหารระดับสูงต่อไป นอกจากนี้ยังช่วยปรับปรุงความร่วมมือในกลุ่มผู้บริหารให้ดีขึ้น มีทักษะในการบริหารเพิ่มขึ้นและเป็นสิ่งกระตุ้นพัฒนาการทางการบริหารที่ดี โดยผลที่ได้คือความคิดสร้างสรรค์หรือความคิดใหม่ที่จะนำเสนอต่อผู้บริหารระดับสูง อย่างไรก็ตามวิธีการนี้จะต้องสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อความคิดและข้อเสนอแนะต่างๆ ของตนเอง โดยกลุ่มผู้บริหารระดับกลางควรต้องศึกษาเรื่องราวต่างๆ อย่างจริงจังและรอบคอบระมัดระวังด้วย

รูปแบบที่ ๖ การบริหารแบบร่วมเป็นกรรมกรการบริหาร (codetermination) เป็นการบริหารที่ยินยอมให้ตัวแทนของฝ่ายคนงานเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารด้วย วิธีการนี้เริ่มมีครั้งแรกในเยอรมันตะวันตก ในช่วงทศวรรษที่ ๑๙๕๐ และต่อมาได้กระจายไปยังประเทศอื่นๆ สำหรับอัตราส่วนของตัวแทนจากฝ่ายคนงานนั้นไม่ตายตัว บางประเทศอาจกำหนดให้มีอัตราส่วน ๑ ใน ๓ ของคณะกรรมการบริหาร บางประเทศก็กำหนดจำนวนไว้แน่นอนว่าให้มีตัวแทนเพียง ๒ คนเท่านั้น แต่บางประเทศก็กำหนดไว้ถึงกึ่งหนึ่งของกรรมการบริหาร

การบริหารลักษณะนี้ มีผลดีที่ช่วยให้ฝ่ายบริหารและฝ่ายคนงานมีความเข้าใจปัญหาของแต่ละฝ่ายได้ดีขึ้น แต่ก็มีข้อจำกัด เช่น ทำให้การตัดสินใจล่าช้า ลดความสามารถในการบริหารจัดการลง มีงานกระดาชามากเกินไป ใช้เวลาในการประชุมมากเกินไป เป็นต้น

นอกจากเดวิส แล้วนักวิชาการไทยท่านหนึ่ง คือ สัมฤทธิ์ กางเพ็ง (๒๕๔๕, หน้า ๑๐-๑๑) ได้เสนอรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมไว้ ๔ รูปแบบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รูปแบบที่ ๑ การปรึกษาหารือ (consultive management) เป็นการบริหารแบบเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานในรูปของคณะกรรมการ (committee) เช่น คณะกรรมการโครงการ คณะกรรมการดำเนินงาน คณะกรรมการเฉพาะกิจ หรือคณะกรรมการที่เรียกชื่ออย่างอื่น รูปแบบนี้เป็นการกระจายอำนาจการบริหารและการตัดสินใจให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงาน มีส่วนร่วมรับผิดชอบในการดำเนินการด้วย ระบบการปรึกษาหารือนี้เหมาะสำหรับใช้กับผู้บริหารระดับต้นขึ้นไป โดยการมอบหมายให้ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าคณะทำงานหรือประธานโครงการ ประธานคณะกรรมการ หรือกรรมการ เป็นต้น

รูปแบบที่ ๒ กลุ่มคุณภาพ (Q.C. circles) เป็นการบริหารแบบเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานในรูปของกลุ่มบุคคล ๓-๑๐ คนที่อยู่หน่วยงานเดียวกัน รูปแบบกลุ่มคุณภาพนี้เหมาะสำหรับใช้กับผู้ปฏิบัติงานระดับปฏิบัติ หรือระดับหัวหน้างาน เพราะเป็นการฝึกฝนและเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสทำงานร่วมกัน เพื่อค้นหาปัญหา วิเคราะห์ปัญหา หาสาเหตุของปัญหา ตลอดจนคิดหาแนวทางแก้ปัญหาด้วยตนเอง ซึ่งมีกระบวนการในการบริหารกลุ่มสร้างคุณภาพ

๔ ขั้นตอน คือ P (Plan) การวางแผน D (Do) การปฏิบัติ C (Check) การตรวจสอบ และ A (Action) การปรับปรุงแก้ไข หรือ PDCA นั้นเอง อย่างไรก็ตาม ระบบกลุ่มคุณภาพจะใช้ได้ผลดีก็ต่อเมื่อมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคกลุ่มคุณภาพ และการใช้กระบวนการกลุ่มให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และที่สำคัญที่สุดคือ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมงานต้องอยู่ในเกณฑ์สูง จึงจะสามารถนำระบบกลุ่มคุณภาพนี้มาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

รูปแบบที่ ๓ ระบบข้อเสนอแนะ (suggestion system) เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ได้ผลมาในทางปฏิบัติ โดยมีลักษณะแตกต่างจากข้อเสนอแนะที่มักพบเห็นทั่วไปที่มีลักษณะเป็นกล่องหรือตู้รับฟังความคิดเห็นเท่านั้น กล่าวคือ รูปแบบนี้จะมีแบบฟอร์มข้อเสนอแนะให้ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้เกี่ยวข้องกรอกตามแบบที่กำหนด เช่น ปัญหาที่พบคืออะไร สาเหตุของปัญหามาจากอะไรบ้าง และผลที่คาดว่าจะได้รับนั้นเป็นอย่างไร สำหรับแบบฟอร์มที่กำหนดนี้อาจแตกต่างกันไปตามความต้องการของแต่ละหน่วยงาน แต่มีหลักปฏิบัติเดียวกัน คือ จะต้องมีการพิจารณาพิจารณาข้อเสนอแนะ มีหน้าที่ในการประเมินข้อเสนอแนะจากแบบฟอร์มต่างๆ นั้นว่าเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพียงใด ความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติมีมากน้อยแค่ไหน และสมควรดำเนินการตามข้อเสนอแนะหรือไม่ แล้วนำมาเสนอผู้มีอำนาจพิจารณาดำเนินการต่อไป และถ้าข้อเสนอแนะใดมีการนำไปปฏิบัติ ควรมีการประชาสัมพันธ์และพิจารณาให้ผลตอบแทนเป็นรางวัลหรือผลตอบแทนอื่นๆ ตามที่หน่วยงานกำหนด ซึ่งรูปแบบนี้เหมาะสำหรับใช้กับผู้ปฏิบัติงานหรือผู้เกี่ยวข้องทุกระดับ อาจเสนอความคิดเห็นคนเดียวหรือมากกว่าก็ได้ ซึ่งรูปแบบนี้จะได้ผลดีก็ต่อเมื่อมีองค์ประกอบดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ นโยบาย เป้าหมายขององค์กรต้องชัดเจน

องค์ประกอบที่ ๒ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานต้องอยู่ในระดับสูง

องค์ประกอบที่ ๓ การกำหนดผลตอบแทนที่จะให้แก่ผู้เสนอความคิด ซึ่งจะต้องสร้างความรู้สึกว่าคุ้มค่าและมีผลทางจิตใจ ระบบและขั้นตอนการพิจารณาแล้วจะต้องรวดเร็ว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแน่นอนชัดเจน ตลอดจนการแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เสนอความคิดได้ทราบอย่างรวดเร็ว พร้อมเหตุผล

องค์ประกอบที่ ๔ การประชาสัมพันธ์หรือให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์ และการใช้แบบฟอร์มข้อเสนอแนะให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้บริหารได้ความคิดเห็นที่หลากหลายในการปฏิบัติหรือปรับปรุงงานตามอุปสรรคที่สำคัญของระบบข้อเสนอแนะ คือการเขียน เนื่องจากผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่โดยเฉพาะในชุมชนชนบท มีความรู้ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ ๔ หรือ ชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ อาจมีปัญหาในการ

เรียน ดังนั้น วิธีแก้ที่ดีก็คือการเปิดโอกาสให้ผู้เสนอความคิดเห็นมานั่งคุยกันตัวต่อตัว หรือ ไปหาข้อมูล โดยการสอบถามหรือสัมภาษณ์โดยตรง

รูปแบบที่ ๔ ระบบส่งเสริมให้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ (employee ownership plan) รูปแบบนี้พบมากในการบริหารกิจการของบริษัท หน่วยงานเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจ โดยการส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการด้วยการลงทุนซื้อหุ้นของบริษัท หรือ บริษัทอาจจ่ายโบนัสส่วนหนึ่งเป็นทุนเรือนหุ้นในแต่ละปี จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการเอง และมีความรู้สึกผูกพันในการปฏิบัติงานเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน ดังนั้นในรูปแบบนี้ผู้บริหารอาจจะนำมาประยุกต์โดยการสร้างบรรยากาศให้เกิดความรู้สึกการเป็นเจ้าของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายพึงพอใจที่จะมีส่วนร่วมให้มากที่สุด

จากการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่นำเสนอข้างต้น ทำให้เห็นว่าวิธีการแบ่งรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมใช้เกณฑ์ในการแบ่ง ๒ เกณฑ์ คือ

เกณฑ์ที่ ๑ ใช้อำนาจการตัดสินใจเป็นเกณฑ์ในการแบ่งรูปแบบ หมายถึงอำนาจในการตัดสินใจของทั้งฝ่ายผู้บริหารและฝ่ายผู้ได้บังคับบัญชา เช่นการบริหารแบบปรึกษาหารือ ซึ่งอำนาจในการตัดสินใจส่วนใหญ่อยู่ฝ่ายบริหาร แบบประชาธิปไตย อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่กลุ่ม โดยทุกฝ่ายทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกัน และแบบข้อเสนอแนะซึ่งอำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ฝ่ายบริหาร อย่างไรก็ตามแบบข้อเสนอแนะนี้ สามารถจัดอยู่ในกลุ่มของการใช้กิจกรรมเป็นเกณฑ์ในการแบ่งได้ด้วย

ในการแบ่งรูปแบบการใช้อำนาจการตัดสินใจเป็นเกณฑ์ในการแบ่งนี้ แต่ละแบบก็ยังมีระดับของการใช้อำนาจแตกต่างกัน ซึ่ง บราเดน (Braden, 2000, p. 36) ได้แบ่งรูปแบบของการใช้อำนาจในการตัดสินใจของผู้บริหารไว้ ๔ ระดับ คือ

ระดับที่ ๑ ผู้บริหารเสนอวิธีการแก้ไขปัญหาของตน และอาจเปลี่ยนแปลงได้จากข้อมูล ของผู้ได้บังคับบัญชา

ระดับที่ ๒ ผู้บริหารเสนอปัญหาแก่ผู้ได้บังคับบัญชา แล้วรับฟังข้อมูลจากผู้ได้บังคับบัญชาเสร็จแล้วจึงตัดสินใจ

ระดับที่ ๓ ผู้บริหารบอกข้อจำกัดของปัญหาแล้วปล่อยให้ผู้ได้บังคับบัญชาตัดสินใจ

ระดับที่ ๔ ทั้งผู้บริหารและผู้ได้บังคับบัญชาร่วมกันตัดสินใจ

เกณฑ์ที่ ๒ ใช้กิจกรรมการมีส่วนร่วมหรือเทคนิคการบริหารเป็นเกณฑ์ในการแบ่งรูปแบบ ซึ่งรูปแบบลักษณะนี้ ได้แก่ การบริหารแบบคณะทำงาน แบบให้ข้อเสนอแนะ แบบคณะกรรมการบริหารระดับกลาง แบบกลุ่มคุณภาพ และแบบส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของซึ่งแม้จะจัดว่าอยู่ในกลุ่มนี้ ทุกรูปแบบก็ยังคงมีลักษณะสำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วมอยู่ภายในซึ่งก็คือการให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เนื่องจากยังมีนักวิชาการที่แบ่งรูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมในชื่ออื่นๆที่แตกต่างกันไป เช่น การบริหารโดยยึดโรงเรียนเป็นฐาน (School Base Management: SBM) การบริหารด้วยระบบทันเวลาพอดี (Just In Time : JIT) และการบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) เป็นต้น โดยนักวิชาการจะอธิบายว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการบริหารแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้เพราะการบริหารหรือกิจกรรมนั้นๆ ยอมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แม้ระดับในการมีส่วนร่วมจะแตกต่างกันไปบ้างก็ตาม ดังนั้นการใช้หลักกว้างๆ เป็นเกณฑ์แบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมจึงช่วยให้เห็นภาพของการบริหารแบบมีส่วนร่วมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

๓. ลักษณะการมีส่วนร่วม

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมแตกต่างกันไป ดังนี้ ฮังทิงตันและเนลสัน (Hungtinton and Nelson, 1975, pp. 12-15) ได้กล่าวถึงลักษณะการมีส่วนร่วมไว้ ๓ ลักษณะคือ

ลักษณะที่ ๑ การมีส่วนร่วมโดยคู่ที่กิจกรรม เช่น การมีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง

ลักษณะที่ ๒ การมีส่วนร่วมโดยพิจารณาจากระดับการบริหาร ๓ ระดับ คือ ระดับแนวราบ ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมโดยไม่จริงจัง ระดับแนวตั้ง เป็นการมีส่วนร่วมกับผู้ที่มีอำนาจมากกว่าผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการบริหารงานที่เกี่ยวข้องทั้งแนวตั้งและแนวนอน

ลักษณะที่ ๓ การมีส่วนร่วมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าไปมีอำนาจและควบคุม

แอนโทนี (Anthony, 1978: pp. 3-5) ได้ระบุถึงลักษณะสำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วม ๓ ประการ ดังนี้

ลักษณะที่ ๑ ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนในการตัดสินใจ (subordinate involvement) โดยผู้ใต้บังคับบัญชาจะต้องเกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของตนและตัดสินใจอย่างมีความรับผิดชอบด้วยความรอบคอบ มีเหตุผล และคำนึงถึงประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก

ลักษณะที่ ๒ สิ่งที่ตัดสินใจต้องเป็นเรื่องสำคัญ (involvement in important decisions or issues) การบริหารแบบมีส่วนร่วมจะต้องเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามา มีส่วนในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญ โดยความสำคัญดังกล่าวเป็นความสำคัญของทั้งองค์กรและ ผู้ได้บังคับบัญชา การที่ผู้บริหารเลือกเฉพาะเรื่องที่ไม่สำคัญหรือไม่เกี่ยวข้องมาให้ผู้ได้บังคับบัญชา มีส่วนร่วม ไม่ใช่ลักษณะที่ถูกต้องของการบริหารแบบมีส่วนร่วม

ลักษณะที่ ๓ มีการแบ่งอำนาจให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชา (shared authority) ตามหลักการแล้วการแบ่งอำนาจการตัดสินใจของผู้บริหารให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชา ไม่ได้ทำให้อำนาจของผู้บริหารลดลง แต่การแบ่งอำนาจการตัดสินใจไปให้ผู้ได้บังคับบัญชา กลับทำให้ ผู้ได้บังคับบัญชาเข้ามาร่วมรับผิดชอบงานมากขึ้น ถ้าผู้บริหารกลัวการเสียอำนาจส่วนนี้และไม่ยอม แบ่งอำนาจการตัดสินใจไปให้ผู้ได้บังคับบัญชาการบริหารแบบมีส่วนร่วมก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้

เจมส์ คี ปีนทอง และ อคิน รพีพัฒน์ (๒๕๒๗ : ๖๑) ได้ศึกษาขั้นตอนการมีส่วนร่วมจากประสบการณ์ภาคสนามในประเทศไทยซึ่งสรุปไว้คล้ายคลึงกันว่าการมีส่วนร่วมของ ประชาชนมี ๔ ลักษณะ คือ การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุ การมีส่วนร่วมในการ วางแผนดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติตามแผน และการมีส่วนร่วมการ กำกับติดตามประเมินผล

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (๒๕๓๔ : ๑๒) กล่าวถึงหลักการมีส่วนร่วมว่า หลักความร่วมมือ ของประชาชนที่สำคัญยิ่ง คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน อย่างจริงจัง ทั้งนี้ด้วยการเปิดโอกาสให้มีการศึกษา (education) การร่วมพิจารณา (consensus) และการตกลงใจร่วมกัน (consent) ในการแก้ปัญหาหรือการวางโครงการต่างๆ การที่เปิดโอกาสให้ ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมก็เพื่อเป็นการให้ประชาชนได้มีสิทธิ และความเสมอภาคในอันที่จะ รับผิดชอบในสังคม ประชาชนจะมีโอกาสร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบ

อาร์นสไตน์ (Arnstein, 1969, อ้างถึงใน อรุณ รัชธรรม, ๒๕๓๖: ๒๗๐-๒๗๑) ได้ กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเข้าไปมีอำนาจและควบคุมไว้ ๘ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ กุศโลบาย (manipulation) เป็นการเข้ามาเพียงเพื่อประชาสัมพันธ์ ตนเองไม่ให้มุ่งหวังการมีส่วนร่วม

กลุ่มที่ ๒ การรักษา (therapy) เป็นการเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้ทุกคนอยู่ ร่วมกันและมีพฤติกรรมตามที่ผู้นำต้องการเท่านั้น

กลุ่มที่ ๓ การบอกกล่าว (informing) เป็นการที่ผู้นำให้ผู้ตามเข้ามามีส่วนร่วม เพียงเล็กน้อย

กลุ่มที่ ๔ การให้คำปรึกษา (consultation) เป็นการที่ผู้นำให้ผู้ตามคอยพิจารณาถึงข้อคิดเห็นต่างๆ แต่ไม่ได้บังคับให้ผู้นำต้องทำตามการมีส่วนร่วมของผู้ตาม

กลุ่มที่ ๕ การปลอบโยน (placation) มีลักษณะเหมือนกับการเห็นอกเห็นใจคล้อยตาม แต่ในใจไม่ได้มีการยอมรับที่จะปฏิบัติตามเลย

กลุ่มที่ ๖ การเป็นหุ้นส่วน (partnership) หมายถึง ลักษณะการร่วมกันคิดร่วมกันทำ และร่วมกันตัดสินใจมากขึ้น

กลุ่มที่ ๗ การมอบอำนาจ (delegated power) เป็นการที่ผู้นำมอบอำนาจให้ผู้ตามได้ปฏิบัติแทน ซึ่งเป็นการเข้ามามีบทบาทในกิจกรรมของผู้ตามมากขึ้น

กลุ่มที่ ๘ อำนาจและการควบคุม (power and control) เป็นการที่ผู้ตามเข้ามามีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทอย่างแท้จริง

แสวง รัตนมงคลมาศ (๒๕๓๘ : ๓๔) ได้สรุปกระบวนการที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ ของกิจกรรมของส่วนรวม ซึ่งมี ๒ ด้าน คือ

ด้านที่ ๑ ด้านคิดหรือกำหนดนโยบาย ซึ่งมี ๓ ระดับ ได้แก่ การมีส่วนร่วมเป็นเพียงผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร ข้อคิดเห็น การตัดสินใจ และเป็นผู้กำหนดนโยบาย

ด้านที่ ๒ ด้านปฏิบัติหรือดำเนินการดำเนินการตามนโยบายแบ่งเป็น ๓ ระดับ คือ การร่วมกำหนดเป้าหมาย การร่วมดำเนินการในกระบวนการจัดการ และการร่วมหนุนช่วยทรัพยากรการบริหาร

การมีส่วนร่วม มีลักษณะสำคัญดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๐ : ๒๔)

ลักษณะที่ ๑ เป็นกระบวนการของการให้ผู้ที่บังคับบัญชา มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ

ลักษณะที่ ๒ เป็นการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของบุคคล

ลักษณะที่ ๓ ใช้ความคิดสร้างสรรค์และความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาของการบริหาร

ลักษณะที่ ๔ การบริหาร โดยการมีส่วนร่วมตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวความคิดของการแบ่งอำนาจหน้าที่ให้ผู้บังคับบัญชา

ลักษณะที่ ๕ ต้องการให้ผู้บังคับบัญชามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริงในกระบวนการตัดสินใจขององค์กร

ดังนี้

ชูชาติ พวงสมจิตร (๒๕๔๐ : ๒๕-๒๕) ได้จำแนกการมีส่วนร่วมออกเป็น ๑๑ มิติ

- มิติที่ ๑ จำแนกตามกิจกรรมในการมีส่วนร่วม
- มิติที่ ๒ จำแนกตามประเภทของกิจกรรมหรือขั้นตอนของการมีส่วนร่วม
- มิติที่ ๓ จำแนกตามระดับความสมัครใจในการเข้าร่วม
- มิติที่ ๔ จำแนกตามวิธีการมีส่วนร่วม
- มิติที่ ๕ จำแนกตามระดับความเข้มของการมีส่วนร่วม
- มิติที่ ๖ จำแนกตามระดับความถี่ของการมีส่วนร่วม
- มิติที่ ๗ จำแนกตามประสิทธิผลของการมีส่วนร่วม
- มิติที่ ๘ จำแนกตามพิสัยของกิจกรรม
- มิติที่ ๙ จำแนกตามระดับขององค์กร
- มิติที่ ๑๐ จำแนกตามประเภทของผู้มีส่วนร่วม
- มิติที่ ๑๑ จำแนกตามลักษณะของการวางแผน

อาร์นสไตน์ (Amstein, 1966, อ้างถึงใน ชูชาติ พวงสมจิตร, ๒๕๔๐, หน้า ๒๒-๒๓)

กล่าวว่า การมีส่วนร่วมมีลักษณะเป็นบันไดการมีส่วนร่วม (participation ladder) ๘ ขั้น คือ

บันไดขั้นที่ ๑ และขั้นที่ ๒ รวมเรียกว่าเป็นขั้นที่มีส่วนร่วมเทียมหรือไม่มีส่วนร่วม หมายถึง ประชาชนยังไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างแท้จริง

บันไดขั้นที่ ๓-๕ รวมเรียกว่าเป็นการมีส่วนร่วมระดับพิธีการหรือการมีส่วนร่วมบางส่วน บางเรื่องเท่านั้นเพราะบางส่วนผู้มีอำนาจเต็มสงวนเอาไว้

บันไดขั้นที่ ๖-๘ รวมเรียกว่าการมีส่วนร่วมระดับอำนาจของประชาชน ซึ่งเป็นระดับที่ ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาก โดยพัฒนาจากขั้นที่ ๖,๗ จนถึงขั้นที่ ๘ เป็นขั้นที่ควบคุมโดยประชาชน เป็นการใช้อำนาจตัดสินใจของประชาชนโดยผ่านตัวแทนหรือประชาชนเป็นผู้ใช้ ดังตารางที่ ๒-๒

ตารางที่ ๒-๒ บันไดของลักษณะการมีส่วนร่วม ๘ ขั้น

๘	ขั้นควบคุมประชาชน (citizen control)	การมีส่วนร่วมระดับอำนาจของประชาชน (degree of citizen power)
๗	ขั้นใช้อำนาจผ่านตัวแทน (delegated Power)	
๖	ขั้นเป็นหุ้นส่วน (partnership)	
๕	ขั้นปลอบใจ (placation)	การมีส่วนร่วมระดับพิธีกรรมหรือการมีส่วนร่วม บางส่วน (degree of tokenism or partial participation)
๔	ขั้นปรึกษา (consultation)	
๓	ขั้นรับฟังข่าวสาร (informing)	
๒	ขั้นบำบัดรักษา (therapy)	การมีส่วนร่วมเทียมหรือไม่มีส่วนร่วม (pseudo-participation or non-participation)
๑	ขั้นถูกจัดกระทำ (manipulation)	

ที่มา : Arnstein, 1969 : 216.

จากแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการมีส่วนร่วมที่กล่าวมา ผู้วิจัยมีความเห็นว่าลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ นั้น มีกิจกรรมที่ครอบคลุมในวงจรควบคุมคุณภาพ (quality control circle) ของ Demming ได้แก่ การวางแผน เช่น การร่วมกำหนดนโยบาย วางแผน กิจกรรม การประชาสัมพันธ์ การปฏิบัติ เช่น การเข้าไปมีอำนาจควบคุม การตัดสินใจ การลงทุน การตรวจสอบ เช่น การร่วมกันค้นหาปัญหา การติดตามประเมินผล การปรับปรุงแก้ไข เช่น การร่วมรับผิดชอบผลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม การตกลงใจหาวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ซึ่งตามวงจรควบคุมคุณภาพนั้นขึ้นอยู่กับระดับความเข้มของการมีส่วนร่วม ได้แก่ การมีส่วนร่วมเทียม การมีส่วนร่วมบางส่วน และการมีส่วนร่วมแท้จริง นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับวิธีการมีส่วนร่วม ได้แก่ การมีส่วนร่วมโดยตรงและการมีส่วนร่วมโดยอ้อมอีกด้วย

๔. ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

มีนักวิชาการที่กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วมไว้หลายท่าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ภิญโญ สาร (๒๕๒๖ : ๓๑๕) ได้ให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมว่า แนวคิดใหม่ในการจัดการศึกษาคือการให้ชุมชนและทุกส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากโรงเรียนเป็นหน่วยงานหนึ่งของสังคม โรงเรียนจึงควรเป็นโรงเรียนของชุมชนที่มีการจัดการเรียนการสอนโดยการรู้เห็นและความร่วมมือของประชาชนและชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนจึงมีความสำคัญ เนื่องจากทำให้ประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และความนิยมให้เกิดขึ้นในชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นการสนับสนุนให้ประชาชน ชุมชน ได้เข้ามาช่วยเหลือ เกื้อกูลกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน ทั้งด้านการเงิน วัสดุ แรงงานและกำลังใจ ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจใน ความสำคัญของการศึกษา และถือเป็นหน้าที่ของประชาชนและชุมชนที่จะต้องให้ความสนใจ และมีส่วนร่วมดูแลการจัดการศึกษาของโรงเรียน

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพุทธศักราช ๒๕๔๒ (๒๕๔๒ : ๖,๘) ได้ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ไว้หลายหมวด หลายมาตรา ดังนี้

มาตรา ๘ (๒) ได้กล่าวถึงเจตนารมณ์ที่จะให้สังคม ชุมชน และท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา

มาตรา ๘ (๒) ให้มีการกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

มาตรา ๘ (๕) ให้มีการระดมทรัพยากรจากแหล่งต่างๆ มาใช้ในการจัดการศึกษา

มาตรา ๑๒ ให้บุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น ได้มีสิทธิ์ในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน

มาตรา ๒๔ ให้สถานศึกษาประสานความร่วมมือกับบิดา มารดา ผู้ปกครอง และชุมชนร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ

มาตรา ๕๗ ให้หน่วยงานทางการศึกษาระดมทรัพยากรบุคคลในชุมชน และท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดยนำประสบการณ์ ความรอบรู้ ความชำนาญ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของบุคคลดังกล่าวมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา

สัมฤทธิ์ กางเพ็ง (๒๕๔๕ : ๕) กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วมไว้ ๕ ประการ ดังนี้

ประการที่ ๑ การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดการระดมความคิดและอภิปรายร่วมกันระหว่างผู้เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความคิดเห็นที่หลากหลาย ทำให้การปฏิบัติมีความเป็นไปได้มากกว่าการคิดเพียงคนเดียว

ประการที่ ๒ การมีส่วนร่วมในการบริหารมีผลในทางจิตวิทยา คือ ทำให้เกิดการต่อต้านน้อยลง ในขณะที่เดิวกันก็จะเกิดการยอมรับมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีการที่ผู้บริหารสามารถใช้ทดสอบว่า สิ่งที่คุณเองรู้ตรงกับสิ่งที่ผู้ร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชาหรือไม่

ประการที่ ๓ เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารที่ดีกว่า สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน ตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ประการที่ ๔ เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานหรือผู้เกี่ยวข้องมีโอกาสได้ใช้ความสามารถและทักษะในการทำงานร่วมกัน เกิดความมีน้ำใจ (team spirit) และความจงรักภักดีต่อหน่วยงานมากขึ้น

ประการที่ ๕ การมีส่วนร่วมจะทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น การตัดสินใจมีคุณภาพมากขึ้นและส่งเสริมให้มีการปรับปรุงงานมีความเป็นไปได้สูง ตลอดจนผู้ร่วมงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น

ปราชญา กล้าผจญ (๒๕๔๕ : ๑) กล่าวถึงความสำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นการบริหารงาน ที่ทำให้บรรลุเป้าหมายอย่างงดงาม กล่าวคือ เป็นการบริหารที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับประชาชนและผู้บังคับบัญชาไปพร้อมๆกับการสร้างหลักธรรมาภิบาล (good governance) และการสร้างบรรยากาศประชาธิปไตยในการทำงาน จะเห็นได้ว่าการบริหารในยุครัฐบาลนายกรัฐมนตรี พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ได้ใช้กระบวนการบริหารแบบมีส่วนร่วมสูงมากในรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อการบริหารหรือการแก้ไขปัญหาต่างๆ มากมายไม่ว่าจะเป็น ประชุมเชิงปฏิบัติการแก้ไขปัญหาความยากจน ประชุมเชิงปฏิบัติการแก้ไขปัญหาสุขภาพ ประชุมเชิงปฏิบัติการในการกำหนดนโยบายต่างประเทศ หรือการปฏิรูประบบราชการ ฯลฯ การประชุมเชิงปฏิบัติการแต่ละเรื่องนั้นทำหลายครั้ง ซึ่งนับว่าเป็นการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในรัฐบาลชุดใดเลย และรวมไปถึงการให้อำนาจปฏิบัติ ในลักษณะการให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ช่วยนายกรัฐมนตรีประจำจังหวัด หรือการดำเนินงานโครงการจังหวัดบูรณาการเพื่อการพัฒนา โดยปรับเปลี่ยนบทบาทและอำนาจหน้าที่ของผู้ว่าราชการจังหวัด ให้เป็นผู้บริหารสูงสุดของจังหวัด (Chief Executive Officer : CEO) ที่สามารถบังคับบัญชาสั่งการหัวหน้าส่วนราชการต่างๆภายในจังหวัดได้อย่างเบ็ดเสร็จ โดยตรง เพื่อให้การดำเนินงานภายใน

จังหวัดเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ตรงตามนโยบายของผู้บริหารสูงสุด และสามารถตอบสนองความต้องการ และข้อเท็จจริงของแต่ละจังหวัดได้โดยตรง นับว่าเป็นมิติใหม่ของการบริหารในยุคนี้

จะเห็นว่าการมีส่วนร่วมตามความคิดเห็นของนักวิชาการไทย ผู้บริหารระดับสูงของประเทศ และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช ๒๕๔๒ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมจากหลายฝ่าย ทั้งในเรื่องการจัดการศึกษา การบริหารจัดการ การระดมทรัพยากร ในระดับต่างๆของประเทศที่มีความหลากหลาย กว้างขวาง หลายแง่มุม อันจะทำให้การจัดการศึกษาตามแนวทางใหม่ ไม่โดดเดี่ยวแต่เฉพาะผู้รับผิดชอบเท่านั้น แต่จะเปลี่ยนแนวทางเป็นการรับผิดชอบร่วมกันแทน โดยบูรณาการเอาเป้าหมายของหน่วยงาน และความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในบรรยากาศของความเป็นประชาธิปไตย

แอนโทนี (Anthony, 1978 : pp. 27-29) ได้สรุปประโยชน์ของการบริหารแบบมีส่วนร่วมไว้ ๘ ประการ ดังนี้

ประการที่ ๑ ก่อให้เกิดความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดยปกติแล้วบุคคลย่อมมีธรรมชาติที่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง เพราะการเปลี่ยนแปลงทำให้ต้องปรับตัวจากสภาพที่เคยชิน แต่การบริหารแบบมีส่วนร่วมทำให้ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมตัดสินใจ และร่วมดำเนินการในเรื่องต่างๆ ดังนั้นเมื่อหน่วยงานมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง บุคลากรในหน่วยงานก็สามารถรับการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ดีกว่าหน่วยงานที่ไม่ได้บริหารงานในลักษณะนี้

ประการที่ ๒ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานและผู้บริหารกับสหภาพแรงงานราบรื่นขึ้น เนื่องจากการบริหารแบบมีส่วนร่วมทำให้กลุ่มต่างๆ กล้าเปิดเผยความไม่พอใจต่างๆ ออกมาทำให้ความไม่พอใจเหล่านั้นได้เข้าสู่กระบวนการแก้ปัญหา ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์อันดีในหน่วยงาน และลดความสูญเสียดังกล่าว อันเนื่องมาจากการขาดงาน การนัดหยุดงานหรือการทำงานไม่เต็มประสิทธิภาพ

ประการที่ ๓ ทำให้พนักงานมีความผูกพันต่อหน่วยงานมากขึ้น การบริหารแบบมีส่วนร่วมทำให้พนักงานได้มีส่วนร่วมตัดสินใจในเรื่องต่างๆของหน่วยงานทำให้พนักงานเกิดความนับถือตนเองและรู้ว่าตนเองมีคุณค่าต่อหน่วยงาน ผลงานต่างๆ ของหน่วยงานมาจากความร่วมมือของทุกคนในหน่วยงานส่งผลให้เกิดความรักความผูกพันต่อหน่วยงาน

ประการที่ ๔ ทำให้มีความไว้วางใจต่อฝ่ายบริหารมากขึ้น เมื่อพนักงานได้มีส่วนร่วมตัดสินใจกับฝ่ายบริหาร พนักงานจะเข้าใจถึงเหตุผลและความจำเป็นของฝ่ายบริหารได้ดีขึ้น และการบริหารลักษณะนี้ก็ช่วยให้ต่างฝ่ายต่างมีความเคารพซึ่งกันและกัน ดังนั้น เมื่อมีปัญหาใดๆ เกิดขึ้นต่างฝ่ายก็จะมีความรู้สึกไว้วางใจกันมากขึ้น การแก้ปัญหาก็สามารถดำเนินไปได้โดยตรงไปตรงมา

ประการที่ ๕ ทำให้การบริหารพนักงานง่ายขึ้น เนื่องจากการบริหารแบบมีส่วนร่วมทำให้พนักงานยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น มีความผูกพันต่อหน่วยงาน และมีความไว้วางใจต่อฝ่ายบริหารมากขึ้น ส่งผลให้สามารถลดจำนวนฝ่ายบริหารลงได้ เนื่องจากไม่ต้องมีการควบคุมอย่างใกล้ชิดและการได้มีส่วนร่วมก็ช่วยให้เขามีความรับผิดชอบมากขึ้น รวมทั้งช่วยให้ยอมรับในอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารได้มากขึ้น

ประการที่ ๖ ทำให้การตัดสินใจทางการบริหารมีคุณภาพดีขึ้น เนื่องจากมีหลายคนช่วยกันคิดในเรื่องเดียวกันทำให้คิดได้รอบคอบยิ่งขึ้น และการที่มีฝ่ายพนักงานมาช่วยตัดสินใจทำให้ได้ข้อมูลมากขึ้น

ประการที่ ๗ ทำให้การติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนดีขึ้น โดยปกติในหน่วยงานทั่วไปมักสื่อสารจากบนลงล่างมากกว่าจากล่างขึ้นบน การบริหารแบบมีส่วนร่วมเป็นช่องทางให้เกิดการสื่อสารจากล่างขึ้นบนได้ดีขึ้น

ประการที่ ๘ ทำให้ทีมงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น การบริหารแบบมีส่วนร่วมทำให้พนักงานเข้าใจเป้าหมายได้ตรงกันและมีทิศทางการทำงานไปในทางเดียวกัน ทำให้ลดความขัดแย้งในการปฏิบัติงานส่งผลให้ทีมงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น

มีนักวิชาการ ๓ ท่าน ได้แก่ เดวิส (Davis, Keith, 1981: p. 160) กอร์ดอน (Gordon, Judith R., 1978 : p. 627) และสวานส์เบิร์ก (Swansberg, 1996 : p. 339) ได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญหรือประโยชน์ของการมีส่วนร่วมที่คล้ายคลึงกัน แตกต่างกัน และนอกเหนือออกไป ดังนี้

ส่วนที่คล้ายคลึงกันของนักวิชาการทั้ง ๓ ท่าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีความไว้วางใจกันสูง เกิดเจตคติที่ดีต่อการทำงาน และมีความพึงพอใจต่องาน เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นทีมงานคุณภาพ มีความสมัครสมานสามัคคีกัน นอกจากนี้ยังช่วยลดอัตราการขาดงาน เปลี่ยนงาน และการทำงานนอกเวลาลดลง

เดวิส และกอร์ดอน มีความเห็นที่คล้ายคลึงกันว่า การมีส่วนร่วมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการลดต้นทุนการผลิต ช่วยเพิ่มผลผลิตหรือผลงานให้มีคุณภาพสูงขึ้น เนื่องจากผู้ร่วมงานมีแรงจูงใจในการทำงาน มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีการติดต่อสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานความเข้าใจกัน ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

เดวิส และสวานส์เบิร์ก ก็มีความเห็นที่ตรงกันว่า การมีส่วนร่วมทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ความคิดใหม่ๆที่จะเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนางานมากขึ้น

นอกจากนั้น สเวนเบอร์ก ยังมีความเห็นที่แตกต่างว่าการมีส่วนร่วมยังช่วยลดการร้องเรียนและข้อข้องใจต่างๆ ลงได้ และกอร์ดอน ยังมีความเห็นที่เพิ่มเติมอีกว่าการมีส่วนร่วมทำให้ทุกคนเข้าใจกฎระเบียบ วัตถุประสงค์ เป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น มีอิสระในการปฏิบัติงาน สามารถค้นพบความสามารถพิเศษของคน และแสดงให้เห็นภาวะผู้นำของผู้บริหารได้อย่างชัดเจน

จากแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้นสรุปว่า การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดประโยชน์ ๓ ส่วน คือ ประโยชน์ที่เกิดกับหน่วยงาน ประโยชน์ที่เกิดกับฝ่ายบริหาร และประโยชน์แก่พนักงาน

ข้อมูลพื้นฐานของร้านค้าชุมชน ในจังหวัดกาญจนบุรี

ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์มื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี

๑. ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย

๑.๑ ประวัติความเป็นมา

เดิมชุมชนหนองสาหร่าย ได้ถูกผนวกเป็นหมู่บ้านหนึ่งในตำบลคอนเจดีย์ และได้ขอแยกออกมาเป็นตำบลหนองสาหร่าย อำเภอพนมทวนจังหวัดกาญจนบุรี เมื่อวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๓๕ โดยมีผู้นำ ๓ ท่าน ที่ได้ร่วมใจกันดำเนินการเสนอขอแยกหมู่บ้านหนองสาหร่ายเป็นตำบลคือ นายชนะ สุขพรหม (ผู้ใหญ่บ้านหนองสาหร่ายในสมัยนั้น) นายจอม ใจชุ่ม และนายชะลอ สมคิด (ปัจจุบันเป็นกำนันตำบลหนองสาหร่าย) โดยเหตุผลของการขอแยก ได้กล่าวถึงตำบลคอนเจดีย์ที่เป็นตำบลใหญ่ ครอบคลุมถึง ๑๓ หมู่บ้านในสมัยนั้น ทำให้การดำเนินการพัฒนา การได้รับงบประมาณจากภาครัฐไม่ทั่วถึง ถนนหนทางการเดินทางไปมาลำบาก สภาพพื้นที่ต้องอาศัยน้ำฝนตามฤดูกาล หากหมดหน้าฝนจะเป็นพื้นที่แห้งแล้ง เกษตรกรทำนา ปลูกพืชไม้ได้ผล เกิดการโยกย้ายถิ่นฐานออกมามาทำงานในตัวเมือง หากแยกออกมาเป็นตำบลจะสามารถเสนอของบประมาณจากภาครัฐมาดำเนินการสร้างถนน พัฒนาแหล่งน้ำในชุมชน ได้ด้วยสาเหตุดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการขอแยกหนองสาหร่าย ออกมาเป็นตำบลซึ่งปัจจุบันตำบลหนองสาหร่ายครอบคลุม ๕ หมู่บ้าน ดังนี้

หมู่ที่ ๑ บ้านสระลุมพุก

หมู่ที่ ๒ บ้านโกรกยาว

หมู่ที่ ๓ บ้านหนองปรึก

หมู่ที่ ๔ บ้านหนองขุย

- หมู่ที่ ๕ บ้านปลักเขว้า
- หมู่ที่ ๖ บ้านหนองทราย
- หมู่ที่ ๗ บ้านหนองแหน
- หมู่ที่ ๘ บ้านใหม่พัฒนา
- หมู่ที่ ๙ บ้านหนองสาหร่าย

สภาพพื้นที่ตำบลหนองสาหร่าย ปัจจุบันเป็นที่ราบปนทราย มีโครงการชลประทานครอบคลุม ๙ หมู่บ้าน ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านการเกษตรกรรม ทำนา เลี้ยงสัตว์ ค้าขาย รับจ้าง จักสานและเย็บผ้า โหลชุมชนยังมองในเรื่องของการรวมกลุ่มการพัฒนา ชุมชนมีกาจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรชุมชน ดังนี้

๑. กลุ่มกองทุนหมู่บ้าน
๒. กลุ่มออมทรัพย์
๓. กลุ่มสตรี
๔. กลุ่มแม่บ้าน
๕. กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.)
๖. กลุ่มปลูกข้าว/เลี้ยงสัตว์/ปลูกอ้อย
๗. กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต
๘. กลุ่มสหกรณ์
๙. กลุ่มสถาบันการเงิน
๑๐. กลุ่มชมรมผู้สูงอายุ
๑๑. กลุ่มเยาวชน
๑๒. กลุ่มกองทุนสวัสดิการ
๑๓. กลุ่มกองทุนฌาปนกิจ

ประชาชนตำบลหนองสาหร่ายในชุมชนทุกคนมีส่วนร่วมในการดูแลชุมชน ที่สงบสุข น่ายอยู่ เป็นชุมชนเข้มแข็ง ประชาชนทุกคนมีจิตสำนึกเป็นสาธารณะ มีความเอื้ออาทร ผู้นำ มีคุณธรรม ประชาชนรู้จักวิเคราะห์ข้อมูลของตนเอง มีกระบวนการเรียนรู้ เพื่อถอดองค์ความรู้ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” นำมาสู่การพัฒนา การบริหารจัดการชุมชน ซึ่งนำพาชุมชนให้เกิดกลุ่มอาชีพต่างๆ ประจำหมู่บ้าน ที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ดังตารางที่ ๒-๒ ดังนี้

ตารางที่ ๒-๓ กลุ่มอาชีพต่างๆ ประจำหมู่บ้านที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

ที่	ชื่อหมู่บ้าน	กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์
๑.	หมู่ที่ ๑ บ้านสระลุมพุก	การทำปุ๋ยชีวภาพอัดเม็ด
๒.	หมู่ที่ ๒ บ้านโคกรยาย การทำน้ำดื่ม ตราสารห้วยทอง	การทำน้ำดื่มตราสารห้วยทอง
๓.	หมู่ที่ ๓ บ้านหนองปรึก การทำน้ำพริก	การทำน้ำพริกแกง
๔.	หมู่ที่ ๔ บ้านหนองขุย สถาบันการเงินชุมชน	สถาบันการเงินชุมชน
๕.	หมู่ที่ ๕ บ้านปลักเขว้า การทำน้ำยา อเนกประสงค์	การทำน้ำยาอเนกประสงค์
๖.	หมู่ที่ ๖ บ้านหนองทราย การแปรรูปผลผลิต ทางการเกษตร ข้าวสาร	การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ข้าวสาร
๗.	หมู่ที่ ๗ บ้านหนองแหน ดินเกษตรตรา สารห้วยทอง	ดินเกษตรตราสารห้วยทอง
๘.	หมู่ที่ ๘ บ้านใหม่พัฒนา การทำทองม้วน การแปรรูปอาหาร	การทำทองม้วน การแปรรูป อาหาร
๙.	หมู่ที่ ๙ บ้านหนองสาหร่าย การทำทองม้วน การแปรรูปอาหาร	การทำทองม้วน การแปรรูป อาหาร

ที่มา : หน้า ๑๒๘.

ร้านค้าชุมชนที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน/ชุมชน จะมีคณะกรรมการบริหารจัดการประจำกลุ่มที่สามารถนำวิถีสรรพกิจพอเพียงมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ตามหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับชุมชน

๑.๒ ความเป็นมาของโครงการ

ด้วยรัฐบาลชุดปัจจุบันได้ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัส ชี้แนะแนวการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย ในหลักการบริหารประเทศนั้น เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้ศึกษาเรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกันอย่างทั่วถึง ประชาชนตำบลหนองสาหร่ายได้นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาปฏิบัติ เพื่อให้รอดพ้นและสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมั่นคง และยั่งยืน ภายใต้กระแส โลกาภิวัตน์และความ

เปลี่ยนแปลงต่างๆ ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลที่เห็นความสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงมีนโยบายให้หน่วยงานราชการ ดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ และมีความรู้ ความเข้าใจ ในการดำเนินชีวิตแบบพอเพียงคณะกรรมการหมู่บ้านตำบลหนองสาหร่าย ประกอบด้วย ผู้นำท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์บริการการศึกษาออกโรงเรียนอำเภอพนมทวน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพนมทวน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์อำเภอพนมทวน และประชาชน ได้ประชุมปรึกษาหารือ เพื่อกำหนดแผนงาน/โครงการ โดยให้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงได้จัดทำโครงการอบรมประชาชน (หลักสูตรระยะสั้น) การขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเข้าใจความหมายของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งกรอบแนวคิดและแนวทางการปฏิบัติตนของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

๑.๓ การคัดเลือกชุมชน

การคัดเลือกชุมชนให้ความสำคัญกับประชาชนในชุมชน เพื่อเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิต และสร้างโอกาสให้เกิดความเท่าเทียมกันมากยิ่งขึ้น รวมทั้งให้ประชาชนเห็นคุณค่าในตนเอง และร่วมมือกันพัฒนาชุมชนให้พัฒนาอย่างยั่งยืน ศูนย์บริการการศึกษาออกโรงเรียนอำเภอพนมทวน มีวิธีคัดเลือกชุมชน ดังนี้

๑. จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการคัดเลือกชุมชน

๒. สำรวจ/ ศึกษาข้อมูล/สภาพปัญหาและความต้องการ ของชุมชน

๓. วิเคราะห์ สภาพปัญหา และความต้องการ พื้นฐานของชุมชน

๔. ร่วมประชุมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

๕. พิจารณา/คัดเลือก ชุมชนที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการบริหารจัดการชุมชนที่ดี

จัดการชุมชนที่ดี

๖. วางแผนการพัฒนาท้องถิ่น/ชุมชน

เมื่อคัดเลือกชุมชนได้แล้ว คือ ชุมชนตำบลหนองสาหร่าย ซึ่งมีความพร้อมทางด้านผู้นำท้องถิ่น และประชาชนให้ความสนใจและความร่วมมือที่ดี

๑.๔ การเตรียมชุมชน

การเตรียมความพร้อมของชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความพร้อมในการเข้ามามีส่วนร่วม และสร้างสัมพันธภาพให้เกิดขึ้นกับประชาชนในชุมชน ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยและไว้วางใจ ซึ่งส่งผลให้ครูอาสาสมัครทราบข้อมูลชุมชนที่แท้จริงและสามารถแก้ปัญหา/อุปสรรค ได้ถูกต้องกับความต้องการของประชาชนในชุมชน ของตำบลหนองสาหร่าย มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

๑. การสร้างความเข้าใจกับประชาชนในชุมชน โดยการจัดประชุมชี้แจง
๒. จัดตั้งคณะทำงาน
๓. วางแผน/โครงการในการเตรียมความพร้อมของชุมชน
๔. ดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่

๑.๕ วิธีการดำเนินงานในชุมชน

ศูนย์บริการการศึกษาออกโรงเรียนอำเภอพนมทวน ได้จัดกิจกรรมและวิธีการดำเนินงานในชุมชนของตำบลหนองสาหร่าย ในการขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

๑. สำรวจความต้องการ และสภาพปัญหาของชุมชน เพื่อจัดทำข้อมูล
๒. จัดทำเวทีประชาคมเพื่อเปิด โอกาสพูดคุยกัน เพื่อสรุปสภาพปัญหา และแนวทางแก้ไข
๓. ประสานงานกับแหล่งเรียนรู้และเครือข่าย เพื่อจัดทำหลักสูตรการอบรม
๔. จัดอบรม โครงการอบรมประชาชน (หลักสูตรระยะสั้น) การขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ในวันที่ ๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๐ ณ วัดหนองขุย หมู่ที่ ๔ ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี โดยได้ จัดเป็นฐานการเรียนรู้ทั้งหมด ๔ ฐาน มีโครงสร้างหลักสูตร ดังนี้

ฐานที่ ๑ เรื่องการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้

ฐานที่ ๒ เรื่องการประหยัด

ฐานที่ ๓ เรื่องการเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ฐานที่ ๔ เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

และความเอื้ออารีต่อกัน

๑.๖ ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานตามกิจกรรมโดยภาพรวมที่ประสบผลสำเร็จปรากฏผล ดังนี้

๑.๖.๑ ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ มีแนวทางในการลดรายจ่าย โดยใช้หลักง่ายๆ คือ การทำบัญชีครัวเรือน เพื่อให้เกิดวินัยในการใช้จ่ายและมีเงินเหลือออม อันเป็นการน้อมนำแนวพระราชดำริ “เศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต การเพิ่มรายได้มีหลายวิธี โดยต้องคำนึงถึงความจริงในโลกว่า ไม่มีอะไรได้มาฟรีๆ ทุกอย่างต้องลงทุนลงแรงทั้งนั้น เช่นการลงทุนทำมาค้าขาย หาอาชีพ เสริมเพิ่มรายได้ โดยอาจต้องลงทุนลงทั้งแรง ประกอบกับการศึกษาหาความรู้ เพิ่มเติมรวมทั้งการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพ เช่น การทำพวงหรีด และดอกไม้จันทน์ การประดิษฐ์ของชำร่วย เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ ทักษะในการ

ประกอบอาชีพ เป็นการเพิ่มรายได้ ผู้เศรษฐกิจพอเพียง และสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ รู้จักใช้รู้จักออมทรัพย์ใช้เวลาทรัพยากร ทั้งส่วนตนและสังคมตามความจำเป็น ได้แก่

๑. รู้จักใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ เหมาะกับสถานการณ์
๒. ใช้จ่ายทรัพย์เท่าที่จำเป็น สมควรแก่อัตภาพ
๓. รู้จักใช้ประโยชน์จากของเก่า
๔. รู้จักการทำของใช้ด้วยตนเอง
๕. ใช้และถนอมของใช้ และทรัพย์สินให้คงคุณค่า เป็นประโยชน์

๑.๖.๒ ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ สามารถรวมพลังกลุ่มอาชีพ เพื่อทำการผลิตสินค้าสำหรับอุปโภคบริโภคในแต่ละชุมชนได้อย่างหลากหลายได้แก่ กลุ่มผลิตปุ๋ยชีวภาพอัดเม็ด กลุ่มผลิตน้ำดื่มตราสาหร่ายทอง กลุ่มทำพริกแกง กลุ่มทำน้ำยาอเนกประสงค์ กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรข้าวสาร กลุ่มดินเกษตรสาหร่ายทอง กลุ่มทำทองม้วน และแปรรูปอาหารเป็นต้น

๑.๖.๓ ประชากรที่เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ ให้ความสำคัญของป่ารักป่า และรักที่อยู่อาศัยของตนเอง ดังจะเห็นได้จาก การจัดกิจกรรมปลูกป่าทดแทน การรักษาแหล่งต้นน้ำลำธาร ให้เขียวชุ่มชื้นตลอดปี รวมทั้งการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเพาะปลูกในชุมชน

๑.๗ ปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ

ประสบความสำเร็จ เพราะ ผู้นำ และประชาชนในชุมชน มีความพร้อมมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล บุคลากรศึกษานอกโรงเรียน ในพื้นที่และมีส่วนราชการต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็น ที่ปรึกษาให้กับชุมชน และสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับชุมชน ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด วางแผนและนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความรู้และนำไปประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการของตนเองได้อย่างแท้จริง

๑.๘ ปัญหาอุปสรรคการดำเนินงาน

งบประมาณได้รับการจัดสรรน้อย เช่น ในรูปของการจัดกระบวนการเรียนรู้ การจัดซื้อ/จัดจ้าง ตัดขั้นตอน กฎ ระเบียบ ข้อบังคับมากเกินไป ขาดงบประมาณ ส่งเสริมสนับสนุนด้านวัสดุ อุปกรณ์ ในการส่งเสริมให้เกิดกลุ่มอาชีพที่เป็นรูปธรรม

๒. ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย

๒.๑ ประวัติความเป็นมา

เทศบาลตำบลรางหวาย เดิมคือ องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย จัดตั้งจากสภาตำบลที่มีรายได้โดยไม่ต้องรวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๓๖ - ๒๕๓๘ เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละ ๑๕๐,๐๐๐ บาท ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่องจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อวันที่ ๑๕ มกราคม ๒๕๓๘ และลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศทั่วไป เล่ม ๑๑๓ ตอนที่ ๕๓ ลงวันที่ ๓๐ มกราคม ๒๕๓๘ มีผลบังคับใช้ในวันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๓๘

เทศบาลตำบลรางหวาย จัดตั้งขึ้นตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เรื่องจัดตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี เป็นเทศบาลตำบลรางหวาย ลงวันที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๕๑ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๕ ตอนพิเศษ ๑๓๓ ลงวันที่ ๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

๒.๒ จำนวนหมู่บ้าน

เทศบาลตำบลรางหวาย มีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีคลองชลประทานและมีคลองทิ้งน้ำ (คลองจรเข้สามพัน) ไหลผ่าน ลักษณะเด่นของชุมชน คือมีหมู่บ้าน ๘ หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ ๒,๓,๑๐,๑๔,๑๖,๑๘,๒๐,๒๑ อยู่รวมกันและตั้งอยู่กลางตำบล มีหมู่บ้านที่เหลือล้อมรอบ ระยะทางจากศูนย์กลางหมู่บ้านถึงหมู่บ้านต่างๆไม่เกิน ๑๐ กิโลเมตร เทศบาลตำบลรางหวาย แบ่งเขตการปกครองออกเป็น ๒๐ หมู่บ้าน ดังตารางที่ ๒-๓ ได้แก่

ตารางที่ ๒-๔ จำนวนหมู่บ้านในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	ผู้ใหญ่บ้าน
๒	บ้านรางหวาย	นายวิจิต ตันชนสุนทร
๓	บ้านลาดหมู	นายคำนันทน์ ดอนสระ
๔	บ้านหนองจอก	นายวัลลภ ผิวเกลี้ยง
๖	บ้านดอนเตาอิฐ	นายสนธิ คำสาร
๗	บ้านจิวราย	นายชนากร อุณหกานต์
๘	บ้านโกชัย	นายไสว วงษ์เสมา
๙	บ้านห้วยกรด	นางสาวดวงใจ จันทร์วีระชัย
๑๐	บ้านรางทอง	นางเสมอ วิเศษสิงห์
๑๑	บ้านหัวเขา	นายบุญเชียง สุวรรณสิงห์

ตารางที่ ๒-๔ จำนวนหมู่บ้านในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย (ต่อ)

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	ผู้ใหญ่บ้าน
๑๒	บ้านวังกบ	นายเจษฎา สระทองพรม
๑๓	บ้านศรีพนมเขต	นายชูศักดิ์ โคว์วิสัยแสง
๑๔	บ้านวังกุ่ม	นายสมยศ พรหมชนะ
๑๖	บ้านรางหวาย	นายสุธี ทองนุ้ม
๑๗	บ้านป่าไม้โยน	นางสมพร ะนิล
๑๘	บ้านนาทราย	นายสมโภชน์ วงษ์น้อย
๑๙	บ้านคอนกลาง	นายองอาจ โตแก้ว
๒๐	บ้านรางหวาย	นายเอื้อน พรหมชนะ
๒๑	บ้านหนองแก	นางสาวสอิ่ง พุ่มน้อย
๒๒	บ้านใหม่ไต่ด้า	นายหม่อง ทองนุ้ม
๒๓	บ้านไร่ยาพัฒนา	นายณรงค์ เบ็ญพาด

หมู่บ้านที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลรางหวายเต็มทั้งหมู่บ้าน จำนวน ๑๕ หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ ๒, ๓, ๖, ๘, ๑๐, ๑๒, ๑๔, ๑๖, ๑๗, ๑๘, ๑๙, ๒๐, ๒๑, ๒๒, ๒๓

หมู่บ้านที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลรางหวายเป็นบางส่วน จำนวน ๕ หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ ๔, ๗, ๙, ๑๑, ๑๓

๒.๓ อาชีพ

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ และประกอบอาชีพอื่น แบ่งเป็นดังนี้

- อาชีพเกษตรกรรม ๗๐ %
- อาชีพรับจ้างทั่วไป ๑๐ %
- อาชีพธุรกิจส่วนตัว ๖ %
- อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ๔ %

รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนประมาณ ๒๓,๐๐๐ บาท/ปี ผลผลิตหรือสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว, มันสำปะหลัง, อ้อย และเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ กุ้งก้ามกราม, โคน, แพะ, แกะ, เป็ด ฯลฯ

๒.๔ กลุ่มมวลชนจัดตั้ง

๑. กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาตำบลรางหวาย หมู่ที่ ๒ - ๒๐
๒. กลุ่มผู้นำการออกกำลังกาย
๓. กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขมูลฐาน หมู่ที่ ๒ - ๒๐
๔. กลุ่มพลังแผ่นดินขจัดสิ่งยาเสพติด
๕. ศูนย์สังเคราะห์ประจำหมู่บ้าน หมู่ที่ ๒-๒๐
๖. ลูกเสือชาวบ้าน ๓ รุ่น จำนวน ๓๐๐ คน
๗. กองทุนเพื่อความมั่นคงแห่งชาติ ๑ ชุด
๘. ศูนย์พัฒนาครอบครัวในชุมชนตำบลรางหวาย
๙. กลุ่มอาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน (อปพร.)
๑๐. กลุ่มอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.)
๑๑. กลุ่มอาสาสมัครประชาธิปไตย
๑๒. กลุ่มอาสาสมัครปกป้องสถาบัน ๑ ชุด

๓. ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์หมื่น

๓.๑ ประวัติความเป็นมา

ตำบลอุโลกสีห์หมื่น เป็นตำบลที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอท่ามะกา มีจำนวนหมู่บ้านทั้งสิ้น ๘ หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ ๑ บ้านหนองแก, หมู่ที่ ๒ บ้านหนองทะเบียญ, หมู่ที่ ๓ บ้านหนองซอญฝิ่ง, หมู่ที่ ๔ บ้านหนองสามเกวียน, หมู่ที่ ๕ บ้านคอนตาลเสี้ยน, หมู่ที่ ๖ บ้านคอนตะไล้, หมู่ที่ ๗ บ้านแจรงาม, หมู่ที่ ๘ บ้านหนองหงส์

๓.๒ อาณาเขตตำบล :

ทิศเหนือ	ติดกับ	ต.บ่อสุวรรณ อ.สองพี่น้อง จ.สุพรรณบุรี
ทิศใต้	ติดกับ	ต.ตะคร้อเอน อ.ท่ามะกา จ.กาญจนบุรี
ทิศตะวันออก	ติดกับ	ต.หนองลาน อ.ท่ามะกา จ.กาญจนบุรี
ทิศตะวันตก	ติดกับ	ต.หนองสาหร่าย อ.พนมทวน จ.กาญจนบุรี

๓.๓ จำนวนประชากรของตำบล :

จำนวนประชากรในเขต อบต. ๖,๖๗๕ คน และจำนวนหลังคาเรือน ๑,๖๒๕ หลังคาเรือน

๓.๔ ข้อมูลอาชีพของตำบล :

อาชีพหลัก ทำนา ทำสวน/ทำไร่
 อาชีพเสริม เลี้ยงสัตว์ เช่น โค ไข่พื้นเมือง

๓.๕ ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบล :

- ๓.๕.๑ อบต.อุโลกสีห์มื่น
- ๓.๕.๒ วัดคอนตาลี้น
- ๓.๕.๓ สำนักสงฆ์ผึ่งหลวง
- ๓.๕.๔ สถานีอนามัย
- ๓.๕.๕ ที่พักสายตรวจ ตำรวจ
- ๓.๕.๖ ศูนย์การเรียน ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน
- ๓.๕.๗ ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร

๓.๖ การประกอบอาชีพของชุมชน

ในอดีตประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมเป็นหลัก และใช้แรงงานในครัวเรือนมีการผลิตเพื่อการบริโภค ไม่มุ่งผลิตเชิงธุรกิจการค้า แต่ในปัจจุบันการผลิตเปลี่ยนไปมุ่งผลิตเพื่อการค้าที่หวังผลกำไร และประชาชนออกไปทำงานในต่างถิ่น และทำงานรับจ้าง ในโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้บางรายเลิกประกอบอาชีพการเกษตร และยังมีส่วนมากที่มีการประกอบอาชีพด้านการเกษตรร่วมกับการทำอาชีพอื่นด้วย เช่นทำงาน โรงงาน และค้าขาย ฯลฯ

๓.๗ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์มื่น

สำนักงานเกษตรอำเภอท่ามะกา จึงได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชาชน และ ผู้นำชุมชน จัดทำแผนพัฒนาการเกษตรระดับตำบลขึ้น โดยยึดหลักแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นแก้ไขปัญหาความยากจนในชุมชนเกษตร ผ่านกระบวนการจัดทำเวทีชุมชน วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค จุดอ่อน จุดแข็ง และโอกาส เกิดการพัฒนาอาชีพ ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ อย่างยั่งยืน

๔. ร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น

๔.๑ ประวัติความเป็นมา

เทศบาลเมืองท่าเรือพระแท่นเดิมมีฐานะเป็นสุขาภิบาล มีชื่อว่า “สุขาภิบาลท่าเรือ” ต่อมาได้รับการจัดตั้งให้เป็น “เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น” เมื่อวันที่ ๒๑ กันยายน ๒๕๒๘ โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น จังหวัดกาญจนบุรี พ.ศ. ๒๕๒๘ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษเล่ม ๑๐๒ ตอนที่ ๑๓๐ ลงวันที่ ๒๐ กันยายน ๒๕๒๘ เป็นต้นมา ต่อมาการขยายตัวของประชากรในเขตเทศบาลเพิ่มมากขึ้น กระทรวงมหาดไทยจึงได้ประกาศเปลี่ยนแปลงฐานะให้เทศบาลตำบลท่าเรือ พระแท่นเป็นเทศบาลเมืองท่าเรือพระแท่น ในวันที่ ๒๒ กันยายน ๒๕๔๗ มาจนถึงปัจจุบัน

๔.๒ จำนวนหมู่บ้าน

เทศบาลได้จัดตั้งชุมชนย่อยเพื่อการพัฒนาครอบคลุมทั่วเขตเทศบาล จำนวนทั้งสิ้น ๑๕ ชุมชน โดยในแต่ละชุมชนจะมีตัวแทนที่ประชาชนในชุมชนคัดเลือกเป็นประธานกรรมการชุมชนชุมชนละ ๑ คน และประธานกรรมการคัดเลือกเป็นกรรมการชุมชนอีก จำนวน ๘ คน ให้มีหน้าที่ดูแลความทุกข์ สุข เดือดร้อนและเป็นองค์กากลางในการติดต่อประสานงานระหว่างเทศบาลกับชุมชน ในการแก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนให้ความร่วมมือกับเทศบาลในการจัดกิจกรรม/โครงการต่างๆ เช่น กิจกรรมประเพณีของท้องถิ่น เทศกาลกินเจ การจัดกิจกรรมวันสงกรานต์ วันเข้าพรรษาการจัดงานลอยกระทงและกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นการสนองตอบนโยบายของรัฐ โดยมีชุมชน ดังต่อไปนี้

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| ๑. ชุมชนส่งเสริมร่วมพัฒนา | ๑๑. ชุมชนร่วมจิตพัฒนา |
| ๒. ชุมชนหนองรี | ๑๒. ชุมชนท่าเรือสามัคคี |
| ๓. ชุมชนริมน้ำ | ๑๓. ชุมชนชลประทาน |
| ๔. ชุมชนตะคร้ำเอน | ๑๔. ชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิม |
| ๕. ชุมชนศาลเจ้าพ่อเขาแดง | ๑๕. ชุมชนใหม่เจริญผล |
| ๖. ชุมชนทวิใจภักดี | ๑๖. ชุมชนรถไฟ |
| ๗. ชุมชนบ้านคูร่วมใจพัฒนา | ๑๗. ชุมชนรายน้ำใจ |
| ๘. ชุมชนใหม่ร่วมใจภักดี | ๑๘. ชุมชนสวนหลวง |
| ๙. ชุมชนวันเส้นพัฒนา | ๑๙. ชุมชนก้าวน้ำพัฒนา |
| ๑๐. ชุมชนใจกุศล | |

พื้นที่ตำบลท่าเรืออยู่ในเขตความรับผิดชอบของเทศบาลเมืองท่าเรือพระแท่น
ทั้งตำบล ทั้งหมด ๔,๕๓๗.๕๐ ไร่ หรือ ประมาณ ๗.๒๖ กิโลเมตร

ตำบลท่าเรือ มีพื้นที่ทำการเกษตร ทั้งหมด ๑๕๖ ไร่ (๑๐ ชุมชน)

๔.๓ สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของพื้นที่ตำบลท่าเรือ มีพื้นที่เป็นที่ราบดินดอน และที่ราบลุ่มแม่น้ำ โดยมีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านทางทิศตะวันตก และมีคลองชลประทานไหลผ่าน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นแหล่งชุมชน และมีพื้นที่บางส่วนใช้ในการเกษตรกรรม อาทิเช่น ปลูกข้าว ปลูกผัก ปลูกผลไม้ ปลูกพืชผักต่างๆ นอกจากนี้มีการใช้พื้นที่ในการเลี้ยงสัตว์ เช่น ปลา สวายงาม , โคขุน ฯลฯ

๔.๔ การสงเคราะห์และส่งเสริมสวัสดิการของประชาชน

เทศบาลได้รับการถ่ายโอนภารกิจกิจกรรมบริการสาธารณะจากกรมประชาสงเคราะห์ (เดิม) ในภารกิจด้านการสงเคราะห์เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ป่วยเอดส์ ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการจ่ายเงินสงเคราะห์เพื่อการยังชีพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๘ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ป่วยเอดส์ ที่ได้รับเบี้ยยังชีพ ดังนี้

ผู้สูงอายุ	จำนวน	๑,๖๐๔	ราย ๆ ละ	๕๐๐ บาท/เดือน
ผู้พิการ	จำนวน	๑๖๗	ราย ๆ ละ	๕๐๐ บาท/เดือน
ผู้ป่วยเอดส์	จำนวน	๓	ราย ๆ ละ	๕๐๐ บาท/เดือน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๖ ตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่ต้องการสร้างหลักประกันรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุที่มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ หรือไม่สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองได้ จึงจัดสรรเบี้ยยังชีพให้แก่ผู้สูงอายุที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไป โดยให้ถือปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติว่าด้วยหลักเกณฑ์การจ่ายเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ พ.ศ. ๒๕๕๒ ซึ่งมีผู้สูงอายุที่แสดงความจำนงขอขึ้นทะเบียนเพื่อขอรับการสงเคราะห์ จำนวนทั้งสิ้น ๑๔๓ ราย และผู้พิการ ๒๘ ราย

๔.๕ ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

ขนาดพื้นที่ถือครอง

โดยเฉลี่ยเกษตรกรจะถือครองที่ดินประมาณ ๕ – ๑๐ ไร่ ต่อครัวเรือน

สิทธิในที่ดินทำกิน

เกษตรกรที่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองมีประมาณ ๓๐ %

เกษตรกรที่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง และเช่าเพิ่ม ประมาณ ๔๐ %

เกษตรกรที่ต้องเช่าที่ดินทำกิน (ไม่มีที่ดินทำกิน) ประมาณ ๒๕ %

เกษตรกรที่ทำกินในพื้นที่สาธารณะ ประมาณ ๕ %

การเช่าที่ดิน ส่วนใหญ่จะเช่าจากเกษตรกรในตำบล อัตราค่าเช่า มีดังนี้

- เช่าทำนา ราคา ๑,๕๐๐ บาท/ไร่/ปี หรือจ่ายค่าเช่าเป็นผลผลิตที่ได้ในแต่ละฤดูกาลผลิต ปริมาณผลผลิตที่ต้องจ่ายเป็นค่าเช่านั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้เช่าและผู้เช่าจะตกลงกัน

- เช่าปลูกพืชผัก เช่น ปลูกข้าวโพดฝักอ่อน ราคา ๓๐๐- ๕๐๐ บาท/ไร่/ครั้ง (๑ ปีปลูกได้ ๔ ครั้ง)

- เช่าพื้นที่เลี้ยงปลุสตั้ว ราคา ๑,๕๐๐ – ๒,๐๐๐ บาท/ไร่/ปี

ราคาเช่าพื้นที่ในการทำการเกษตรมีการขึ้นลง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้เช่าและผู้เช่าจะ
ต่อรองตกลงกัน

รายได้ รายจ่ายของครัวเรือน

รายได้ส่วนใหญ่มาจากการค้าขาย และรับจ้างทำงานในโรงงาน
อุตสาหกรรม รองลงมาจากภาคการเกษตรมีรายได้เฉลี่ยระหว่าง ๓,๐๐๐-๕,๐๐๐ บาท/เดือน
เกษตรกรมีรายได้ ไม่นแน่นอน ทั้งนี้ เนื่องจากราคาผลผลิตทางการเกษตรมีความผันผวน * (ข้อมูล
จากการสัมภาษณ์ประชาชน) รายจ่ายส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการดำรงชีพ ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย และงาน
สังคมต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่ง งานศพ งานขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ และด้านการศึกษาของบุตรหลาน
และลงทุนประกอบอาชีพ

เป้าหมายของการทำฟาร์ม

ทำฟาร์มขนาดเล็กไม่ต้องอพยพไปทำงานในกรุงเทพมหานคร
ใช้ทรัพยากร และ แรงงานในครัวเรือนให้มากที่สุด เพื่อลดต้นทุนในการผลิต และผลผลิตจำหน่าย
ได้ราคาดี

เทคนิควิธีการผลิต

เกษตรกรรับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อต่างๆ มากขึ้น และนำ
ความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ได้มาพัฒนาระบบการผลิต เพื่อลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของผลผลิต

จำนวนแรงงาน

แรงงานในตำบลส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานนอกภาคการเกษตร และทำ
การเกษตรควบคู่ไปด้วย ในการทำการเกษตรมีการใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลัก และมีปัญหา
การขาดแคลน แรงงานจำเป็นต้องจ้างแรงงานในพื้นที่ หรือตำบลข้างเคียง หรือ แรงงานต่างด้าว เข้า
มาช่วยในการทำการเกษตร โดยมีค่าจ้างแรงงานวันละ ๑๒๐ บาท/คน/วัน มีการตกลงราคาค่าจ้าง
ก่อนทำงานว่าต้องการแบบเหมาจ่าย หรือรายวัน

สัตว์ใช้งาน เครื่องจักรการเกษตรและปัจจัยการผลิต

ปัจจุบันเกษตรกรไม่ใช้แรงงานสัตว์ในการทำการเกษตร แต่จะใช้
เครื่องจักรกลทางการเกษตร เพื่อความสะดวก และรวดเร็ว เช่น ใช้รถไถในการเตรียมดิน รถเกี่ยว
นวดข้าว เครื่องฉีดพ่นสารเคมี รถตัดอ้อย ฯลฯ และเกษตรกรจะซื้อปัจจัยการผลิตตามสื่อโฆษณา
หรือเพื่อนบ้านข้างเคียงแนะนำ ในปัจจุบันราคาปัจจัยในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น เกษตรกรใช้ปัจจัยใน
การผลิตปริมาณมากในพื้นที่เท่าเดิม สูงกว่ามาตรฐานที่กำหนด เช่น การใช้ปุ๋ยเคมี และ สารเคมีต่อ
ไร่สูง การใช้เมล็ดพันธุ์ต่อไร่สูง ไม่คำนึงถึงสัดส่วนที่ถูกต้อง จึงทำให้ต้นทุนการผลิตสูง และ
เกษตรกรเสี่ยงต่อการขาดทุน

๕. ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา

“ร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา” อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้นแบบร้านค้าชุมชนที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในแง่ของการบริหารจัดการ ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือของชุมชนและผู้นำในท้องถิ่นที่เข้มแข็ง

๕.๑ ประวัติความเป็นมา

ตำบลท่าเสาแยกมาจากตำบลทุ่งส้ม ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย ๑๑ หมู่บ้านและ ๑ เทศบาลตำบล ตำบลท่าเสามีสภาพพื้นที่เป็นที่ราบเชิงเขา มีต้นน้ำลำธาร ป่าไม้ อยู่ริมฝั่งแม่น้ำแควน้อย พื้นที่บริเวณริมแม่น้ำน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยว และ ประกอบธุรกิจ เช่น โรงแรม รีสอร์ท

คนในชุมชนส่วนใหญ่มีความหลากหลาย ย้ายมาจากราชบุรี ภาครใต้ ภาคอีสาน ภาคเหนือ และยังมีคนมอญ กระเหรี่ยง พม่า ด้วยความหลากหลายของคนในชุมชนสภาพปัญหาจึงทำให้ปัญหาชุมชนซับซ้อนทั้งด้านวัฒนธรรม การรวมกลุ่มในการแก้ปัญหาชุมชนค่อนข้างยาก คนอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก เช่น ปลูกข้าวโพด มะเขือ พืชไร่เศรษฐกิจอื่น ๆ และมีการเลี้ยงสัตว์ เช่น โค กระบือ ไก่พื้นเมือง ปลา เป็นต้น นอกจากนี้มีอาชีพเสริมนอกภาคเกษตร เช่น การค้าขายไม้ดอกไม้ประดับ ผลผลิตทางการเกษตร รับจ้างทำไร่ ทำสวน และทำงานตามสถานประกอบการ เป็นต้น คนในชุมชนมีรายได้มาจากผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลักและการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับแก่นักท่องเที่ยว แต่เกษตรกรยังประสบปัญหาด้านการตลาด ราคาพืชผลทางการเกษตรไม่แน่นอน ต้นทุนการผลิตสูง จึงทำให้รายได้กับรายจ่ายไม่สมดุลกัน ภาระหนี้สินจึงตามมา คนในชุมชนไม่มีเงินออม ขาดหลักประกันในชีวิต แต่ชุมชนก็ไม่ได้ยอมจำนนต่อปัญหาที่รุมเร้า ชุมชนลุกขึ้นมาค้นหาแนวทางในการแก้ปัญหาของตนเอง โดยผสมผสานความรู้ที่มีอยู่ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนอย่างเหมาะสมกับบริบทชุมชน ประเด็นความรู้หนึ่งที่ใช้ในการแก้ปัญหาความยากจนของชุมชน คือ ศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา ตั้งอยู่ที่ ๘๕ หมู่ที่ ๘ ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี (สถาพร ขวัญยืน, ๒๕๓๔ : ๔๔)

๕.๒ จำนวนประชากรใน ตำบลท่าเสา (สถาพร ขวัญยืน, ๒๕๓๔ : ๔๖)

จำนวนหลังคาเรือน : ๔,๐๘๑ หลังคาเรือน

จำนวนประชากร : ๑๓,๔๔๑ คน จำนวนผู้สูงอายุ : ๑๖๗ คน

จำนวนเด็กแรกเกิด ถึง ๖ ปี : ๑๑๖ คน จำนวนผู้สูงอายุ ที่ป่วยเป็นโรคเรื้อรัง :

๕๓ คน

จำนวนสตรีตั้งครรภ์ : ๑๕ คน จำนวนผู้สูงอายุ ที่ช่วยตนเองไม่ได้ : ๕ คน

จำนวนสตรีอายุ ๓๕ ปี ขึ้นไป : ๕๘๒ คน จำนวนผู้พิการ : ๓๐ คน

๕.๓ แบ่งเขตการปกครอง เป็น ๑๒ หมู่บ้าน

ประกอบด้วยหมู่บ้าน หมู่ ๑ บ้านช่องแคบ , หมู่ ๒ บ้านวังใหญ่ , หมู่ ๓ บ้านทุ่งก้างย่าง, หมู่ ๓ บ้านท่าเสา, หมู่ ๔ บ้านพองกะ, หมู่ ๕ บ้านพุง, หมู่ ๖ บ้านพุ่มวง, หมู่ ๗ บ้านดงลึก (วังนกแก้ว), หมู่ ๗ บ้านพุมุด, หมู่ ๘ บ้านพุดเตย, หมู่ ๑๐ บ้านหนองตาม่วง, หมู่ ๑๑ บ้านพรวด

๕.๔ สภาพปัญหาร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา

ปัญหาที่สั่งสมมาของชุมชนคนท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้คนในชุมชนเกิดการรวมตัวกันเพื่อหาทางออกให้กับชุมชน จนได้ข้อสรุปร่วมกันว่า “ชุมชนของเราจะเน้นการพึ่งตนเองเป็นหลักและยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อคุณภาพชีวิต ตลอดจนการสร้างคุณธรรมร่วมกัน ให้ทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อความหลากหลายทางด้านความคิด และสร้างความสัมพันธ์ต่อกันอย่างยั่งยืน” โดยให้คนในชุมชนที่สนใจบอกเล่าถึงปัญหาที่มีอยู่ เพื่อจะได้หาทางออกร่วมกัน

ชุมชนท่าเสาได้มีการร่วมกันหารือเรื่องการแก้ไขปัญหาที่นับวันต้องไปกู้หนี้ยืมสินจากนายทุน ที่มีอัตราดอกเบี้ยที่แพงมากจนไม่สามารถออกจากวงจรได้ ดังนั้นการสร้างระบบพึ่งพาจึงเกิดขึ้น แล้วดึงคนมาทำกิจกรรมร่วมกัน ตอนนั้นมีคนสนใจประมาณ ๑๕ คน มาตั้งกติการ่วมกันแล้วระดมทุนได้กว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท และในแต่ละเดือนจะนำเงินมาฝากทุกวันที่ ๕ และให้กู้ในวันนั้น ส่วนใครอยากจะทำเป็นสมาชิกก็สามารถมาสมัครในวันนั้นเหมือนกัน

เมื่อกลุ่มดำเนินการมาได้ช่วงระยะหนึ่งเราได้เห็นความสนใจของชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันนี้มีสมาชิกกว่า ๒๕๐ คน เงินทุนกว่า ๘๐๐,๐๐๐ บาท สามารถช่วยกันได้มากขึ้นไม่ต้องวิ่งไปหาแหล่งเงินทุน การกู้ยืมก็จะเก็บในอัตราร้อยละ ๒ กู้ได้ไม่เกิน ๓ เดือนไม่เกินคนละ ๕,๐๐๐ บาท ทางกลุ่มยังหักไว้ ๑๕% เพื่อกันเข้าเป็นสวัสดิการให้กับสมาชิกด้วย

ยังมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ ลดรายจ่าย คือ โรงสีชุมชน ทางกลุ่มจะซื้อข้าวมาสีแล้วขายให้กับสมาชิกในราคาถูกเป็นการช่วยเหลืออีกทาง เพราะตำบลของเราไม่มีที่ทำนา กลุ่มโรงอาหารสัตว์ชุมชนจะนำผลผลิตที่ได้จากชุมชนมาทำเป็นอาหารสัตว์ อย่างเช่นข้าวโพด ที่ปลูกมากในเขตตำบล ด้านศูนย์สาธิตการเกษตร หรือร้านค้าชุมชนกลุ่มนี้จะช่วยเหลือผลผลิตที่ปลูกในชุมชนให้นำมาวางขาย จะเห็นได้ว่าหลังจากที่เรามีการจัดทำแผนทั่วทั้งตำบลโดยการช่วยกันค้นหาปัญหาของตนเอง และหาทางแก้ปัญหาร่วมกัน โดยใช้ภูมิปัญญาและทุนที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นเครื่องมือ แล้วโยงภาครัฐเข้ามาเป็นที่เลี้ยง เช่น เกษตรตำบล อบต. และมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี จนปัจจุบันชาวบ้านในตำบลท่าเสาสามารถแก้ไขปัญหาคความยากจนและการพัฒนาได้ด้วยตัวเองอย่างยั่งยืน

๕.๕ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา

การก่อเกิดของร้านค้าชุมชน ตั้งอยู่บนการมองถึงผลกระทบที่จะมีต่อร้านค้าอื่นๆ ซึ่งตั้งมาก่อนแล้ว โดยชุมชนยังออกแบบงานวิจัยเล็กๆ เพื่อสำรวจในชุมชน ว่าต้องการสินค้าประเภทไหน ในชีวิตประจำวัน และความต้องการแต่ละเดือนมากน้อยเพียงไร โดยก่อนการตั้งร้านค้าจะมีการสำรวจว่าแต่ละร้านนั้นขายสินค้าอะไรแล้วร้านค้าชุมชนจะขายอะไรเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนและก่อความเดือดร้อนให้กับคนอื่นๆ อันเป็นลักษณะของการทำงานที่เอื้อเพื่อต่อกัน และสินค้าที่ร้านค้าชุมชนเลือกขายก็หลีกเลี่ยงที่จะให้ซ้ำกับสินค้าของร้านค้าชุมชนอื่นๆ ด้วยการออกแบบโดยการคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมทำให้ร้านค้าชุมชนในขณะนี้กลายเป็นแม่ของร้านค้าอื่นๆ ไปโดยปริยาย

ปัจจุบันหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ได้เดินหน้าผลักดัน "โครงการร้านค้าชุมชน" รูปแบบคล้ายสหกรณ์ โดยการให้คนในชุมชนสมัครเป็นสมาชิก มีการจ่ายเงินปันผลทุกๆ ปี โดยจะนำโมเดลการบริหารจัดการของร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค มาเป็นต้นแบบ

“ร้านค้าชุมชนท่าเสา” เมืองกาญจน์ เป็นอีกหนึ่งโมเดลที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้อง

๑. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

จินดาบุษ กอนแสง (๒๕๕๒) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของร้านสะดวกซื้อต่อร้านค้าปลีกในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของโลตัสต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ศึกษาเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของกิจการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก/โชห่วย จำนวน ๑๑๐ ราย และทำการสัมภาษณ์แกนนำ/ประธานเครือข่ายร้านค้าปลีกในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๒ คน

รุ่งทิพย์ ศูนย์ตรง (๒๕๔๖) ได้ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแหลมคูณ หมู่ ๕ อำเภอตรอน จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า กลุ่มมีรูปแบบการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ มีการแบ่งหน้าที่ เช่น ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายจัดซื้อและจำหน่าย ฝ่ายผลิต ฝ่ายควบคุมตรวจสอบคุณภาพ และการตลาด การบริหารจัดการ กลุ่ม มีประธานเป็นผู้กำกับดูแลและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมให้แก่กลุ่มใหญ่ และกิจกรรมกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่มมีการผลิตโดยใช้แรงงานในครอบครัว และบางกลุ่มมีการจ้างแรงงานจากสมาชิกในกลุ่มของตนเอง

สะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพของกลุ่มอยู่ในระดับที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มมีการระดมหุ้น การจัดหางบประมาณจากหน่วยงานมาสนับสนุน การทำกิจกรรม มีการจัดสรรผลประโยชน์ (การปันผล) แก่สมาชิก การคิดต้นทุนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ สินค้าอุปโภคบริโภค บริการแก่สมาชิก สำหรับกระบวนการผลิตและเทคโนโลยี กลุ่มมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์หลายชนิด เช่น ปลา ร้าผอง สมุนไพรขิงขมิ้น น้ำพริกนรก ปลา ร้าทรงเครื่อง และข้าวเกรียบ บางผลิตภัณฑ์มีการผลิตซ้ำซ้อนกัน จึงเป็นปัญหาอุปสรรคในการใช้ตลาดที่มีมาตรฐานอาหารและยา (อย.) การตัดราคากันเอง และปัญหาการจัดทำบัญชีสรุปผลรายรับ รายจ่ายการทำกิจกรรม และมีข้อเสนอแนะเพื่อให้กลุ่มได้มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน ควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน การควบคุมการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาความรู้ การจัดทำบัญชี ก็จะทำให้กลุ่มเกิดความเชื่อมั่น การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ปฤษฎางค์ ปันกองงาม (๒๕๔๕:บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาและผลกระทบจากการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่รูปแบบต่างๆ ที่มีธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม และเพื่อศึกษาการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมจำนวน ๒๐ ราย ผลการศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาสของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้แก่ สินค้าขนาดเล็กและขนาดกลางที่มีราคาถูกลงจะขายดี มีกระแสการต่อต้านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ซึ่งเป็นคู่แข่ง มีลูกค้าประจำที่ขอใช้บริการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและสามารถซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งในท้องถิ่นซึ่งมีอยู่หลายร้าน และปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เป็นข้อจำกัดได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้กำลังซื้อโดยรวมลดลง กฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการต่างชาติมากกว่า รัฐบาลจัดเก็บภาษีการค้าในอัตราที่เพิ่มขึ้นและมีความล่าช้าในการออกมาตรการช่วยเหลือ ประกอบกับผู้บริโภคมีพฤติกรรม วิธีการดำเนินชีวิต และทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป นิยมใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น ร้านค้าสมัยใหม่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากขึ้นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ไม่สามารถป้องกันคู่แข่งรายใหม่ได้ ลูกค้าสามารถไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทดแทนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้ นอกจากนี้ผู้บริโภคและซัพพลายเออร์มีอำนาจต่อรองมากขึ้น

วสันต์ กู้เกียรติกุล (๒๕๔๔ : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารายงานการวิจัยเรื่อง “องค์กรเครือข่ายชุมชนตำบลบาโงยซิแน อำเภอยะหา จังหวัดยะลา” ผลการวิจัยพบว่า การเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆ เป็นองค์การเครือข่าย เริ่มจากคณะผู้วิจัยค้นหาความต้องการร่วมกันของทุกกลุ่มในพื้นที่ได้แก่ ร้านค้าชุมชน ตลาดนัด และธนาคารตำบล จากนั้นสร้างจิตสำนึกให้แกนนำกลุ่มด้วยการ

พูดคุยให้เห็นความสำคัญของการจัดตั้งองค์กรเครือข่าย และนำแกนนำไปทัศนศึกษา หลังจากนั้น แต่งตั้งแกนนำบางคนเป็นคณะกรรมการบริหารชั่วคราว เพื่อจัดทำโครงการตั้งร้านค้าและตลาดนัด ชุมชน แล้วชี้แจงให้คณะกรรมการ กลุ่มผู้นำในหมู่บ้าน โตะครุ โตะอิหม่าม ได้เข้าใจวัตถุประสงค์ ของโครงการ ต่อมาจัดให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการ องค์กรเครือข่ายชุมชน และคณะกรรมการ บริหารซึ่งทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการบริหารศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรชุมชน ประจำตำบลด้วย คณะกรรมการบริหาร มีหน้าที่สำคัญคือ ผลักดันให้เกิดร้านค้าและตลาดชุมชน และบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ การบริหารงาน สำหรับธนาคารตำบลจะดำเนินการภายใน ปลายปี ๒๕๕๔ องค์กรเครือข่ายมีผลต่อชุมชนทั้งด้านสนับสนุนชุมชนให้มีเวทีแก้ปัญหาอย่างเป็น ระบบ ในรูปคณะกรรมการ ส่งเสริมให้กลุ่มเครือข่ายมีการวางแผน เพื่อประสานงานทางราชการ สนับสนุนงบประมาณ รวมทั้งองค์กรเครือข่ายช่วยสร้างงานใหม่ให้กับเกษตรกรและทำให้เกษตรกร มีรายได้เพิ่มขึ้น ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป ได้แก่ เจ้าพนักงานส่งเสริมการเกษตรประจำตำบล ควรประสานงานกับหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนให้กิจกรรมในอนาคตของ องค์กรเครือข่ายประสบความสำเร็จ ได้แก่ การขยายตลาดนัดชุมชนและองค์กรเครือข่ายรวบรวม ผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกจำหน่าย รวมทั้งการสร้างห้องประชุมและอาคารฝึกอาชีพ

สุวัฒน์ นิลดำ (๒๕๕๓ : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารายงานการวิจัยเรื่อง “การศึกษา การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ร้านจำหน่ายสินค้า ศูนย์บริการทางหลวงเขาโพธิ์จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์” ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนร้านจำหน่ายสินค้าเป็นการวิจัยเชิง คุณภาพผลงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อทำความเข้าใจถึง ปัจจัยที่ทำให้ห้องค์กรประสบความสำเร็จ นโยบายรัฐ ทูทางสังคมวัฒนธรรมชุมชน สัมพันธภาพขององค์กรและเครือข่ายฯ การจัดการ ความรู้แนวชุมชนปฏิบัติในองค์กรสู่การเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านวิสาหกิจชุมชน เอกลักษณ์และ ศักยภาพในด้านต่างๆ ของสินค้าวิสาหกิจชุมชน มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร และมี ยุทธศาสตร์ แผนงานการจำหน่ายสินค้าสำหรับ

อุปสรรค ปัญหาในการดำเนินงานขององค์กร คือ มีพื้นที่จำกัดไม่เพียงพอต่อการ รองรับจำนวนสินค้า บริการ และลูกค้า ทูสำหรับการขยายการดำเนินงานขององค์กร ผลการศึกษา พบว่ามีข้อจำกัดด้านศักยภาพของบุคลากรไม่พร้อมต่อการรองรับการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสาร หน่วยงานรัฐมีข้อจำกัดในการส่งเสริมและ พัฒนาธุรกิจชุมชน

ด้านแนวทางการแก้ไขในการดำเนินงานวิสาหกิจ คือ หน่วยงานรัฐควรเปิดโอกาส และพื้นที่ให้กับองค์กรและส่งเสริมพัฒนาและสนับสนุนทุนในการดำเนินงาน พัฒนาเสริมสร้าง ศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน จัดหาเทคโนโลยีและวิทยาการ สมัยใหม่เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงาน ควรมีการขยายพื้นที่ หรือสาขา เพื่อการ เติบโตของธุรกิจชุมชน

สุรวี วงศ์ไผ่ (๒๕๔๖) ได้ศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานด้านวิสาหกิจ ชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้า บ้านป่าแดง ตำบลหนองพยอม อำเภอดงพวน จังหวัดพิจิตร พบว่า ในด้านบริบทและสภาพแวดล้อม คนส่วนใหญ่มีความรู้ดีเป็นเจ้าของในกิจการของชุมชน และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า มีการสั่งซื้อจากแหล่งอื่นและเงินทุนส่วนใหญ่ ได้มาจากแหล่งทุนภายนอก และทุนที่เกิดจากภายในหรือระดมทุนของสมาชิกกลุ่มมีเพียงเล็กน้อย ด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มได้รวมตัวกันเอง โดยมีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม มีการจัดระเบียบ ผ่านการเห็นชอบจากสมาชิก การผลิตเป็นการผลิตตามความต้องการของตลาด และมีการพัฒนา ความรู้และผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา มีสถานที่ที่ใช้ในการบริหารจัดการที่เหมาะสม และกลุ่มมีการ วางแผนการดำเนินงานชัดเจน ด้านผลการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด แต่การจัดจำหน่ายและรายได้ของสมาชิกยังไม่แน่นอนและไม่ เพียงพอ ด้านผลกระทบ พบว่าคนในชุมชนมีคุณภาพดีขึ้น ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากอาชีพทอผ้า จากนักท่องเที่ยวและคณะศึกษาดูงาน กลุ่มสามารถพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่งแต่ส่วนใหญ่ต้อง อาศัยเงินทุนและความรู้ในการดำเนินงานจากภายนอกชุมชน ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เสื้อผ้าที่มาจาก นอกชุมชน สำหรับสมาชิกมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนระดับปานกลาง และสมาชิก ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมและเป็นรายด้านว่าเห็นด้วย

โสฬส ทิมะเสถียร (๒๕๔๕ : บทคัดย่อ) ศึกษาการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบ ดั้งเดิม เพื่อแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ภาคสนาม โดยการสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม และผู้บริหารในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด ๕๐๐ ราย ด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าทางสถิติ คือ ค่า t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทดิสเคาน์สโตร์มีผลกระทบต่อ ยอดขายของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมากที่สุด ปัญหาที่สำคัญของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ การ ขาดแคลนเงินทุน แนวทางการปรับตัวด้านกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อให้ สามารถแข่งขันได้กับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ คือ พยายามลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลงเพื่อเป็นการลด ต้นทุน ความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมมากที่สุด คือความ

ช่วยเหลือด้านภาษี เช่น ยกเลิกการเก็บภาษีที่ซ้ำซ้อน หรือ ยกเว้นภาษีบางประเภทให้กับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในส่วนของผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในเรื่องของสินค้าที่มีคุณภาพ ด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในเรื่องของความเหมาะสมของราคาสินค้า ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในเรื่องของป้ายหน้าร้านที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ด้านบริการผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในเรื่องของการมีสินค้าเพียงพอจำหน่าย และการรับ แลก เปลี่ยน คืนสินค้า ด้านการจัดวางสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในเรื่องของการจัดแต่งภายในร้านให้สวยงามเป็นระเบียบ สำหรับปัญหาที่สำคัญของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ การไม่สามารถแข่งขันราคากับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ได้ และความต้องการที่จะให้ภาครัฐช่วยเหลือผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ สนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้แก่ผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิม

รุจิดา เจตะวัฒนะ (๒๕๔๖) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจจากการขยายตัวของดิสเคาน์สโตร์และการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม : ศึกษาในเขตเทศบาลตำบลบ้านฉาง จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากการขยายตัวของดิสเคาน์สโตร์ที่มีต่อจำนวนยอดขาย จำนวนลูกค้า หนี้สิน และการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผลการศึกษาพบว่า หลังจากริมดิสเคาน์สโตร์ เข้ามาตั้งในจังหวัดระยอง ได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนยอดขายและจำนวนลูกค้าของร้านค้าปลีก โดยหลังมีดิสเคาน์สโตร์จำนวนยอดขายเฉลี่ยต่อวันลดลงจากเดิมที่มียอดขาย ๕,๐๐๐ บาท ขึ้นไปต่อวัน เหลือเพียง ๑,๐๐๐ - ๒,๐๐๐ บาทต่อวัน จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าในร้านเมื่อก่อนมีจำนวน ๔๑ - ๖๐ คนต่อวัน เหลือเพียง ๒๑ - ๔๐ คน ต่อวัน โดยกลุ่มลูกค้าที่หายไปส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวันทำงาน ซึ่งก่อนมีดิสเคาน์สโตร์เป็นลูกค้าที่มาอุดหนุนมากที่สุด แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อหนี้สินของร้านค้าปลีกมากนัก ส่วนการปรับตัวของร้านค้าปลีกก็เป็นที่ไปในลักษณะ เพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลาย มากที่สุดนอกจากนั้นก็เป็นการปรับปรุงสภาพร้านให้ดูทันสมัย ลดราคา แต่มีร้านค้าจำนวนน้อยที่จะขยายระยะเวลาในการเปิดปิด และนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกิจการ ร้านค้าปลีกมีแนวโน้มทำในลักษณะเดิมมากที่สุดถึงร้อยละ ๕๔.๒๐ รองลงมาคือ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๑๐ เปลี่ยนแปลงเป็นธุรกิจอื่น คิดเป็นร้อยละ ๖.๕๐ และเลิกกิจการ คิดเป็นร้อยละ ๒.๘๐

นุจรี คงทวีผล (๒๕๔๕) ศึกษาเรื่อง ผลของการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่มีต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ศึกษาผลของการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่มีต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ศึกษาถึงวิธีการในการปรับตัวของร้านค้าปลีก

แบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า สภาพทั่วไปของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินการเป็นกิจการในครอบครัว มีขนาดร้านค้า ๑ คูหา ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ลักษณะเป็นร้านที่ไม่มีแอร์ เปิดโล่ง เริ่มเปิดดำเนินการก่อนปี พ.ศ.๒๕๔๐ โดยเปิดบริการในช่วงเช้า-เย็นมากที่สุด ไม่มีลูกจ้าง มียอดขายต่อวัน ๑,๐๐๑-๓,๐๐๐ บาท

ศรียรรณ สอนดี และคณะ (เชิงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักงานภาค, ๒๕๕๗) ได้ทำการศึกษารายงานการวิจัย เรื่อง “การจัดตั้งร้านค้าชุมชน เพื่อชุมชนเข้มแข็ง บ้านคลองน้ำลัด ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง” บ้านคลองน้ำลัด หมู่ที่ ๕ ต.นิคมพัฒนา อ.เมือง จ.ลำปาง ได้รับทุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยภาค ผ่านศูนย์ประสานงานวิจัยท้องถิ่น จ.ลำปาง ในเดือน ตุลาคม ๒๕๕๖ ชุมชนได้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน จนทำให้คนในชุมชนเกิดสำนึกผิดชอบรักชุมชนของตนเอง เกิดแนวคิดร่วมในการแก้ไขปัญหาของชุมชน มีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนพฤติกรรมจากเดิมที่ปล่อยให้ผู้นำพัฒนาฝ่ายเดียว หรือต่างคน ต่างทำ ตัวใครตัวมัน หันมาร่วมกันคิด ร่วมกันวิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่วมแก้ไขปัญหาและหันมาร่วมกันทำกิจกรรมกลุ่ม ช่วยเหลือจุนเจือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งได้ในระดับหนึ่ง สามารถพึ่งตนเองได้ในโอกาสต่อไป

๒. บทความที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

ศรียา พันธุ์ณรงค์ (๒๕๕๓ : ๑๖-๒๘) การศึกษาการดำเนินงาน ประสิทธิภาพ และความอยู่รอดของกิจการร้านค้าชุมชนกรณีศึกษา ร้านค้าชุมชนบ้านกล้วยใหม่ หมู่ ๑๔ ต.สันมะเค็ด อ.พาน จ.เชียงราย ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ร้านค้าชุมชนบ้านกล้วยใหม่ หมู่ที่ ๑๔ ต.สันมะเค็ด อ. พาน จ. เชียงราย เกิดขึ้นจากการจัดทำแผนแม่บทชุมชน เพื่อเป็นแหล่งกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคไปสู่ชนบท เป็นการคุ้มครองประชาชนในชนบทให้สามารถซื้อสินค้าในราคาที่เป็นธรรม ถึงแม้ผลการดำเนินงานของร้านค้าจะดำเนินไปเป็นอย่างดี แต่ร้านค้าขาดวิธีการปฏิบัติงานที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบ ง่ายต่อการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงาน และตรวจสอบได้

งานวิจัยนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และออกแบบเอกสารอย่างง่ายที่กิจการสามารถใช้ในการควบคุมการปฏิบัติงาน แผละรายงานผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ

สรุป

เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ เกิดจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาลได้เอื้อให้กับนักลงทุนต่างชาติโดยการเปิดโอกาสให้กลุ่มทุนธุรกิจค้าปลีกไทยแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกต่างประเทศที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง นโยบายการส่งเสริมการลงทุนยังได้ดำเนินการทางกฎหมายด้านการค้าหลายฉบับที่เอื้อประโยชน์ให้การลงทุนจากต่างชาติมากมาย เช่น นโยบายการเปิดเสรีการค้าการลงทุนจากต่างประเทศ ให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามามีอิทธิพลต่อธุรกิจค้าปลีกมากและรัฐบาลยังไม่มีนโยบายในการจัดการ ในเรื่องนี้อย่างจริงจังทำให้เกิดปัญหาในธุรกิจค้าปลีกต่างๆ มากมายและนำไปสู่การถูกรวบงำหรือถูกผูกขาดทางธุรกิจค้าปลีกของกลุ่มทุนต่างประเทศขนาดใหญ่และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจากต่างประเทศ มีอำนาจการต่อรองมากมายในขณะนี้ ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนไม่สามารถเข้ามากำกับดูแลอย่างเป็นธรรมได้

การก่อเกิดของร้านค้าชุมชนตั้งอยู่บนการมองถึงผลกระทบที่จะมีต่อร้านค้าอื่นๆ ซึ่งตั้งมาก่อนแล้ว โดยก่อนการตั้งร้านค้าจะมีการสำรวจว่าแต่ละร้านนั้นขายสินค้าอะไรแล้วร้านค้าชุมชนจะขายอะไร เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนและก่อความเดือดร้อนให้กับคนอื่นๆ อันเป็นลักษณะของการทำงานที่เอื้อเพื่อต่อกัน และสินค้าที่ร้านค้าชุมชนเลือกขายก็หลีกเลี่ยงที่จะให้ซ้ำกับสินค้าของร้านค้าชุมชนอื่นๆ ด้วยการออกแบบโดยการคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมทำให้ร้านค้าชุมชนในขณะนี้กลายเป็นแม่ของร้านค้าอื่นๆ ไปโดยปริยาย คนในชุมชนพากันมาซื้อสินค้าที่ร้านของตัวเองจะขายจากร้านค้าชุมชน นอกจากจะไม่ต้องเสียค่าเดินทางมากแล้วยังจะได้รับปันผลจากการเป็นสมาชิกของร้านค้าชุมชนด้วย นอกจากนี้กำไรที่ได้จากการดำเนินการของร้านค้าชุมชนนอกจากจะกลับคืนสู่สมาชิกแล้วยังมีสัดส่วนเพื่อประโยชน์ของชุมชนด้วย

ร้านค้าชุมชนเป็นกิจกรรมที่สร้างผลกำไรต่อเนื่องและยั่งยืน หากมีการบริหารจัดการที่ดี บนบริบทและฐานวัฒนธรรม ทั้งนี้ต้องไม่มองไปที่ธุรกิจหรือกำไร แต่มองว่า เป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างจริง เงินทุกบาทที่เสียไปก่อเกิดประโยชน์แก่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

การบริหารจัดการในเรื่องร้านค้าชุมชนมีเทคนิคและวิธีการอีกมาก เพื่อให้เป็นร้านค้าชุมชน ของชุมชนอย่างแท้จริง มองกำไรเป็นเรื่องเล็ก มองการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องใหญ่ และมองไปให้ไกลว่า การสร้างร้านค้าชุมชน ตอบสนองต่อความสุข และความยั่งยืนของชุมชนได้อย่างไร

สรุปได้ว่าภาพรวมการค้า การลงทุนในพื้นที่ขณะนี้ ว่ามีการลงทุนของธุรกิจโมเดิร์นเทรด ขนาดใหญ่บุกเข้ามาลงทุนในจังหวัดกาญจนบุรีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ร้านค้าขนาดเล็กต้องหาวิธีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด และต่อสู้กับผู้เล่นรายใหญ่ที่เข้ามาได้ โดยร้านค้าขนาดเล็กจะอาศัยความใกล้ชิดคตินิยมคุ้นเคยกับลูกค้ามาเป็น “จุดแข็ง” เพื่อรักษาฐานลูกค้าเอาไว้ได้

“ร้านค้าชุมชนที่อยู่อำเภอห่างไกล รัศมีทำการของโมเดิร์นเทรดจะไม่ค่อยได้รับผลกระทบมากนัก แต่ก็ประมาณไม่ได้เช่นกัน ต้องหาแนวทางที่จะทำให้ร้านค้าชุมชน ยี่ปัว ชาปัว อยู่รอดและเลี้ยงตัวเองได้อย่างยั่งยืนภายใต้ภาวะการแข่งขันสูง”

ปัจจุบันหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรีได้เดินหน้าผลักดัน “โครงการร้านชุมชน” รูปแบบคล้ายสหกรณ์ โดยการให้คนในชุมชนสมัครเป็นสมาชิก มีการจ่ายเงินปันผลทุกๆ ปี โดยจะนำโมเดลการบริหารจัดการของร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค มาเป็นต้นแบบ

เนื่องจากเป็นร้านค้าที่ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ ๕๐๐ ราย เมื่อปี ๒๕๕๖ ที่ผ่านมามีรายได้เข้าร้านค้าชุมชน ๒๗ ล้านบาท มีแนวโน้มที่จะมีสมาชิกสูงขึ้นจากแรงจูงใจเงินปันผลที่สูงขึ้นทุกปี

อย่างไรก็ตาม สินค้าที่นำไปจำหน่ายยังเป็นซัพพลายเออร์ขนาดเล็ก ขณะนี้กำลังวางแผนหาซัพพลายเออร์รายใหญ่เพื่อป้อนสินค้าให้กับร้านค้าชุมชน

“เร็วๆ นี้หอการค้าจะเข้าไปดูแลเรื่องระบบสต็อกสินค้า ระบบซอฟต์แวร์ ยกกระดับร้านค้าชุมชนให้ทันสมัยยิ่งขึ้น รองรับลูกค้าที่จะเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าจากชุมชน เช่น สินค้าโอท็อป พืชผักสวนครัว กระจายรายได้สู่ชุมชน ผลักดันชุมชนให้เข้มแข็งมากขึ้น”

นอกจากนั้น ยังมีแผนที่จะเสนอโมเดลร้านค้าชุมชนนี้ให้กับหอการค้าไทยพิจารณาผลักดันทั้ง ๗๗ จังหวัด โดยให้กาญจนบุรีเป็นจังหวัดต้นแบบแห่งความสำเร็จ กระตุ้นการสร้างรายได้ในท้องถิ่น สกัดเงินตราไหลออกต่างประเทศในมือกลุ่มทุนขนาดยักษ์

ส่วนในกาญจนบุรีจะเดินหน้าคัดเลือกชุมชนที่มีความเข้มแข็งเข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการร่วมกับหน่วยงานราชการในจังหวัด (ธีรชัย ชูติมันต์, ประชาชาติธุรกิจ เศรษฐกิจภูมิภาค, วันที่ ๐๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๗)

บทที่ ๓

ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

การศึกษาวิจัยในบทนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน โดยแบ่งการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) นับเป็นแนวโน้มที่สำคัญของสังคมทั่วโลก เพราะเป็นระบบการค้าที่มีประสิทธิภาพสูง สะดวกสบาย และมีต้นทุนต่ำเนื่องจากมีการประหยัดจากขนาด ปัจจุบันร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยแต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะ แตกต่างกันไป ตั้งแต่แนวคิดหลัก เงินลงทุน ที่ตั้ง ลักษณะขนาด โครงสร้างของอาคารรวมไปถึงการตกแต่ง ขนาดพื้นที่ใช้สอยหรือพื้นที่ตั้งวางสินค้า ลูกค้านักช้อปปิ้งเป้าหมายที่แตกต่างกันไป สินค้าที่วางจำหน่าย ปริมาณสินค้า และประเภทสินค้าที่วางจำหน่ายตลอดจนบริการต่าง ๆ จึงทำให้เกิดแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ตามรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

๑. ความหมายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ความหมายของคำว่าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) นั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายประการด้วยกันดังต่อไปนี้

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) คือรูปแบบการค้าปลีกที่มีกระบวนการจัดจำหน่าย ที่มุ่งเน้นในการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการ โดยอาศัยความรู้ ความชำนาญและเทคโนโลยีมาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันระหว่าง ผู้ผลิต ผู้ค้าปลีกและลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (๒๕๔๑ : ๒๒) ได้ให้ความหมายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ไว้ว่า หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยการซื้อสินค้านั้นไปเพื่อบริโภคของตนเองและครอบครัว ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากใครก็ได้ แต่ต้องขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเท่านั้น

ภัทรกร พลพนาธรรม (๒๕๕๑ : ๓) ได้กล่าวถึงความหมายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ไว้ว่า การค้าปลีกสมัยใหม่ หมายถึง กิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อใช้ส่วนตัว

ส่วน วารุณี ตันตวงศ์วานิช (๒๕๕๒ : ๑) ได้ให้ความหมายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หมายถึง อาชีพอิสระที่ดำเนินธุรกิจในกิจกรรมต่างๆ ด้วยบทบาทผู้ค้าปลีกซึ่งเป็นคนกลางที่ช่วยจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่ออุปโภคหรือบริโภคส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน

ในขณะที่เดียวกัน **นุฎล พิภูล (ม.ป.ป : ๑)** ได้ให้ความหมายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ว่า หมายถึง การซื้อขายสินค้าและหรือบริการระหว่างผู้ค้าปลีกกับผู้บริโภคทางตรงโดยไม่มีการผ่านคนกลางใดๆ อีก

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้าย โดยที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้า เพื่อนำไปใช้ส่วนตัวที่ไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ (Stanton, Etzel and Walker, 1994 : 667) ส่วน **Stanton, Etzel and Walker (1994 : 667)** ได้ให้ความหมาย ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคโดยตรงชั้นสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัว ที่ไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือการค้าขายปลีกสมัยใหม่ นับเป็นแนวโน้มที่สำคัญของสังคมทั่วโลก เพราะเป็นระบบการค้าที่มีประสิทธิภาพสูง สะดวกสบาย และมีต้นทุนต่ำเนื่องจากมีการประหยัดจากขนาด ปัจจุบันร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย แต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะ แตกต่างกันไป ตั้งแต่แนวคิดหลัก เงินลงทุน ที่ตั้ง ลักษณะขนาด โครงสร้างของอาคารรวมไปถึงการตกแต่ง ขนาดพื้นที่ใช้สอยหรือพื้นที่ตั้งวางสินค้า ลูกค้านักช้อปปิ้งเป้าหมายที่แตกต่างกันไป สินค้าที่วางจำหน่าย ปริมาณสินค้า และประเภทสินค้าที่วางจำหน่าย ตลอดจนบริการต่าง ๆ ที่จัดให้มีภายในสถานประกอบการลักษณะเด่นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ

๑. ความหลากหลายของสินค้า แบ่งเป็นกลุ่มสินค้าบริโภค และอุปโภค
๒. มีการนำ ระบบเทคโนโลยีมาใช้ดำเนินการความรวดเร็วในการให้บริการ
๓. การบริหารจัดการ โดยความรู้ ความชำนาญ อย่างมืออาชีพ
๔. มีการตกแต่งร้านที่สวยงามสะอาดตา มีเครื่องปรับอากาศเย็นสบาย จัดเรียงสินค้าหลากหลายชนิดอย่างเป็นระเบียบเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ เองตามความพอใจ หรือที่รู้จักกันในศัพท์ self service ซึ่งเป็นการบริการตนเอง

๕. ตั้งอยู่ในทำเลที่การเดินทางไปมาสะดวก มีการบริการต่างๆ ที่ให้สะดวกประหยัดเวลาในการจับจ่ายใช้สอย

๖. จัดรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจและมีการใช้ระบบการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดประสิทธิผลการทำงานที่ดี

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) คือรูปแบบการค้าปลีกที่มีกระบวนการจัดจำหน่าย ที่มุ่งเน้นในการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการ โดยอาศัยความรู้ความชำนาญและเทคโนโลยีมาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันระหว่าง ผู้ผลิต ผู้ค้าปลีกและลูกค้า

จากความหมายของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หมายถึงอาชีพอิสระที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยไม่มีการผ่านคนกลางใดๆ เพื่อนำไปใช้ในการบริโภคส่วนตัว

๒. ประเภทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยแต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป ตั้งแต่แนวคิดหลัก เงินลงทุน ที่ตั้ง ลักษณะขนาดโครงสร้างของอาคารรวมไปถึงการตกแต่ง ขนาดพื้นที่ใช้สอยหรือพื้นที่ตั้งวางสินค้า ลูกค้านุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป สินค้าที่วางจำหน่าย (ปกติสินค้าแบ่งเป็น ๔ กลุ่มหลัก คือ กลุ่ม เอ กลุ่ม บี กลุ่ม ซี และ กลุ่ม ดี กลุ่มสินค้า เอ และ บี หมายถึงกลุ่มสินค้าแบรนด์เนม สินค้าที่มีราคาแพง คุณภาพค่อนข้างดี กลุ่มสินค้า ซี และ ดี เป็นสินค้านำระดับรองลงมาคุณภาพปานกลาง ราคาค่อนข้างถูก) ปริมาณสินค้า และประเภทสินค้าที่วางจำหน่ายตลอดจนบริการต่าง ๆ ที่จัดให้มีภายในสถานประกอบการ สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันพอจะจัดแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ดังต่อไปนี้ คือ

วารุณี ตันติวงศ์วณิช (๒๕๕๒ : ๕๔-๕๗) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็น ๕ ประเภทหลัก คือ

๒.๑ ประเภทธุรกิจ แบ่งตามเกณฑ์หน้าร้าน

๒.๑.๑ **ธุรกิจค้าปลีกมีหน้าร้าน (store retail business)** หมายถึง ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าบริการ โดยมีหน้าร้านเป็นหลักแหล่ง ลูกค้าสามารถเข้าไปในร้านเพื่อเลือกซื้อสินค้าหรือติดต่อขอใช้บริการโดยตรง โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์ต้องการเข้ามาซื้อ

๒.๑.๒ ธุรกิจค้าปลีกไม่มีหน้าร้าน (nonstore retail business) หมายถึง ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้า/บริการที่ไม่มีหน้าร้านเป็นหลักแหล่ง ลูกค้าเลือกซื้อสินค้า/บริการผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต การใช้เครื่องขายอัตโนมัติ การใช้แคตตาล็อก จดหมายตรง การขายผ่านทางโทรศัพท์ การขายสินค้าผ่านทางโทรทัศน์ ตู้ทางคิออสต์ หรือตู้อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์ของการเข้ามาซื้อสินค้าหรือใช้บริการภายในร้านเพื่อการส่วนตัว หรือเพื่อใช้ในครอบครัวตนเอง

๒.๒ ประเภทธุรกิจแบ่งตามเกณฑ์การให้บริการลูกค้า

๒.๒.๑ ธุรกิจค้าปลีกที่ให้ลูกค้าบริการตนเอง (self service retailing business) เป็นธุรกิจค้าปลีกที่เน้นการให้อิสระกับลูกค้าในอารมณ์สบายๆ ให้ลูกค้าดูแลตัวเอง ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ ร้านเคเอฟซี ร้านแม็คโดนัลด์ ร้านเซสเตอร์กริลล์ เป็นต้น ในส่วนของร้านจำหน่ายสินค้าสะดวกซื้อ ได้แก่ ร้านเอเอ็มพีเอ็ม ร้าน ๑๐๘ ซุป ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เป็นต้น

๒.๒.๒ ธุรกิจค้าปลีกที่ให้ลูกค้าบริการจำกัด (limited services retailing business) เป็นธุรกิจค้าปลีกที่มีการให้บริการกับลูกค้าโดยมีพนักงานขายให้บริการ ร้านค้าปลีกจำหน่ายสินค้าเลือกซื้อต้องให้ข้อมูลลูกค้าหรือบริการเพิ่มเติม ตัวอย่างเช่น ห้างสรรพสินค้าจำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า รองเท้ามีตราดิง พนักงานขายต้องดูแลลูกค้าในการเลือกหยิบให้ลูกค้าลองหรือทดสอบจนกว่าแน่ใจหรือพอใจ บริการจัดส่งถึงบ้านรวมถึงการติดตั้ง จากนั้นจึงถือว่าหมดภาระหน้าที่การบริการลูกค้า เงื่อนไขบางอย่างอาจเป็นตามข้อตกลงและรายละเอียดที่ขึ้นอยู่กับสินค้าเท่านั้น เป็นต้น

๒.๒.๓ ธุรกิจค้าปลีกที่ให้บริการลูกค้าเต็มที่ (full service retailing business) เน้นอำนวยความสะดวกให้บริการลูกค้าเป็นหลัก ธุรกิจมีความตั้งใจที่ให้บริการลูกค้าเต็มที่ไม่ว่าแบบพร้อม ส่วนใหญ่ธุรกิจค้าปลีกประเภทนี้คิดค่าบริการ (service charge) กับลูกค้าประมาณร้อยละ ๑๐ ของบริการที่ลูกค้า หลังจากที่ถูกซื้อไปแล้วลูกค้ายังต้องติดตามทางร้านมาให้บริการหลังการขายต่อไป ตัวอย่างเช่น ภัตตาคารเอ็มเค ร้านอาหารฟูจิ เป็นต้น

๒.๓ ประเภทธุรกิจแบ่งตามเกณฑ์สายผลิตภัณฑ์

๒.๓.๑ ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายสินค้าที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบ

๒.๓.๑.๑ ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบ แต่มีความลึกระดับหนึ่งของพื้นที่ บริการน้อย ตัวอย่างเช่น ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่าง (specialty store) ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เจาะจงชื่อ (specialty product) ที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบหรือมีจำนวนสายผลิตภัณฑ์เพียง ๑-๒ สาย ในสายผลิตภัณฑ์นั้นมีความหลากหลาย หลากรสชาติ หลากรูปแบบตาม

ขนาดพื้นที่ ลูกค้านี้อาจเลือกได้หลากหลายใช้พื้นที่ของร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่างประมาณ ๑๖-๒๐ ตารางเมตร ตัวอย่างเช่น ร้านดอกไม้ที่มีแต่สินค้าประเภทดอกไม้ให้เลือกซื้อ ลูกค้าสามารถเลือกหาดอกไม้ชนิดต่างๆ หลากสีทันตามต้องการ

๒.๓.๑.๒ ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีสายผลิตภัณฑ์แคบ มีความลึกมาก พื้นที่ให้บริการกว้างขวาง ตัวอย่างเช่น ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่างขนาดใหญ่ (category killer) ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ (specialty product) มีสายผลิตภัณฑ์แคบหรือมีจำนวนสายผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างจากร้านจำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง แต่มีความลึกของสายผลิตภัณฑ์มาก นิยมดำเนินธุรกิจอยู่ในกลุ่มสินค้าใดกลุ่มสินค้าหนึ่ง ได้แก่ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มเครื่องใช้สำนักงาน กลุ่มเครื่องกีฬา กลุ่มเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง กลุ่มวัสดุและเครื่องตกแต่งบ้าน เป็นต้น

๒.๓.๒ ธุรกิจค้าปลีกจำหน่ายสินค้าที่มีสายผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม สินค้าอุปโภคบริโภคพื้นฐานเป็นหลัก

๒.๓.๒.๑ ร้านขายของชำ (grocery store หรือ mom & pop store หรือ provincial) เป็นธุรกิจค้าปลีกที่เก่าแก่ที่สุดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน นิยมเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ร้านโชห่วย มีพื้นที่ ๑-๒ ไร่ ลูกค้าของร้านคือคนอยู่อาศัยในชุมชนแถบนั้น ใช้เงินลงทุนไม่มาก

๒.๓.๒.๒ ร้านค้าปลีกขนาดเล็กหรือร้านมินิมาร์ท (minimart) เป็นธุรกิจค้าปลีกที่พัฒนาปรับปรุง มาจากร้านขายของชำที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันเช่นเดียวกับ มินิมาร์ท เป็นการย่อส่วนของร้านสรรพอาหาร (supermarket) ในด้านพื้นที่ ชนิดสินค้า และปริมาณสินค้าที่จำหน่ายเช่นเดียวกับร้านสรรพอาหาร ทั้งนี้อาจเพราะสภาพการคมนาคมที่แออัด พื้นที่ในเมืองหายาก และมีต้นทุนค่าพื้นที่สูงขึ้น การลงทุนในร้านสรรพอาหารจึงค่อนข้างสูง มินิมาร์ทจึงเหมาะที่จะตั้งตามตัวเมืองและชานเมืองที่ชุมชนไม่หนาแน่น

๒.๓.๒.๓ ร้านสะดวกซื้อ หรือ คอนวีเนียนีสโตร์ (convenience store : CVS) เป็นธุรกิจค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีอัตราการหมุนเวียนสินค้าค่อนข้างสูง พื้นที่ร้านประมาณ ๑-๒ ไร่ของอาคารพาณิชย์ ร้านค้าประเภทนี้มีรูปแบบคล้ายมินิมาร์ท แตกต่างกันในด้านบริการที่ร้านอำนวยความสะดวกในการซื้อให้กับลูกค้าด้วยบริการ ๒๔ ชั่วโมง และตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนเนื่องจากให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ดี ซึ่งอาจมีค่าเช่าพื้นที่หรือค่าลงทุนในที่ดินสูงมาก ส่วนใหญ่ทำเลร้านสะดวกซื้อที่เลือกควรเป็นพื้นที่ที่มีคนจำนวนมากผ่านไปมา การจัดวางสินค้าในร้านเน้นความเป็นระเบียบการตกแต่งภายในร้านดูสะอาดทันสมัยเน้นการให้บริการที่รวดเร็ว มีระบบต่างๆ ในการจัดการ เช่น ณ จุดขาย (points of sales : POS) เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น เป็นต้น

๒.๓.๒.๔ ร้านสรรพอาหาร ตลาดห้าง หรือซูเปอร์มาร์เก็ต (supermarket) เป็นธุรกิจค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้า ๒ กลุ่มใหญ่ คือ สินค้ากลุ่มอาหาร และ สินค้ากลุ่มไม่ใช่อาหาร ลูกค้าบริการตนเองในการหยิบสินค้าที่ต้องการปัจจุบันร้านค้าประเภทนี้มีหลายสาขา มีการพัฒนาจัดกลุ่มสินค้าหลากหลายของสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกมากขึ้นและใช้พื้นที่ไม่น้อยกว่า ๒๐๐ ตารางเมตร นิยมใส่ตะกร้าหรือใช้รถเข็น เช่น ที่อ็อปซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

๒.๓.๒.๕ ร้านสรรพอาหารขนาดใหญ่ ซูเปอร์สโตร์ หรือ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (super story or super center) เป็นธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบร้านสรรพอาหารขนาดใหญ่ หรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในหลักการมาซื้อทีเดียวได้ครบทุกอย่าง (one stop shopping) ร้านประเภทนี้ประกอบด้วย ซูเปอร์มาเก็ต ส่วนหนึ่งจำหน่ายสินค้าในครัวเรือนประมาณ ๒๐-๓๐ เปอร์เซ็นต์ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้าแต่จะไม่พิถีพิถันมาก สามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าร้านสรรพอาหาร นิยมทำเลที่ตั้งเป็นเอกเทศ (stand alone) เน้นการบริการที่จืดจางให้ลูกค้าความแตกต่างในการจำแนกระหว่างร้านสรรพอาหารกับร้านสรรพอาหารขนาดใหญ่ คือ พื้นที่ใช้สอย นอกจากนี้อาจมีร้านค้าปลีกย่อยรูปแบบอื่นมาเป็นร้านพวงในพื้นที่ (parasite store) ได้แก่ ร้านขายยา ร้านซักแห้ง ร้านแต่งขนสัตว์ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ห้างบิ๊กซี ห้างเทสโก้โลตัส เป็นต้น

๒.๓.๒.๖ ธุรกิจค้าปลีกไฮเปอร์มาเก็ต หรือไฮเปอร์มาร์ท (hypermarket or hypermart) เป็นธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่กว่าซูเปอร์สโตร์ รูปแบบร้านค้า คลังสินค้า (warehouse) มีปริมาณสินค้าที่จำหน่ายมาก ปัจจุบันในประเทศไทยมีรูปแบบทั้งจำหน่ายปลีกและส่ง เน้นวางตำแหน่งร้านในใจกลุ่มลูกค้าด้านความประหยัด

๒.๓.๒.๗ ห้างสรรพสินค้า หรือดีพาร์ตเมนต์สโตร์ (department store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีชนิดของสินค้า (variety) และความหลากหลาย (assortment or depth) ของสินค้าจำนวนมาก อาทิเช่น เครื่องเขียน เสื้อผ้า เครื่องสำอางและน้ำหอม เสื้อผ้า รองเท้า นาฬิกา เครื่องประดับ ของใช้ภายในครัว ศูนย์อาหาร ของใช้ส่วนตัว เฟอร์นิเจอร์ ของใช้ตกแต่งภายใน เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมถึงโรงภาพยนตร์ เป็นต้น ในแต่ละชนิดของสินค้าถูกจัดกลุ่มสินค้าไว้ในรูปของแผนกต่างๆ รูปแบบการจัดแสดงสินค้าแตกต่างกันไปส่วนใหญ่เน้นการจัดห้างสรรพสินค้าที่มีความหรูหรา สินค้าที่จำหน่ายภายในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีชื่อตรา ตัวอย่างห้างสรรพสินค้า เช่น ห้างเซ็นทรัล ห้างโรบินสัน ห้างเดอะมอลล์ เป็นต้น

๒.๔ ธุรกิจค้าปลีกตามเกณฑ์ความสัมพันธ์ด้านราคา

๒.๔.๑ ธุรกิจค้าปลีกแบบเน้นผลิตภัณฑ์ราคาสูง ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาสูง เช่น ห้างสยามพารากอน ห้างเอ็มโพเรียม เป็นต้น รวมถึงธุรกิจที่ให้บริการที่ดีมีคุณค่าในสายตาลูกค้า อัตราค่าบริการอยู่ในระดับสูง เช่น บริการสปาของชีวาธรรม เป็นต้น

๒.๔.๒ ธุรกิจค้าปลีกแบบเน้นผลิตภัณฑ์ราคามาตรฐาน ผลิตภัณฑ์คุณภาพได้มาตรฐาน หมายถึงธุรกิจที่จำหน่ายสินค้ามีคุณภาพ และมีระดับราคาเป็นไปตามมาตรฐาน เช่น ห้างโรบินสัน ห้างเซ็นทรัล ห้างเดอะมอลล์ ห้างแฟชั่นไอซ์แลนด์ เป็นต้น รวมถึงธุรกิจที่ให้บริการที่ดีมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าในระดับหนึ่ง มีอัตราค่าบริการอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน เช่น บริการของโรงพยาบาลเอกชน

๒.๔.๓ ธุรกิจค้าปลีกแบบเน้นผลิตภัณฑ์มาตรฐานราคาต่ำ ผลิตภัณฑ์คุณภาพสมเหตุสมผลหรือคุณภาพตามมาตรฐาน หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพสมเหตุสมผล เน้นราคาต่ำ แบ่งได้หลายประเภท ดังนี้

๒.๔.๓.๑ ร้านค้าปลีกสินค้าลดราคา (discount store) ธุรกิจค้าปลีกที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภคในตลาดวงกว้าง (mass market) เป็นกลุ่มผู้ซื้อจำนวนมาก กำหนดราคาต่อหน่วยที่ได้กำไรส่วนเกิน อาศัยการบริหารจัดการจำหน่ายสินค้าให้ได้จำนวนมากเป็นกลยุทธ์หลักของธุรกิจค้าปลีกสินค้าลดราคา รูปแบบการจัดวางสินค้าคล้ายคลึงร้านสรรพอาหารทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ กลุ่มสินค้าเน้นเฉพาะผักและผลไม้ตามฤดูกาลที่มีโอกาสในการขายสูงเท่านั้น

๒.๔.๓.๒ ร้านค้าปลีกสินค้าราคาต่ำ (off-price retailer) ธุรกิจค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้ากว่าราคาปกติ นโยบายการกำหนดราคาแบบนี้อาจเนื่องจากสินค้าที่นำมาจำหน่ายมีต้นทุนต่ำเป็นพิเศษ

๒.๕ ธุรกิจค้าปลีกตามเกณฑ์การจัดการองค์การการค้าปลีก

๒.๕.๑ ร้านค้าปลีกที่มีสาขาหรือธุรกิจค้าปลีกแบบลูกโซ่ (corporate chain store) ธุรกิจค้าปลีกมีสาขาคั้งแต่สองสาขาขึ้นไป มีเจ้าของรายเดียวกัน อำนวยการควบคุมและบริหารในทุกสาขาคั้งอยู่กับเจ้าของรายเดียวกัน หรือผู้ถือหุ้นกลุ่มเดียวกัน โดยมีผู้บริหารเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน

๒.๕.๒ ร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่แบบสมัครใจ (voluntary chain store) หมายถึงธุรกิจที่มีร่วมมือกันของกลุ่มผู้ค้าปลีกอิสระ โดยมีผู้ค้าส่งให้การสนับสนุน เพื่อร่วมกันซื้อสินค้าในปริมาณที่มากแต่ราคาต่ำ เช่น ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมภายใต้ชื่อบริษัทรวมค้าปลีกเข้มแข็งจำกัด

๒.๕.๓ ธุรกิจค้าปลีกที่จัดการองค์การแบบสหกรณ์ผู้ค้าปลีก (retailer cooperative) หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกอิสระซึ่งมารวมตัวกันจัดตั้งเป็นองค์การร่วม เพื่อตั้งศูนย์รับซื้อสินค้าและส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ได้แก่ สหกรณ์ร้านค้า

๒.๕.๔ ร้านค้าปลีกที่จัดองค์การแบบสหกรณ์ผู้บริโภค (consumer cooperative) หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกซึ่งมีผู้บริโภคเป็นเจ้าของ สหกรณ์ผู้บริโภคเกิดขึ้นเนื่องจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใดบริเวณหนึ่งเห็นว่าไม่ได้สร้างความพอใจให้เขาได้ เช่น ราคาสูงเกินไป สินค้าคุณภาพต่ำ ประชาชนกลุ่มดังกล่าว จึงรวมตัวกันก่อตั้งร้านค้าขึ้นมา มีการจัดประชุมเพื่อวางนโยบายการดำเนินงานถูกแบ่งสรรตามส่วนที่ซื้อและส่วนการลงทุนของสมาชิก

๒.๕.๕ ร้านค้าปลีกที่ได้รับสิทธิทางการค้า (franchise organization) หมายถึง ธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบหนึ่งที่เน้นสร้างประสิทธิภาพและความสำเร็จให้กับธุรกิจของผู้ค้าปลีกอิสระ ผู้ให้สิทธิทางการค้า (franchisor) ซึ่งเป็นบริษัทแม่ (parent company) ยินยอมให้ผู้ค้าปลีกอิสระสามารถใช้เครื่องหมายทางการค้า (trademark) และความช่วยเหลือในงานต่างๆ ด้านบริหารงานให้กับผู้ค้าปลีกอิสระ ที่เรียกว่า ผู้รับสิทธิทางการค้า (franchisee) ที่มีสิทธิ์จำหน่ายสินค้าหรือบริการภายใต้เงื่อนไขที่ตกลงกัน

๒.๕.๖ ร้านรวมกลุ่มค้าปลีก (merchandising conglomerate) หมายถึง ธุรกิจที่มีรูปแบบการจัดองค์การในการรวมกลุ่มร้านค้าปลีกลักษณะต่างๆ ให้มาอยู่รวมกันภายใต้ผู้ดูแลจัดการที่รับผิดชอบการบริหารและช่วยจัดการปัญหาต่างๆ ของร้านค้าปลีกที่รวมกลุ่ม เช่น ห้างเจมมอลล์ เป็นอาคาร ๗ ชั้น มีการจัดการแบ่งโซนพื้นที่ร้านค้า ๓ ชั้น ให้ผู้ค้าอิสระหรือร้านค้าปลีกต่างๆ นำสินค้ามาจัดจำหน่าย เป็นแหล่งรวมสินค้าที่นักท่องเที่ยวมาจับจ่ายใช้สอย เข้ารับบริการได้ทุกวันไม่เฉพาะแค่วันเสาร์อาทิตย์ ส่วนชั้นอื่นเป็นที่จอดรถ ส่วนของชั้นดาดฟ้ามีห้องโถง (Hall) ไว้จัดงานเลี้ยง หรืองานแสดงสินค้า หรืองานประกวดต่างๆ

ในปัจจุบันพอจะจัดแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้เป็น ๗ ประเภท คือ

๑. ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super center, Hyper Mart, Discount Store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มุ่งกลุ่มลูกค้ารายได้ต่ำถึงปานกลาง มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐-๑๕,๐๐๐ ตารางเมตร สินค้าที่จำหน่ายเป็นกลุ่มสินค้า ซี และดี เน้นราคาถูก มีระบบศูนย์กลางกระจายสินค้า (Distribution Center) ผู้ผลิต หรือ Suppliers ที่ประสงค์จะวางสินค้าจำหน่ายในร้านค้านี้จะต้องไปติดต่อที่ศูนย์จัดซื้อและแจกจ่ายที่กรุงเทพฯ ต้องผ่านกระบวนการบริหารจัดการจัดซื้อและเสียค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ตลอดจนเงื่อนไขที่ร้านค้านี้วางเอาไว้

ลักษณะพิเศษของ Discount Store หรือ ซูเปอร์เซ็นเตอร์นี้ คือ พื้นที่วางสินค้ากว้างขวาง เรียงสินค้าได้มากรายการ ประการสำคัญมีจุดบริการชำระเงินจุดเดียว (หลายช่อง) สร้างความสะดวกให้กับลูกค้ามาก เพราะสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทั่วร้าน แล้วค่อยชำระเงินทีเดียว มีรถเข็นสินค้าบริการ ร้านค้าประเภทนี้มักตั้งอยู่กลางเมืองหรือชานเมืองมีที่จอดรถบริการ ปัจจุบันจะมีโรงภาพยนตร์อยู่ในห้างด้วย เช่น บิ๊กซี โลตัส คาร์ฟูร์ ปัจจุบัน Discount Store ในประเทศไทยมีนักลงทุนต่างชาติถือหุ้นใหญ่ทั้งหมด เช่น กลุ่มกาสิโน (Big C) กลุ่มเทสโก้ (Lotus) และกลุ่มคาร์ฟูร์ (Carrefour)

๒. **ห้างสรรพสินค้า (Department Store)** ขายสินค้าหลากหลาย มักตั้งอยู่กลางใจเมือง เน้นสินค้ากลุ่ม เอ และ บี มีทั้งแบรนด์เนมนำเข้าจากต่างประเทศและที่ผลิตในประเทศ สินค้าจะมีราคาค่อนข้างสูงกว่า Discount Store การตกแต่งร้านเน้นความสวยงามและดึงดูดความสนใจของลูกค้ามีพนักงาน คอยบริการให้คำแนะนำใกล้ชิด เช่น ห้างเซ็นทรัล โรบินสัน เดอะมอลล์ เป็นต้น ในอดีตห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ย่านใจกลางเมืองชุมชนในกรุงเทพฯ ปัจจุบันขยายสาขาไปยังจังหวัดใหญ่ๆ มากขึ้น เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ นครราชสีมา ขอนแก่น เป็นต้น ห้างสรรพสินค้าจัดได้ว่าผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของยังเป็นของคนไทย

๓. **ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket)** จำหน่ายสินค้ากลุ่มอาหารและของใช้ประจำวันเป็นหลัก เช่น เนื้อสัตว์ ผักสด ผลไม้สด อาหารสำเร็จรูป ของแห้ง ของใช้ส่วนตัว เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน กระดาษชำระ เป็นต้น ร้านค้าปลีกประเภทนี้มีทั้งที่ตั้งอยู่ริมถนนเป็นอิสระ (Stand Alone) เช่น ฟู๊ดแลนด์ เป็นต้น และร้านประเภทที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เช่น ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต โฮมเพอร์มาร์เก็ต ของเดอะมอลล์ เป็นต้น สำหรับท็อปเดิมที่เป็นของเซ็นทรัล ต่อมาแยกบริหารอิสระทำให้ปัจจุบันมีทั้งที่ตั้งอิสระและอยู่ในห้างสรรพสินค้าขนาดพื้นที่ของร้านค้าปลีกประเภทนี้ประมาณ ๒,๐๐๐-๕,๐๐๐ ตารางเมตร ลูกค้าต้องบริการตนเองไม่มีพนักงานคอยแนะนำทำเลที่ตั้งมักยึดแหล่งชุมชนเป็นหลัก

๔. **ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store หรือ Gas Store)** เป็นร้านค้าปลีกประเภทบุคคลทั่วไป พื้นที่ขนาดเล็กที่สุดแค่ ๑๕ ตารางเมตรใหญ่สุดไม่เกิน ๕๐๐ ตารางเมตร เน้นการจัดร้านการบริหารจัดการที่ทันสมัย สินค้าที่วางจำหน่ายมักจะเป็นสินค้ากลุ่มอาหารและของใช้ จุกจิกประจำวัน จำนวนสินค้าน้อยกว่า ๕ พันรายการ ส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อจะกระจายไปตามชุมชนหรือแหล่งชุมชนของคนทั่วไป เช่น ป้ายรถเมล์ เน้นการเปิดบริการ ๒๔ ชั่วโมง ราคาสินค้าค่อนข้างสูง เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เป็นต้น ปัจจุบันได้ขยายธุรกิจลงสู่ปั้มน้ำมันในรูปแบบของ Gas Store เช่น ร้าน จีพีพี ของปั้มน้ำมันเจ็ท หรือ ไทเกอร์มาร์ทของเอสไอ เป็นต้น เนื่องจากต้นทุนในการประกอบธุรกิจสูง ทำให้สินค้าในร้านสะดวกซื้อค่อนข้างแพงและจะเน้นไปที่สินค้าประเภท

อาหารการกิน เช่น ไข่กรอก ซาลาเปา สเตอपी (น้ำแข็งบั่น) ลูกชิ้นเสียบไม้ ฯลฯ นอกจากนี้ในปัจจุบันยังทำธุรกิจบริการรับชำระเงินค่าใช้จายต่าง ๆ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ ซึ่งสร้างกำไรมหาศาลให้กับธุรกิจนี้

๕. ร้านค้าปลีกในรูปแบบการขายส่ง (Cash and Carry) รูปแบบการขายปลีกแบบต้องเป็นสมาชิกในประเทศไทยประเภทนี้มีเพียงแห่งเดียว คือ แม็คโคร ผู้ซื้อจะต้องมีบัตรสมาชิกหรือหากไม่มีก็ทำบัตรสมาชิกชั่วคราวเพื่อเข้าไปซื้อสินค้าได้ วัตถุประสงค์เดิมสมาชิกเป็นร้านค้าปลีกย่อยแต่ต่อมาการแข่งขันมากขึ้นจึงเปิดให้ประชาชนทั่วไปเป็นสมาชิกได้ จึงกลายมาเป็นการค้าปลีกในรูปแบบพิเศษ เน้นขายสินค้าราคาถูกลงเป็นล๊อตใหญ่ ๆ เช่น เครื่องโหล่ ทั้งโหล่ กระสอบใหญ่ เป็นต้น ลูกค้าต้องบริการด้วยตนเอง รับเงินสดมีจุดรับชำระเงินจุดเดียวเหมือนกับ Discount Store เน้นราคาถูก พื้นที่ขาย ๑๐,๐๐๐-๑๕,๐๐๐ ตารางเมตร สินค้า ๖๐,๐๐๐-๗๐,๐๐๐ เอสเคยู (Stock Keeping Unit) เน้นสินค้าอุปโภคบริโภคประจำวัน

๖. ร้านค้าปลีกขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือสินค้าพิเศษ (Specialty Store หรือ Brand Specialty) เน้นขายสินค้าเฉพาะด้านที่มีคุณภาพ ราคาสูง มีพนักงานคอยให้คำแนะนำพื้นที่ขายประมาณ ๒๐๐-๑,๐๐๐ ตารางเมตร มักตั้งร้านอยู่ในแหล่งชุมชนใหญ่ บางร้านขายสินค้าเฉพาะ Brand ของตนเอง เช่น มาร์กแอนด์สเปนเซอร์ บู๊ท วัตสัน พีเพิลเฮลท์แคร์ ซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น ร้านค้าประเภทนี้มีสินค้าประมาณ ๑,๐๐๐-๒,๐๐๐ รายการ ที่ตั้งใจกลางเมืองหรือย่านชุมชนธุรกิจ อาจจะอยู่ในอาคารเดียวกับห้างสรรพสินค้าหรือชั้นล่างของอาคารพาณิชย์ ๒-๓ คูหา ก็มี

๗. ร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างเน้นราคาถูก (Category Killer) ร้านค้าประเภทนี้คล้าย ๆ กับประเภทที่ ๖ แต่เน้นราคาถูก สินค้าจะหลากหลายในประเภทของสินค้าหมวดหมู่เดียวกัน พื้นที่ขายตั้งแต่ ๒,๐๐๐-๑๐,๐๐๐ ตารางเมตร ทำเลที่ตั้งใจกลางเมืองหรือย่านธุรกิจ อาจจะอยู่ในอาคารเดียวกับห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าหรือชั้นล่างของอาคารพาณิชย์ ๒-๓ คูหา ก็มีพนักงานคอยให้บริการ จำนวนสินค้า ๑,๐๐๐-๖,๐๐๐ รายการ เรียกอีกอย่างได้ว่า Low price Specialty Store เช่น แม็คโครออฟฟิศ เพาเวอร์บาย ออฟฟิศดีโป เป็นต้น

ตารางที่ ๓-๑ เปรียบเทียบลักษณะการทำธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประเภทต่าง ๆ

เป้าหมาย/กลยุทธ์	Department Store	Supercenter	Cash & Carry	Supermarket	Specialty Store	Category killer	Convenience Store
ลักษณะสินค้า	หลากหลาย คุณภาพสูง	หลากหลาย คุณภาพปานกลาง	หลากหลาย คุณภาพ ปานกลาง	หลากหลาย เน้นสินค้าใหม่สด	สินค้าเฉพาะ อย่างคุณภาพสูง	สินค้าเฉพาะ อย่าง คุณภาพ ปานกลาง	หลากหลาย
ลูกค้าเป้าหมาย	ระดับบน	ระดับกลาง และล่าง	ร้านค้าย่อย และลูกค้าที่ซื้อครั้งละ มากๆ	ทุกระดับ	ทุกระดับ	ระดับกลาง และล่าง	ลูกค้าที่ต้องการ ความสะดวก
การซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์	ส่วนใหญ่ในประเทศ	ส่วนใหญ่ในประเทศ	ส่วนใหญ่ในประเทศ	ส่วนใหญ่ในประเทศ	ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ	ส่วนใหญ่ในประเทศ	ส่วนใหญ่ในประเทศ
การจัดการสินค้าคงคลัง	๒-๓ เดือน	๓๐ - ๔๕ วัน	๑ เดือน	๑๐ - ๑๕ วัน	๑ เดือน และ ๗ เดือน กรณี นำเข้า	๗ วัน	๑๕ - ๒๐ วัน
การตั้งราคา	สูงกว่า Cash & Carry	ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้	ราคาขายส่ง	ราคาละกัน	ค่อนข้างสูง	ต่ำกว่า Specialty Store	ราคาสูงกว่า Supermarket
กลยุทธ์ด้านอื่น ๆ	บัตรสมาชิก บัตรเครดิต การลดราคา	บัตรสมาชิก บัตรเครดิต การลดราคา เร่งขยายสาขา	บัตรสมาชิก	การลดราคา สินค้า	ส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อ ๑ แถม ๑	บริการระบบ เงินผ่อน	เร่งขยายสาขา และการ โฆษณา
ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)	หลากหลาย	๑๐,๐๐๐ - ๒๐,๐๐๐	๑๐,๐๐๐ - ๒๐,๐๐๐	๑,๐๐๐ - ๓,๐๐๐	๑,๐๐๐ - ๒,๐๐๐	๑,๐๐๐ - ๒,๐๐๐	๑๖ - ๑๐๐
การถือครองที่ดิน	ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ดิน	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า	ส่วนใหญ่เช่า

ที่มา : Bangkok Post 2003 (Mid Year Report)

หากพิจารณาด้านสัดส่วนผู้ถือหุ้น พบว่า เดิมธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นของคนไทยแต่หลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ทำให้ธุรกิจค้าปลีกโดยเฉพาะการค้าปลีกสมัยใหม่ที่เป็น Discount Store เปลี่ยนไปเป็นของต่างชาติมากขึ้น ทั้งนี้กลุ่มทุนส่วนใหญ่เป็นประเทศในแถบยุโรป อาทิ เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ ฝรั่งเศส ขณะที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่ยังคงเป็นผู้ถือหุ้นไทย อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ นั้น ผู้ถือหุ้นต่างชาติมีอำนาจในการบริหารจัดการมากกว่า

ตารางที่ ๓-๒ การลงทุนของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

บริษัท	จำนวนห้าง / ร้าน			เงินลงทุน/ร้าน (ล้านบาท)	รายรับรวม/ร้าน (ล้านบาท)	ผู้ถือหุ้นใหญ่
	ปี ๒๕๔๔	ปี ๒๕๔๕	ปี ๒๕๔๖			
Tesco Lotus	๓๔	๔๒	๔๘	๕๐,๐๐๐	๓๐๐	อังกฤษ
Big C	๒๕	๓๓	๓๗	๓๓,๐๐๐	๓๐๐ – ๕๐๐	ฝรั่งเศส
Carrefour	๑๕	๑๗	๑๕	๑๘,๐๐๐	๔๐๐ – ๗๐๐	ฝรั่งเศส
Makro	๒๐	๒๑	๒๓	๓๘,๐๐๐	๓๐๐	เนเธอร์แลนด์
Tops	๔๑	๔๕	๕๗	๑๔,๐๐๐	n.a.	เนเธอร์แลนด์
Food Lion	๒๘	๓๘	๔๘	n.a.	n.a.	อังกฤษ
Central	๑๒	๑๓	๑๔	๑๕,๘๐๐	n.a.	ไทย
Boots	๖๗	๖๗	๕๖	n.a.	n.a.	อังกฤษ
Watson's	๕๕	๖๑	n.a.	n.a.	n.a.	ไทย
7 – Eleven	๑,๘๐๐	๒,๐๕๐	๒,๓๐๐	๒๔,๐๐๐	๓ – ๕	ไทย
Family Mart	๑๕๐	๒๕๐	n.a.	n.a.	n.a.	ไทย

ที่มา : Bangkok Post ๒๐๐๓ (Mid Year Report)

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) แต่ละประเภทมีส่วนเหลือมทางการตลาดแตกต่างกันเนื่องจากมีต้นทุนการตลาดที่ต่างกัน ขณะที่กำไรสุทธิใกล้เคียงกัน ความมากน้อยของต้นทุนการตลาดจะขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการจะกำหนดตนเองว่าอยู่ในธุรกิจประเภทไหน อาทิ ห้างสรรพสินค้ามีเป้าหมายเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบน เน้นการให้บริการ แสดงสินค้าเป็นหมวดหมู่สวยงาม ทำให้ต้องมีพนักงานต่อพื้นที่ขายมาก ต้นทุนทางการตลาดจึงสูง ทำให้ส่วนเหลือมทางการตลาดต้องอยู่ในระดับสูง แต่สำหรับธุรกิจดิสเคาท์สโตร์ โดยเฉพาะ Cash & Carry ที่เน้นขายสินค้าจำนวนมากกับผู้ค้ารายย่อยเพื่อไปจำหน่ายต่อไป จึงไม่เน้นการให้บริการและการจัดวางสินค้าที่สวยงาม อีกทั้งลูกค้าต้องการบริการตัวเอง จึงไม่ต้องมีจำนวนพนักงานต่อพื้นที่ขายมากเหมือนกัน ห้างสรรพสินค้า ต้นทุนการตลาดและส่วนเหลือมทางการตลาดจึงมีระดับที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตามการที่มีส่วนเหลือมทางการตลาดที่สูงไม่ได้แสดงว่าธุรกิจจะไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการหรือธุรกิจค้าปลีกประเภทอื่น แต่ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าและตลาดที่รองรับเป็นสำคัญ

นอกเหนือจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ทั้ง ๗ ประเภทแล้ว ปัจจุบันกำลังเกิดการค้าปลีกแบบใหม่อีกประเภทหนึ่งที่เรียกว่า Discount Convenience Store เป็นลักษณะค้าปลีกแบบสะดวกซื้อแต่เล่นเรื่องราคาถูก เช่น Lotus Express ซึ่งจะไปตั้งอยู่ตามปั้มน้ำมันต่าง ๆ หรืออนาคตอาจจะตั้งอิสระก็ได้และรูปแบบค้าปลีก Shopping Center รูปแบบใหม่ๆที่เกิดขึ้น อาทิ Community Mall

สรุปได้ว่าประเภทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ปัจจุบันร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยแต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป ตั้งแต่แนวคิดหลัก เงินลงทุน ที่ตั้ง ลักษณะขนาดโครงสร้างของอาคารรวมถึงการตกแต่ง ขนาดพื้นที่ใช้สอยหรือพื้นที่ตั้งวางสินค้า ลูกค้านักช้อปปิ้งเป้าหมายที่แตกต่างกัน สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันพอจะจัดแบ่งประเภทของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้เป็น ๗ ประเภท คือ

๑. ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super center, Hyper Mart, Discount Store)
๒. ห้างสรรพสินค้า (Department Store)
๓. ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket)
๔. ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store หรือ Gas Store)
๕. ร้านค้าปลีกในรูปแบบการขายส่ง (Cash and Carry)
๖. ร้านค้าปลีกขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือสินค้าพิเศษ (Specialty Store หรือ Brand Specialty)
๗. ร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างเน้นราคาถูก (Category Killer) 3

นอกเหนือจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) แบบใหม่ทั้ง ๗ ประเภทแล้ว ปัจจุบันกำลังเกิดการค้าปลีกแบบใหม่อีกประเภทหนึ่งที่เรียกว่า Discount Convenience Store เป็นลักษณะค้าปลีกแบบสะดวกซื้อแต่เล่นเรื่องราคาถูก เช่น Lotus Express ซึ่งจะไปตั้งอยู่ตามปั้มน้ำมันต่าง ๆ หรืออนาคตอาจจะตั้งอิสระก็ได้และรูปแบบค้าปลีก Shopping Center รูปแบบใหม่ๆที่เกิดขึ้น อาทิ Community Mall

๓. ส่วนประสมธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ภัทรภร พลพนาธรรม (๒๕๕๑ : ๕๘-๑๐๐) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) แสดงถึงส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการบริหาร ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยผสมผสานกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่สอดคล้องกับการบริหารธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หลากรูปแบบ ดังนี้

๓.๑ ส่วนประสมการค้าปลีกกับกลยุทธ์มุ่งสู่ตลาดเป้าหมาย ความสำคัญของการกำหนด กลยุทธ์มุ่งสู่ตลาดเป้าหมาย สามารถนำมาปรับใช้กับส่วนประสมการค้าปลีก (a targeting strategy : retail mix) มีขั้นตอน ดังนี้

๓.๑.๑ ภาพลักษณ์ร้านค้า (Store Image : place) การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของธุรกิจค้าปลีกต่อกลุ่มเป้าหมายเพื่อทราบว่าลูกค้าเป้าหมายคิดอย่างไรกับธุรกิจ ทำไมจึงเลือกซื้อที่นี่ หรือทำไมจึงไม่ซื้อ ทั้งนี้ผู้บริหารสามารถทราบความต้องการเฉพาะของลูกค้า เพื่อสร้างธุรกิจที่ตอบสนองผู้ซื้อให้ดีขึ้น ผู้ค้าปลีกต้องมั่นใจว่าเขาเลือกภาพลักษณ์ที่ถูกต้องเพราะเขาไม่สามารถทำทุกสิ่งเพื่อทุกคน

๓.๑.๒ การปฏิบัติการเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย (Implementation : people , Presentation, Promotion, Product, Price) โดยการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้คนเข้าร้าน เช่น การบริหารบุคลากร บรรยากาศร้าน การสื่อสาร การมีสินค้าให้เลือก ไม่ควรจะเน้นสิ่งใดสิ่งหนึ่งและละเลยสิ่งอื่นๆ การบรรลุความสำเร็จของร้าน ผู้บริหารต้องคิดในฐานะนักการตลาด มิใช่ค้าขายไปวันๆ หากต้องประกอบด้วย หัวใจ จิต จิตวิญญาณ ที่อุทิศให้กลับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ทั้งการเลือกสินค้า การจัดแสดงสินค้า โฆษณา บรรจุกิจกรรม แม้กระทั่งพนักงานขาย

๓.๑.๓ ควบคุมและติดตามผล (Follow-up) โดยกำหนดมาตรฐานทั้งด้านจัดการอบรมพนักงานและควบคุมในห้างทั้งหมดนั้นเป็นไปตามมาตรฐานที่คาดหวัง มาตรฐานที่กำหนดขึ้นนั้นควรมีการปรับเปลี่ยนให้ทันกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายในปัจจุบันเสมอ

๓.๒ ส่วนผสมการค้าปลีก (retail mix) ประกอบด้วย ๖Ps ได้แก่ผลิตภัณฑ์ บุคลากร การนำเสนอการส่งเสริมจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายและราคา กล่าว คือ

๓.๒.๑ ผลิตภัณฑ์ (Product) การบริหารผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจค้าปลีกเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (product mix)

๓.๒.๑.๑ ประเภทของผลิตภัณฑ์ การเลือกประเภทสินค้าเพื่อขายนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ ได้แก่ ความชำนาญของผู้ขาย ทำเลการค้า โอกาสเติบโตของธุรกิจจากประเภทสินค้าที่ขายและลักษณะความเป็นเจ้าของธุรกิจ

๓.๒.๑.๒ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับความหลากหลายของสินค้าในร้านซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจหลายประการ ได้แก่ ความกว้างและความลึกของสายผลิตภัณฑ์

๓.๒.๒ ราคาในธุรกิจค้าปลีกมีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและมีบทบาทต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจจากการสนับสนุนของผู้บริโภคสามารถวิเคราะห์บทบาทของราคาต่อสนับสนุนของผู้บริโภค

๓.๒.๓ การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือที่ผู้ขายสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การบริการภาพลักษณ์ของร้าน โดยใช้เครื่องมือส่วนประสมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์

๓.๒.๔ ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าสู่มือผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีก มีวิธีดำเนินการหลากหลายรูปแบบที่มีหลักการบริหารธุรกิจที่แตกต่างกัน

๓.๒.๕ บุคลากร การบริหารบุคลากรในธุรกิจค้าปลีกเพื่อทำหน้าที่ต่างๆ ได้แก่ การขายด้วยพนักงาน การให้บริการ การรวบรวมข้อมูลการขาย ให้มีประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการกับลูกค้า

๓.๒.๖ การนำเสนอสินค้าหรือบริการ ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคองค์ประกอบส่วนประสมการค้าปลีก เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารต้องตัดสินใจเลือกใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างลงตัวและมีประสิทธิผล เพื่อนำธุรกิจค้าปลีกสู่ความสำเร็จ

๔. นโยบายธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ภัทรภร พลพนาธรรม (๒๕๕๑ : ๑๗๓-๑๗๖) กล่าวถึงชนิดของนโยบายในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) การกำหนดนโยบายควรจะให้สอดคล้องกับภาพพจน์ที่ร้านค้านั้นต้องการจะสร้างขึ้น นโยบายในลักษณะนี้อาจจะแบ่งออกได้เป็น ๕ ชนิดด้วยกัน ดังนี้

๔.๑ นโยบายสินค้า

ขายสินค้าอะไร มีสินค้าให้เลือกมากนักน้อยเพียงใด คุณภาพของสินค้าเป็นอย่างไร ราคาของสินค้าแตกต่างกันอย่างไร จะเป็นสินค้าสมัยนิยมหรือไม่ สิ่งที่ต้องพิจารณาด้านสินค้า คือ ประเภทของสินค้า (Type of Goods) ร้านค้าปลีกจะต้องบอกนโยบายที่ชัดเจนว่าจะขายสินค้าทั่วไป สินค้าสะดวกซื้อ สินค้าเลือกซื้อ หรือสินค้าเจาะจงซื้อ ที่ตั้งของร้านค้าและลักษณะของลูกค้าจะเป็นเครื่องกำหนดว่าจะซื้อสินค้าใดมาขายบ้าง

๔.๑.๑ คุณภาพของสินค้า (Quality) ร้านค้าปลีกแต่ละร้านควรมีนโยบายที่ชัดเจนว่าร้านของตนจะขายสินค้าที่มีคุณภาพดี ปานกลางหรือต่ำ เพื่อที่จะได้จัดบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ถูกต้อง

๔.๑.๒ ราคา (Pricing) ราคาสินค้าที่จะขายจะต้องสัมพันธ์กับคุณภาพแต่ถ้าร้านค้านั้นนโยบายที่จะขายสินค้าในราคาถูกลงก็ต้องเน้นที่จะจัดหาสินค้าที่มีระดับคุณภาพปานกลางมาขายเป็นส่วนใหญ่และคงตัดบริการบางอย่างลงเพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ถูกลงได้ เจ้าของร้านค้าปลีกจะต้องใช้นโยบายหลายราคา (varying price policies) เพื่อให้ลูกค้าต่อรองราคาได้ซึ่งในเชิงจิตวิทยาจะตรงกับนิสัยคนไทยที่ชอบต่อรอง

๔.๒ นโยบายการส่งเสริมการตลาด ร้านค้ามีนโยบายจะโฆษณาอย่างน้อยเพียงใด ใช้สื่อโฆษณาอะไรบางร้านใช้นโยบายส่งเสริมการขายแทบทุกเทศกาล เช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ วันคริสต์มาส เป็นต้น บางร้านใช้โฆษณาสถาบันเพื่อสร้างชื่อเสียงให้ร้านโดยบริจาคช่วยเหลือหรือเข้าเป็นกรรมการในองค์กรต่างๆ ในชุมชน กรรมการหอการค้า สมาคมการค้า กรรมการสหกรณ์ กรรมการชมรมต่างๆ ในชุมชน กรรมการหอการค้า สมาคมการค้า กรรมการสหกรณ์ กรรมการชมรมต่างๆ ซึ่งจะได้ประโยชน์แก่ตนเองโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างสมาชิกและกรรมการด้วยกัน ดังนั้นผู้บริหารกิจการค้าปลีกจำเป็นต้องเสียสละให้การเป็นสมาชิกด้วย

๔.๓ นโยบายเกี่ยวกับการบริการลูกค้า

ร้านค้าปลีกควรจะมาพิจารณาว่า นอกจากตัวสินค้าที่ลูกค้าต้องการแล้วยังมีบริการอะไรบ้างที่สามารถเสนอให้แก่ลูกค้าได้มาก เช่น รับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ บริการขนส่งถึงบ้าน ขนส่งรวดเร็ว ให้เครดิตแก่ลูกค้า บริการติดตั้งซ่อมแซม ปรับสภาพสินค้า รับเปลี่ยนหากสินค้าไม่ตรงกับมาตรฐาน รับประกันคุณภาพ ฯลฯ การให้บริการต่างๆ เหล่านี้เป็นการสร้างความประทับใจหรือดึงดูดใจลูกค้าให้มาซื้อสินค้าบริการ บางอย่างร้านค้าปลีกให้แก่ลูกค้าก็อาจจะไม่มีโอกาสให้บริการนั้นเพราะลูกค้าดำเนินการเองได้สะดวก เช่น การขนส่ง แต่ได้ผลเชิงจิตวิทยาเพราะจะสร้างภาพพจน์ให้เกิดขึ้นแก่ร้านค้าปลีกนั้น การที่ร้านค้าปลีกให้บริการแก่ลูกค้าแม้จะขายสินค้าน่าราคาแพงไปบ้างลูกค้าก็ยังยินดีมาซื้อสินค้า เช่น การบริการในร้านสรรพสินค้าทั้งหลายในปัจจุบันนี้มีลูกค้าไปใช้บริการกันมากมายทุกวัน

๔.๔ นโยบายบุคคล

ถ้ากิจการค้าปลีกมีนโยบายเกี่ยวกับพนักงานดี เช่น พนักงานการฝึกอบรมก่อนเข้าทำงานและขณะทำงานมีการติดตามและประเมินผลการทำงานมีการจัดสวัสดิการให้แก่พนักงาน พนักงานมีโอกาสเลื่อนตำแหน่งหรือมีรางวัลสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติดีเด่น ผู้บริหารกิจการจะต้องพยายามสร้างขวัญและกำลังใจและจงใจให้พนักงานจงรักภักดีมีสำนึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรด้วย หากกิจการรุ่งเรืองยอดขายสูงขึ้นเขามีโอกาสเลื่อนเงินเดือนได้โบนัสมีโอกาสก้าวหน้า มีสวัสดิการดีขึ้น

คุณสมบัติของพนักงานในกิจการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ๒ ประการ ได้แก่ ความสามารถที่ต้องใช้ร้านค้าปลีกและคุณสมบัติส่วนบุคคลที่สำคัญในการค้าปลีก

๔.๔.๑ ความสามารถที่ต้องใช้ในธุรกิจค้าปลีกที่จำเป็นต้องใช้ในธุรกิจค้าปลีก แบ่งออกได้เป็น ๖ ประการด้วยกัน คือ

๔.๔.๑.๑ ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พนักงานในกิจการค้าปลีกเปรียบเสมือนตัวเชื่อมระหว่างลูกค้ากับธุรกิจค้าปลีก เขาจะต้องติดต่อพบปะกับลูกค้าเป็นประจำ ดังนั้นพนักงานร้านค้าปลีกจะต้องรู้พฤติกรรมผู้บริโภค สุภาพอ่อนน้อมกับลูกค้า รู้ความต้องการของลูกค้า

๔.๔.๑.๒ ความสามารถในการใช้กำลังกาย พนักงานของธุรกิจค้าปลีกจะต้องใช้กำลังกายในขณะปฏิบัติหน้าที่ เช่น การยกสินค้า การแสดงวิธีใช้สินค้า การจัดแสดงสินค้า

๔.๔.๑.๓ ความสามารถในการด้านศิลปะ พนักงานในกิจการค้าปลีกจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในด้านศิลปะเพื่อนำมาใช้ เช่น การจัดตกแต่งร้าน การจัดแสดงสินค้าให้สวยงาม

๔.๔.๑.๔ ความสามารถในการทำงานจิตเขียน พนักงานจะต้องมีความสามารถในการใช้ตัวเลขและบันทึกต่างๆ ได้แก่ การคำนวณราคาส่งของ การเขียนใบเสร็จ การทำบัญชีสินค้าและการเงิน

๔.๔.๑.๕ ความสามารถในการด้านมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีน้ำใจกับเพื่อนร่วมงาน รู้จักช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความสามารถและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีน้ำใจกับเพื่อนร่วมงาน รู้จักช่วยเหลือซึ่งกันและกันคนที่มีความสามารถแต่ไม่สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ก็จะไม่มีเพียงประโยชน์ต่อกิจการ

๔.๔.๑.๖ ความสามารถในการศึกษาค้นคว้า พนักงานค้าปลีกจะต้องมีความสามารถในการรวบรวมข้อเท็จจริง จากการสังเกต การฟัง การปฏิบัติงาน การตรวจสอบ ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องการอธิบายชี้แจง การสาธิตวิธีใช้ บรรยายสรรพคุณของสินค้าจากป้ายฉลาก การเข้าร่วมประชุมและการแสดงความคิดเห็น การรวบรวมข้อมูลข่าวสารทางการตลาด

๔.๔.๒ คุณสมบัติส่วนบุคคลที่สำคัญของพนักงานจะอาศัยความสันทัดในงานอย่างเดี๋ยวกไม่พอเพียง คงจะต้องมีคุณสมบัติส่วนตัวที่เหมาะสมสำหรับบุคคลบางคนที่มีความสนใจที่จะหาความชำนาญเฉพาะในงานที่ตนเกี่ยวข้องคงจะต้องปรับปรุงคุณสมบัติลักษณะส่วนตัวให้ดีและเหมาะสมด้วย คุณสมบัติในลักษณะนี้เป็นเรื่องของจิตใจ รูปร่างและท่าทางที่ปรากฏ ดังนั้นพนักงานของกิจการค้าปลีกควรมีลักษณะหน้าตาทำทางดี บุคลิกดี และสังคมดี

๔.๔.๒.๑ ลักษณะหน้าตาท่าทางดี ควรมีลักษณะดังนี้ คือ แต่งกาย เป็นระเบียบเรียบร้อย การวางท่าทางเหมาะสม มีรสนิยมในการแต่งกาย ความสะอาดรวมทั้งร่างกาย และเสื้อผ้าและสุขภาพดี

๔.๔.๒.๒ บุคลิกดี บุคลิกภาพของแต่ละคนมีความสำคัญต่อผู้พบเห็น และติดต่อด้วยบุคลิกภาพที่กล่าวถึงนั้น ได้แก่ ความกล้าในการตัดสินใจ ความเอาใจใส่ในหน้าที่ การงาน ซื่อสัตย์ เสียสละ มีความขยันหมั่นเพียร และมีความคิดริเริ่ม

๔.๔.๒.๓ สังคมดี ผู้ที่ทำงานในกิจการค้าปลีกมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น เช่น ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้าแผนก ผู้ควบคุมคนงาน และ พนักงานด้วยกัน คุณสมบัติเหล่านี้ได้แก่ ความเป็นกันเอง ความสามารถในการติดต่อกับลูกค้า มีความกระตือรือร้น

๔.๕ นโยบายทั่วไป

ความสัมพันธ์ของร้านค้ากับชุมชน ผู้ขายสินค้าและคู่แข่งกันเป็นเรื่องที่ แยกกันไม่ออก การชำระเงินตามใบเสร็จรับเงินหรือการปฏิบัติต่อพนักงานขาย ลูกค้าและการ ร่วมงานของชุมชนในเขตบริการ ควรได้กำหนดนโยบายไว้แน่นอน

๕. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประสบ ความสำเร็จ

การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกที่สำคัญ ๕ ประการ และปัจจัยภายในที่สำคัญอีก ๓ ประการ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีรายละเอียด ดังนี้

๕.๑ ปัจจัยภายนอก (external factors) ของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นปัจจัยที่แสดงจุดยืนที่โดดเด่นของกิจการต่อลูกค้า สามารถสร้างการรับรู้และทำให้ลูกค้าสัมผัส ในตัวร้านค้านั้นๆ ได้ นอกจากนี้ถือเป็นสิ่งที่ธุรกิจค้าปลีกสามารถสร้างความแตกต่าง (differentiate) เชิงกลยุทธ์ในร้านค้าได้ ปัจจัยภายนอกที่สำคัญมี ๕ ประการ คือ

๕.๑.๑ ทำเลที่ตั้ง (location) ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งเป็น อันดับแรกเพราะทำเลที่ตั้งที่ดีสร้าง โอกาสให้กิจการประสบความสำเร็จได้มาก ปัจจุบันร้านค้าปลีก จากต่างชาติพยายามหาซื้อทำเลที่ตั้งที่ดีเก็บไว้ เนื่องจากราคาของอสังหาริมทรัพย์ลดลงตามสภาพ เศรษฐกิจที่ถดถอยของประเทศไทยในช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่ ปี พ.ศ. ๒๕๔๐-๒๕๔๑ ดังนั้นจึงเป็น โอกาสในการทำเลที่ดีและราคาไม่แพงได้ไม่ยาก ย่านทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดสนใจของผู้ประกอบการค้าปลีก เช่น ย่านถนนศรีนครินทร์ถนนติวานนท์ ถนนสุขุมวิท ถนนเกษตร-นวมินทร์ ถนนสุวินวงศ์ ถนนแจ้งวัฒนะ ถนนพระราม ๒ ถนนติวานนท์ ถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี และตามจังหวัดต่างๆ

ที่เป็นหัวเมืองใหญ่ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น นอกจากนี้การตกแต่งร้านทั้งภายนอกและภายในร้านค้าเป็นสิ่งที่สำคัญที่ช่วยดึงดูดลูกค้าเข้าร้านได้ ซึ่งกิจการควรสร้างภาพลักษณ์เป็นของตนเอง

๕.๑.๒ สินค้า/บริการ (merchandising/service) คำกล่าวที่ว่า “การมีสินค้าที่ดีเท่ากับได้ขายสินค้าไปกว่าครึ่งแล้ว” เกือบ ๖๐ ปีที่ ห้างเซ็นทรัลมีนโยบายในการนำสินค้าที่มีคุณภาพมาเสนอต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ห้างเซ็นทรัลประสบความสำเร็จจนถึงทุกวันนี้ ร้านค้าแต่ละร้านพยายามสร้างความเด่น (dominant)

๕.๑.๓ คุณค่าในสายตาผู้ซื้อ (customer value) การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกควรเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคไม่ใช่เพียงแข่งขันแต่เพียงด้านราคา หากร้านค้า ๒ แห่งมีสินค้าที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นราคาจึงถือเป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกร้าน ในการสร้างคุณค่าให้กับร้านมีปัจจัยสำคัญ คือการสร้างความเด่นในสินค้าหรือบริการ การเสนอราคาที่เป็นธรรม การให้ความสำคัญกับลูกค้า การอำนวยความสะดวกสบายแก่ลูกค้า และการสร้างความเพลิดเพลินในการจับจ่ายใช้สอย

๕.๑.๔ ลูกจ้างและพนักงาน (employee and staff) การหาบุคคลมาทำงานเป็นกิจกรรมที่เป็นเสาหลักของการบริการจัดการร้านเพราะเจ้าของร้านไม่สามารถทำงานเองได้ทุกอย่าง ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคนในร้านด้านความรู้ความสามารถ ซึ่งนำมาเป็นปัจจัยสร้างความโดดเด่นเหนือร้านค้าอื่นได้ ร้านค้าใหม่ควรให้ความสำคัญกับบุคลากรในด้านการฝึกอบรมรวมถึงค่าจ้างและแก่พนักงานใหม่และพนักงานเดิม เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกอยากใช้บริการและอยากขายสินค้าให้กับลูกค้าอยู่เสมอ เป็นอุปนิสัยหรือเป็นไปโดยอัตโนมัติ

๕.๑.๕ การสื่อสารกับลูกค้า (communication) ที่สำคัญคือการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นการบอกกล่าวแก่ผู้บริโภคว่าร้านค้ามีจุดยืนที่โดดเด่นและได้เปรียบกว่าคู่แข่งอย่างไร ถ้าร้านอยู่ใกล้ชุมชน ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน การโฆษณานั้นด้านสถานที่ตั้ง (place) เป็นหลัก แต่ถ้าร้านมีสินค้าที่โดดเด่นทันสมัยกว่าให้เน้นโฆษณาที่ตัวผลิตภัณฑ์ (product) เป็นหลัก และถ้าร้านมีบริการที่โดดเด่น พนักงานขายสุภาพ รอบรู้ ให้จับประเด็นการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากร (personal selling) แต่หากร้านไม่มีจุดยืนที่โดดเด่นด้านใดด้านหนึ่งเหนือคู่แข่ง อาจเน้นด้านราคา (price) เช่น ลดครึ่งวัน ครึ่งราคา ลดกระหน่ำ ลดสุดๆ หรือลดราคา ๕๐ ถึง ๙๐ เปอร์เซ็นต์ ทุกชั้นทุกแผนก เป็นต้น

๕.๒ ปัจจัยภายในของธุรกิจค้าปลีก เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีก ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้และสัมผัสสิ่งที่เกิดขึ้นในร้านค้าได้ มีรายละเอียด ดังนี้

๕.๒.๑ การส่งกำลังทางธุรกิจ (logistics) ร้านค้าที่ประสบความสำเร็จควรมีระบบบริหารการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายจนถึงร้านค้าปลีก (supply chain management) อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนการดำเนินการได้อีกอย่างหนึ่ง ปัจจุบันศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า (distribution center: DC) ซึ่งอาจเป็นของร้านค้าปลีกเอง

๕.๒.๒ การใช้ระบบและเทคโนโลยี (system and technology) ปัจจุบันร้านค้าปลีกต้องมีระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (management information systems : MIS) เข้ามาช่วยในการจัดการข้อมูลให้มีความทันสมัยและถูกต้อง เพื่อให้ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะร้านจำหน่ายสินค้าลดราคา

๕.๒.๓ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้จัดหา (relationship with suppliers) ปัจจุบันร้านค้าปลีกพยายามระบบ การตอบสนองลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ หรือ อีซีอาร์ (efficient customer response : ECR) หมายถึง การจัดการเพื่อประสิทธิภาพในการตอบสนองที่ดีจากลูกค้าอีซีอาร์ สามารถทำให้ผู้จัดจำหน่ายรับรู้ข้อมูลการขาย และส่งสินค้าให้ร้านค้าปลีกได้ทันตามความต้องการ

๖. คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ผู้ที่สนใจอาชีพค้าขายต้องการประกอบธุรกิจของตนเองในรูปแบบการค้าปลีกควรมี ๒ คุณสมบัติหลัก คือ

๖.๑ คุณสมบัติที่เป็นลักษณะส่วนบุคคล (personal characteristics) ของผู้ค้าปลีกควรมีลักษณะส่วนบุคคล ดังนี้

๖.๑.๑ เป็นผู้ที่มิวิสัยทัศน์กว้างไกล แนวคิดของผู้ค้าปลีกควรหลีกเลี่ยงการใช้กลยุทธ์ทะเลเลือด (red ocean strategy) พยายามดำเนินธุรกิจที่อยู่ในสถานการณ์กลยุทธ์ทะเลสีฟ้า (blue ocean strategy) เช่น หากท่านต้องการเปิดร้านค้าปลีกในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งภายในห้างแห่งนี้มีร้านค้าปลีกประเภทร้านจำหน่ายของขวัญ (gift shop) จำนวน ๓ ร้าน ทั้ง ๓ ร้านมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนสูง หากผู้ค้าปลีกเปิดร้านค้าปลีกรูปแบบนี้อีก ในการประเมินความเหมาะสมในช่วงสถานการณ์สั้นๆ อาจเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าเปิดร้านรูปแบบเดียวกันได้ หากไม่กำหนดจุดยืนของร้านที่แตกต่างหรือมีเอกลักษณ์ร้านค้าอาจไม่สามารถจูงใจลูกค้าได้ในระยะยาว ภายหลังร้านค้าอาจเผชิญการแข่งขันที่ดุเดือดด้วยทางออกเดียว คือ กลยุทธ์การตัดราคาสินค้าแข่งขันกับร้านอื่นซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวไม่มีร้านค้าใดได้ผลประโยชน์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน ดังนั้นผู้วิสัยทัศน์ควรประเมิน

ว่ารูปแบบการค้าปลีกที่สามารถสร้างผลประโยชน์ใหม่ (new benefit) ให้กับลูกค้ากลุ่มใหม่โดยไม่ต้องเข้าการดำเนินธุรกิจแบบร้านค้าปลีกสินค้าหรือบริการที่มีรูปแบบเดียวกัน

๖.๑.๒ เป็นผู้ที่มีความสามารถในการวางแผน ปฏิบัติตามแผนได้ ธรรมชาติของธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นผู้ประกอบการค้าปลีกควรวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ เพื่อการวางแผนและกำหนดแนวปฏิบัติตามแผนที่มีความชัดเจน

๖.๑.๓ เป็นผู้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง มีสุขภาพจิตดี ผู้ประกอบการอาจต้องเผชิญกับความ ตึงเครียดในการทำงานด้านต่างๆ เช่นปัญหาด้านการเงิน ปัญหาด้านการจัดการบุคคล บุคคลากรภายในร้าน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น

๖.๑.๔ เป็นผู้ให้เวลาในการบริหารธุรกิจค้าปลีกของตนเอง ปัญหาต่างๆ ในการบริหารจัดการธุรกิจทุกประเภทเกิดขึ้นได้ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของธุรกิจในขณะที่ดำเนินงาน หากธุรกิจเผชิญกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงใดๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจต้องการเจ้าของธุรกิจช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งไม่สามารถระบุได้ว่าเกิดขึ้นเมื่อไร

๖.๒ คุณสมบัติที่เป็นทักษะและคุณสมบัติเฉพาะบุคคล (individual and skills requirements) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการค้าปลีกอาศัยการฝึกฝนหรือปรับปรุงตนเองให้ดียิ่งขึ้นได้ เพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกประสบความสำเร็จทั้งใน การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ผู้จัดหา และคู่แข่ง เป็นการสร้างสนามการค้าในการติดต่อการค้ากับบุคคลในทุกระดับสังคม เนื่องจากธุรกิจการค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มุ่งผู้บริโภคโดยตรง

การขายที่ต้องอาศัยการพัฒนาเทคนิคและศิลปะการเสนอขายระดับสูงเพื่อการสื่อสารการตลาดกับลูกค้าที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้ประกอบการค้าปลีกต้องคำนึงถึงการไ้ซึ่งงบประมาณการสื่อสารการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย (target audience) มากที่สุดด้วยค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล สินค้า/บริการส่วนใหญ่มีการสื่อสารการตลาดในชื่อตราผ่านสื่อต่างๆ ด้วยกลยุทธ์บนเส้น (above the line strategy) ในรูปแบบการตลาดผ่านทางสื่อวงกว้าง เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ขณะเดียวกันการสื่อสารการตลาดด้วยกลยุทธ์ใต้เส้น (below the line strategy) ในรูปแบบการตลาดผ่านเหตุการณ์พิเศษ (event marketing) การสื่อสาร ณ จุดขาย เช่น การโฆษณาผ่านสื่อ ณ ชั้นวางสินค้า เพื่อกระตุ้นลูกค้าให้เกิดการตัดสินใจในช่วงเวลานั้น บทบาทของผู้ผลิตมีหน้าที่เป็นผู้อุปถัมภ์ร่วมในกิจกรรมการตลาดในการสื่อสารที่คาดหวังผลช่วยคนกลางผลักดันสินค้า/บริการอีกทางหนึ่ง

การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อเกิดปัญหาใดๆ กับลูกค้า ทางร้านต้องหาวิธีการแก้ไขปัญหา นั้นให้กับลูกค้า หากเป็นปัญหาซ้ำๆ ทางร้านควรระบุเป็นแนวปฏิบัติที่ชัดเจนให้พนักงาน ในกรณีที่เป็นปัญหาใหม่ผู้บริหารร้านควรเรียนรู้แนวทางแก้ไข มีการมอบอำนาจในการตัดสินใจ

ณ ระดับหนึ่งให้กับพนักงานหากตนเองไม่อยู่ในสถานการณ์นั้น ระบุปรัชญาสำหรับพนักงานในการให้บริการลูกค้า เช่น กฎหมายสำหรับพนักงานในการบริการมี ๒ ข้อ คือ กฎข้อที่หนึ่ง ลูกค้าเป็นผู้ที่ต้องเสมอ และกฎข้อที่สอง หากทางร้านพบว่าลูกค้าผิดให้พนักงานทุกคนกลับไปใช้หลักการตามกฎข้อที่หนึ่งเนื่องจากความขัดแย้งใดๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างทางร้านกับลูกค้านั้นยอมไม่เกิดผลดีกับทางร้านทั้งสิ้น

การทำงานในรูปแบบ ทีม เจ้าของธุรกิจไม่สามารถทำงานเพียงลำพัง ทางร้านต้องอาศัยพนักงานหรือผู้ที่มาเกี่ยวข้องมาช่วยเหลือในการดำเนินงานต่างๆ เช่น งานขาย งานการเงิน งานบัญชี งานดูแลรักษา ความปลอดภัย งานจัดซื้อ งานทำความสะอาด เป็นต้น

การใช้ความคิดริเริ่ม (initiative) และสร้างสรรค์ (creativity) ในการจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะที่แตกต่างและโดดเด่นตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีการใช้ศิลปะการขายที่ดีในการริเริ่มการดำเนินงานต่างๆ ที่เหนือคู่แข่ง ในด้านการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในงานสื่อสารการตลาดผ่านเครื่องมือหลัก เช่น การโฆษณา (advertising) การขายโดยบุคคล (personal selling) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การประชาสัมพันธ์ (public relations) และการตลาดทางตรง (direct marketing) หรือการใช้เครื่องมืออื่นในการสื่อสาร เช่น การจัดแสดงสินค้าในร้าน ณ จุดต่างๆ รวมถึงการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการกำหนดกลยุทธ์ราคา กำหนดรูปแบบร้านค้าที่น่าสนใจเพื่อจูงใจลูกค้าให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ มีทักษะในการนำเสนอสินค้าหรือบริการแบบมืออาชีพ อาศัยการจัดฝึกอบรมพนักงานให้สามารถนำเสนอข้อมูลที่ชี้ให้ลูกค้าเห็นประโยชน์ของสินค้า รู้วิธีการใช้งาน การสาธิตวิธีการทำงานของสินค้าให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ มั่นใจจนตัดสินใจซื้อสินค้าง่ายขึ้น เช่น ในการสาธิตน้ำยาขจัดรอยย่น ซึ่งทำให้ลูกค้าที่ชมการสาธิตเกิดความมั่นใจว่าน้ำยาขจัดรอยย่นสามารถเพิ่มความมั่นใจได้อย่างน่าเชื่อถือ เป็นต้น

การใช้ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ ปัจจุบันธุรกิจนำคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีมาวางระบบฐานข้อมูลธุรกิจเพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้าแต่ละกลุ่มในธุรกิจ การออกแบบฐานข้อมูลเพื่อให้เจ้าของธุรกิจได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจกลยุทธ์ต่างๆ คำนึงถึงความเป็นไปได้และความรวดเร็วในการนำมาใช้หากผู้ค้าปลีกมีข้อมูลแต่ไม่สามารถเรียนรู้การนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ หรือหากผู้บริหารร้านค้ามีฐานข้อมูลที่ดีแต่ไม่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจถือว่าไร้ประโยชน์ ผู้ค้าปลีกควรเรียนรู้การวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาในทุกสถานการณ์ เนื่องจากข้อมูลเปรียบเสมือนขุมทรัพย์ของธุรกิจที่สามารถต่อยอดให้เกิดดอกออกผลกับธุรกิจได้ หากรู้จักนำมาใช้ในการวิเคราะห์ และวางแผนงาน

๗. ทฤษฎีธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

ทฤษฎีธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นการศึกษาทฤษฎีว่าด้วยโอกาสในการขยายตัวของอุตสาหกรรมการค้าปลีก ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี การแข่งขัน กฎหมาย การเมือง และสิ่งแวดล้อมด้วย นอกจากนี้ ทฤษฎีที่ว่าด้วยการขยายตัวของเมือง และการเจริญเติบโตของประชากรก็มีส่วนผลักดันให้เกิดธุรกิจค้าปลีกขึ้นโดยธรรมชาติ ดังนี้

๗.๑ ช่วงเข้าตลาดใหม่ (Entry Phase) กิจการค้าปลีกใหม่ๆ สามารถเข้าสู่ตลาดได้ด้วยกลยุทธ์การเสนอราคาต่ำ เพื่อดึงลูกค้าที่ไวต่อราคา ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่มีความภักดีต่อตราหือของร้านค้าปลีกโดยมีบริการน้อยแต่ใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย โดยมีสินค้าน้อยประเภทแต่มีทำเลที่ตั้งดี สะดวก ต่อลูกค้าในการมาใช้บริการ

๗.๒ ช่วงเจริญเติบโตขึ้น (Trading Up) หลังจากผ่านช่วงของการเข้าตลาดใหม่แล้ว กิจการค้าปลีกจะผ่านเข้าสู่ระยะเวลาที่เจริญเติบโตขึ้น มียอดขายเพิ่มขึ้น กิจการค้าปลีกจะทำการปรับปรุงพัฒนาภาพพจน์ของร้านค้าให้ดีขึ้น มีสินค้าหลากหลายประเภทมากขึ้น มีการนำสินค้าใหม่ๆ เข้ามาถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นตลาดใหม่ๆ ทำให้มีลูกค้าเพิ่มขึ้น

๗.๓ ยุคที่กิจการเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity Phase) กิจการทำธุรกิจค้าปลีกตามแบบอย่างประเพณีของกิจการค้าปลีกอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก การคัดเลือกสินค้า บริการ การปรับปรุงสถานที่ตั้งวงล้อของกิจการค้าปลีกนี้ อธิบายถึงธุรกิจค้าปลีกที่ประสบความสำเร็จจนเจริญเติบโตเต็มที่แล้ว ช่วงเวลาที่ผ่านมาได้มาจากการทำงานหนักของผู้บริหารระดับสูงของกิจการ ความรอบคอบ แต่ความเก่าแก่ ระบบการบริหารเดิมๆ ที่เคยได้มาก็มีผลทำให้กิจการถูกธุรกิจค้าปลีกรุ่นใหม่โจมตีเอาได้

ทฤษฎีนี้อธิบายให้เห็นชัดในธุรกิจบางประเภท โดยเฉพาะร้านขายของชำที่ขายอาหาร ของกิน ของใช้ทั่วไป แต่ยังไม่สามารถใช้ไม่ได้กับกิจการค้าปลีกเฉพาะอย่าง (Specialty Store) ดังนั้น จะเห็นได้จากร้านขายของชำรุ่นเก่าในประเทศไทย ที่มียอดขายลดลงจนเลิกกิจการไปแล้วจำนวนมาก ในขณะที่ร้านค้าปลีกรุ่นใหม่ที่ทันสมัย (Modern Trade) กลับผุดขึ้นมากมายทุกหนทุกแห่ง แต่ถ้าดูที่ร้านขายทอง ร้านซ่อมรถ ร้านขายไหล่ ฯลฯ ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกเฉพาะอย่างกลับยังคงสภาพร้านเหมือนเดิมอยู่ได้

๘. วิวัฒนาการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในประเทศไทย

วิวัฒนาการค้าปลีกไทยมีตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย (อิริวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์, ๒๕๔๕ : ๑๖) ใช้วิธีแลกเปลี่ยนวัตถุสิ่งของระหว่างกัน (Barter System) มากกว่าที่จะ เป็นการซื้อขายสินค้า ต่อมาเมื่อชุมชนขยายขึ้นและมีความต้องการ เพิ่มสูงขึ้น จึงเริ่มกลายมาเป็นร้านขายปลีกตามแหล่งชุมชนและ พัฒนามาเป็นระบบตลาดนัดในสมัยกรุงศรีอยุธยา โดยพ่อค้าชาว จีนเป็นผู้มี บทบาท การค้าในสมัยกรุงธนบุรี ตลาดในเวลานั้นมักจะตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำ เนื่องจากต้องใช้เรือเพื่อการขนส่ง สินค้าเพราะการคมนาคมทางบกยังไม่เจริญ ในยุคกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยเฉพาะในรัชสมัย รัชกาลที่ ๔ เริ่มมีชาวตะวันตกเข้ามาเปิดกิจการ ห้างร้านกันจำนวนมาก เช่น ห้างบิกิมแอนด์โก ห้างบัตเตอร์ ห้าง เอสสมิซแอนด์ซัน เป็นต้น หลังสงครามโลกครั้งที่ ๑ ธุรกิจของชาว ตะวันตกเลิก กิจการ และธุรกิจของคนจีนเริ่มขยายตัวมาแทนที่ จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจค้าปลีกของไทยเริ่มต้น อย่างจริงจังเมื่อหลัง สงครามโลกครั้งที่ ๒

ไทย ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๓๙๘ ไทยทำสนธิสัญญาเบาริงกับอังกฤษ จึงถือเป็น จุดเริ่มต้นของระบบเศรษฐกิจแบบเปิด (open economy) ของไทย บริษัทการค้าของชาวตะวันตกจึง เริ่มเกิดขึ้นในประเทศไทย เช่น บริษัทบอร์เนียวของอังกฤษ บริษัทอีสต์เอเชียติกของเดนมาร์ก บริษัท เบอร์ลีเยกเกอร์ และห้าง โอเรียลเต็ลสโตร์ เป็นต้น ต่อมาในปี ๒๔๗๕ มีการเปลี่ยนแปลงทาง การเมือง การค้าก็เริ่มเปลี่ยนแปลงจากยุคผู้ค้าส่งมีอำนาจกำหนดราคา มาเป็นยุคซัพพลายเออร์ เป็นผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้า (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, ๒๕๔๒) และต่อมา ในปี ๒๔๙๙ เป็นยุคที่ผู้ค้าปลีกเจริญเติบโต ทั้งยังมีการวิวัฒนาการรูปแบบหลากหลายมาจนถึง ปัจจุบัน โดย ในปี พ.ศ. ๒๔๙๙ “ห้างเซ็นทรัล” ที่วังบูรพา ได้เปิดดำเนินการเป็นห้างสรรพสินค้า แห่งแรกของไทย มีสินค้าอุปโภคบริโภคเกือบทุกชนิด ไม่มีการต่อรองราคา แต่ยังไม่มีซูเปอร์มาร์เก็ตในห้าง และในช่วงนั้นก็มีย่านค้าปลีกที่ทันสมัยอื่นๆ เช่น ห้างใต้ฟ้า ห้างแมวดำ ฯลฯ อยู่ใน ละแวกเดียวกัน (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, ๒๕๓๘)

ปี พ.ศ. ๒๕๐๗ “ห้างไทยไคมารู” เปิดดำเนินการที่ราชดำริ โดยนักลงทุนชาวญี่ปุ่น ขายสินค้าญี่ปุ่น และสินค้าต่างประเทศ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เช่น บันไดเลื่อน เครื่องปรับอากาศและเปิดเพลงบรรเลงเบา ๆ ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้มาก จึงถือเป็นแม่แบบ ของห้างสรรพสินค้าไทยในเวลาต่อมา (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, ๒๕๔๒)

ปี พ.ศ. ๒๕๑๐ “ห้างเซ็นทรัลสิลม” ที่ถือเป็นห้างสมบูรณแบบได้เปิดดำเนินการ โดยเพิ่มซูเปอร์มาร์เก็ต มีลานจอดรถกว้างขวาง มีสินค้าทั้งจากในและต่างประเทศไว้บริการลูกค้า

ปี พ.ศ. ๒๕๑๑ - ๒๕๑๗ ห้างสรรพสินค้าได้มีการพัฒนารูปแบบครั้งใหญ่ โดยมี การนำเอาร้านอาหาร ร้านค้า โรงภาพยนตร์ มาอยู่ในอาคารเดียวกัน เช่น ศูนย์การค้าอินทรา สยาม เซ็นเตอร์ เป็นต้น

ปี พ.ศ. ๒๕๒๐ - ๒๕๒๗ ห้างสรรพสินค้าพัฒนารูปแบบเป็นช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์ คือ นอกจากจะประกอบด้วยห้างสรรพสินค้าหลาย ๆ แห่งอยู่รวมกันแล้ว ยังมีอาคารสำนักงาน โรงแรม โรงภาพยนตร์ สวนสนุก และศูนย์อาหาร รวมอยู่ด้วย (บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อิน ฟอर्मเมชัน จำกัด , ๒๕๔๒)

ปี พ.ศ. ๒๕๓๐ - ๒๕๓๖ เป็นช่วงที่เศรษฐกิจของไทยเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจการค้าปลีกเริ่มขยายตัวจากย่านธุรกิจใจกลางเมือง ออกไปสู่ชานเมือง และหัวเมืองใหญ่ โดย ขยายตัว และพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายอีกหลายประการ เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) และร้านค้าปลีกประเภทบริการตนเอง (Cash & Carry)

ปี พ.ศ. ๒๕๓๗ - ๒๕๓๙ ธุรกิจการค้าปลีกไทย ขยายตัวรวดเร็ว มีการพัฒนา รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลายรูปแบบ เช่น ร้านค้าปลีกแบบเน้นสินค้าราคาถูก (Discount Store :ซึ่งแบ่งเป็น ๒ รูปแบบ คือ Super Center และ Hyper Market) ร้านค้าปลีกที่ขาย สินค้าเฉพาะอย่าง (Category Killer) และร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าลักษณะพิเศษ (Specialty Store)

ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ เป็นภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ นอกจากจะส่งผลให้ธุรกิจการค้าปลีก ไทยหยุดการพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายแล้ว ยังทำให้ผู้ค้าปลีกบางรายประสบภาวะ ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน และจากยอดขายลดลงจนต้องปรับโครงสร้างหนี้ หรือขายกิจการ เช่น ห้างอิมพีเรียล และห้างเฮอตัน เป็นต้น ผู้นำในธุรกิจค้าปลีกใหญ่ ๆ เช่น กลุ่มเซ็นทรัล กลุ่มเดอะ มอลล์ และเครือเจริญโภคภัณฑ์ ต่างก็ประสบปัญหายอดขายในปี ๒๕๔๐ ลดลงต่ำกว่าเป้าหมาย จึงขาดสภาพคล่องจนต้องขายกิจการบางส่วนให้กับต่างชาติ

๕. สถานการณ์ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ไทยในปัจจุบัน

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ เป็นต้นมา ผู้นำในธุรกิจค้าปลีกไทยหลายกลุ่มประสบ ปัญหาการขาดทุน บางรายต้องเลิกกิจการไป และบางรายต้องขายกิจการบางส่วนให้กับชาวต่างชาติ เช่นคาร์ฟูร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเดิมเป็นของเนเธอร์แลนด์ ๔๐% และ เอสเอสซีพี โฮลดิ้ง ๖๐% ปัจจุบันเป็นการถือหุ้นจากเนเธอร์แลนด์ ๑๐๐% และท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเดิมเป็นของบริษัท ซี อาร์ซี เอ โฮลด์ จำกัด โดย รอยัล เอ โฮลด์ (เนเธอร์แลนด์) ถือหุ้น ๔๕% และกลุ่มเซ็นทรัลริเทล ถือ หุ้น ๕๑% ปัจจุบัน บริษัท ซีอาร์ซีเอโฮลด์ จำกัด โดยรอยัล เอ โฮลด์ (เนเธอร์แลนด์) ถือหุ้น ๑๐๐% จากสถานการณ์ดังกล่าว จึงพอสรุปได้ ดังนี้

๕.๑ การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (barrier to entry)

ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เป็นผู้ประกอบการไทย จะเข้ามาดำเนินธุรกิจค้าปลีกได้ยากเนื่องจากผู้ประกอบการเดิมครอบครองตลาดไว้มาก มีการขยายสาขาไปหลายสาขา ทำให้เกิดการประหยัดในการสั่งซื้อจำนวนมาก (economy of scale) และในการลงทุนเพื่อพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี จึงทำให้ถึงจุดคุ้มทุนได้เร็ว แต่ในกรณีผู้ประกอบการชาวต่างชาติ ที่มีเงินทุนมาก และมีความชำนาญในการดำเนินธุรกิจ จะสามารถเข้ามาดำเนินธุรกิจได้ง่าย เช่น กลุ่มบิ๊กซี ซึ่งมีกลุ่มกาสิโนจากประเทศฝรั่งเศสเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้ขยายสาขาไปทั่วประเทศไทย ๒๔ แห่งแล้ว (กรุงเทพธุรกิจรายวัน , ๒๗ มิ.ย. ๔๔) และครั้งหลังสุดได้ซื้อกิจการของห้างไอของทั้งหมด

๕.๒ อำนาจการต่อรองกับซัพพลายเออร์ (The bargaining of firm's supplier)

ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งส่วนมากถือหุ้นโดยชาวต่างชาติ จะมีอำนาจในการต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้มากกว่าผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดเล็ก หรือผู้ประกอบการค้าปลีกที่เป็นคนไทย เพราะปริมาณการสั่งซื้อสินค้าต่างกัน และความสามารถในการชำระเงินต่างกันด้วย

๕.๓ อำนาจต่อรองกับผู้ซื้อ (The bargaining power of the firm's buyer)

ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่จะได้เปรียบเพราะมีอำนาจการต่อรองกับผู้ซื้อมาก เนื่องจากผู้ซื้อในธุรกิจค้าปลีกคือประชาชนทั่วไป ซึ่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในแต่ละครั้งมีมูลค่าไม่สูงนัก (ครั้งละไม่ต่ำกว่า ๓๐๐ บาท) ดังนั้น จึงไม่มีผู้ซื้อรายใดมีความสำคัญสูงกับผู้ประกอบการค้าปลีก

๕.๔ สินค้าทดแทน (The threat of substitute products)

ธุรกิจค้าปลีก จะมีการคุกคามโดยสินค้าทดแทนต่ำ เนื่องจากสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นสินค้าที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน โดยการทดแทนของสินค้าจะเป็นในรูปแบบของการทดแทนกันระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกแต่ละรูปแบบ มากกว่าการทดแทนของสินค้าจากธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เช่น ในกรณีสินค้าของซูเปอร์มาร์เก็ต สินค้าทดแทน ก็คือ สินค้าจากร้านค้าปลีก Super center, Hyper Market ซึ่งก็สามารถทดแทนได้บางส่วน เนื่องจากผู้ซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่ต้องการสินค้าที่มีความสด สะอาด เช่น ผัก ผลไม้ อาหารสด เป็นต้น ในขณะที่สินค้าของ Super center และ Hyper Market นั้นเป็นสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไปที่ให้ความสำคัญกับความสดใหม่ของอาหารน้อยกว่า แต่ให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าน่าถูกคุณภาพปานกลางขนาดบรรจุใหญ่

ในขณะที่สินค้าทดแทนของร้านค้า convenience store คือ สินค้าของซูเปอร์มาร์เก็ต, super center ซึ่งสามารถทดแทนความต้องการของลูกค้าได้บางส่วน เนื่องจากร้าน convenience store มีจุดเด่นในด้านบริการเปิดให้บริการตลอด ๒๔ ชม. และทำเลที่ตั้งที่กระจายทั่วถึงในแหล่งชุมชนซึ่งทำให้เกิดความสะดวกสบายกับผู้บริโภค ในการซื้อหาสินค้าเร่งด่วนได้มากกว่า ดังนั้นแม้ว่าผู้บริโภคมีทางเลือกที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ แต่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือ Supercenter ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีเท่ากับร้าน convenience store ที่ให้ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้ากับผู้บริโภคได้มากกว่า

๕.๕ สถานภาพของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (intensity of competitive rivalry)

ในช่วง ๒๕๓๐ – ๒๕๓๘ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในระดับสูง กลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ของไทยได้มีการลงทุนและขยายกิจการอย่างมากจากเดิมที่มีเพียงห้างสรรพสินค้าได้ขยายไปยังร้านค้าประเภทคอนวีเนียนสโตร์ ดิสเคาน์สโตร์ ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าเฉพาะด้าน มีการร่วมทุนกับธุรกิจค้าปลีกจากต่างประเทศ อาทิ โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างกลุ่มซีพี และเทสโก้ จากประเทศอังกฤษ คาร์ฟูร์ เป็นการร่วมทุนระหว่างกลุ่มเซ็นทรัล และกลุ่มคาร์ฟูร์จากประเทศฝรั่งเศส ร่วมทุนในช่วงนั้นเป็นการร่วมทุนโดยฝ่ายไทยเป็นผู้ถือหุ้นข้างมาก คือ เกินกว่ากึ่งหนึ่ง และจากการร่วมทุนกับต่างประเทศทำให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการบริหารจัดการจัดการจากต่างประเทศที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพมาใช้

ในปี ๒๕๔๐ เมื่อทางการประกาศลอยตัวค่าเงินบาทและเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ ส่งผลให้บริษัทที่กู้เงินต่างประเทศมาขยายการลงทุน มีหนี้สินเป็นเงินบาทเพิ่มขึ้น เพราะต้องชำระเงินเป็นเงินดอลลาร์สหรัฐ ประกอบกับสถาบันการเงินในประเทศประสบปัญหาและชะลอการให้สินเชื่อ อีกทั้งรายได้และการใช้จ่ายของประชาชนที่ลดลง ส่งผลให้ร้านค้าปลีกไม่สามารถทำเป้าหมายการขายตามที่คาดการณ์ได้ โดยสังเกตได้จากยอดขายของห้างสรรพสินค้าในปี ๒๕๔๐ ที่มี ประมาณ ๑๑๔,๖๒๕ ล้านบาท ลดลงจากปี ๒๕๓๗ ร้อยละ ๕ และปี ๒๕๔๑ เท่ากับ ๑๐๕,๓๐๔ ลดลง

จากปี ๒๕๔๐ ร้อยละ ๔.๕ ทำให้ร้านค้าปลีกประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงินอย่างรุนแรง ดังนั้นกลุ่มค้าปลีกไทยจึงมีความต้องการเงินสด หรือสินทรัพย์สภาพคล่องเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจและปลดเปลื้องภาระหนี้สิน จึงต้องหาผู้เข้าร่วมทุนโดยการขายหุ้นบางส่วนหรือทั้งหมดออกไป กลุ่มทุนต่างประเทศที่เข้าซื้อหุ้นส่วนใหญ่ เป็นนักลงทุนต่างชาติที่ได้รับร่วมลงทุนกับธุรกิจค้าปลีกไทยตั้งแต่แรกร้านค้าปลีกที่ต่างชาติได้เข้าถือหุ้นเสียงข้างมาก หรือถือหุ้นทั้งหมด ได้แก่ โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์คาร์ฟูร์ไฮเปอร์มาร์เก็ต ทีโอพีซูเปอร์มาร์เก็ต และออฟฟิศดีโป้ เป็นต้น นอกจากนี้ การที่กลุ่มทุนต่างชาติเข้ามาร่วมทุนกับธุรกิจค้าปลีกไทยตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ

ซึ่งในขณะนั้นเป็นเพียงผู้ถือหุ้นส่วนน้อย แต่ก็ได้ทำให้กลุ่มค้าปลีกต่างประเทศเหล่านี้เรียนรู้พฤติกรรมการบริหารโรคของคนไทยพอสมควรประกอบกับประสบการณ์อันยาวนานและการบริหารการจัดการที่มีประสิทธิภาพ จึงมีความมั่นใจที่จะขยายธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสถานการณ์การค้าปลีกไทยในปัจจุบัน เป็นการดำเนินธุรกิจโดยกลุ่มทุนต่างชาติเป็นส่วนใหญ่

๑๐. รูปแบบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในประเทศไทย

๑๐.๑ การจำแนกรูปแบบของธุรกิจค้าปลีก

ในด้านรูปแบบธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีร้านค้า นั้น เป็นรูปแบบของการค้าปลีกที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น ๔ ประเภท ได้แก่ การขายตรง การตลาดทางตรงเครื่องขายอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญ และการซื้อบริการ ทั้งนี้ได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร ที่ทำให้การค้าปลีกแบบไม่มีร้านค้าสามารถทำได้โดยผ่านสื่อที่ทันสมัยเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น เช่น ผ่านทางรายการสั่งซื้อทางโทรทัศน์ และการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งกำลังได้รับความนิยมและเป็นที่น่าสนใจอยู่ในขณะนี้

Levy และ Weitz (1996 : 62) ได้เสนอวิธีการแบ่งประเภทของร้านค้าปลีก โดยใช้ลักษณะความเป็นเจ้าของ เป็นเกณฑ์ที่สามารถแบ่งออกเป็น ๓ รูปแบบหลัก ได้แก่ ร้านค้าปลีกเดี่ยวที่เป็นอิสระ ร้านค้าปลีกลูกโซ่ในรูปแบบบริษัท และแฟรนไชส์

วิธีการแบ่งรูปแบบร้านค้าปลีกนั้น บางรูปแบบมีลักษณะที่เป็นสากลจึงอาจไม่ปรากฏในประเทศไทย หรือมีรูปแบบที่ได้ดัดแปลงและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพธุรกิจและตลาดผู้บริโภคของประเทศไทย ซึ่งขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการพิจารณาที่หลากหลาย และเนื่องจากร้านค้าหนึ่งๆ อาจถูกจัดเข้ามาอยู่ในหลายกลุ่มในหลายประเภทได้ ร้านค้าปลีกจำแนกตามลักษณะกรรมสิทธิ์หรือความเป็นเจ้าของจะจำแนกร้านค้าปลีกตามลักษณะกรรมสิทธิ์หรือความเป็นเจ้าของสามารถแบ่งออกได้เป็น ๕ ประเภท (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ๒๕๔๒ : ไม่มีเลขหน้า) ได้แก่

๑. ร้านค้าปลีกอิสระ ร้านค้าปลีกประเภทนี้ เป็นของส่วนบุคคลหรือหุ้นส่วนหรืออาจเป็น บริษัท จำกัด การจัดการต่างๆ ขึ้นอยู่กับคนเพียงคนเดียว หรือบุคคลภายในครอบครัวหรือเพื่อนฝูง ร้านค้าประเภทนี้ เช่น ร้านขายของชำทั่วไปและร้านขายยา เป็นต้น มีการจัดตั้งได้ง่ายลงทุนน้อย ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถสูง ด้วยเหตุนี้การบริการงานของร้านค้าปลีกอิสระจึงมีความคล่องตัวสูง ในด้านการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่นำมาจำหน่าย การตั้งราคาและอื่น ๆ แต่ในขณะเดียวกัน หากเจ้าของไม่มีความสามารถหรือขาดการเอาใจใส่อย่างเพียงพอ ก็อาจทำให้ประสบความล้มเหลวและเกิดข้อจำกัดด้านความสามารถในการขยายสาขาได้

๒. ร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่ ร้านค้าปลีกแบบนี้ เป็นร้านค้าที่มีการเปิดสาขามากกว่า ๑ สาขาขึ้นไป ปัจจัยสำคัญในการบริการร้านค้าแบบลูกโซ่หรือสาขาจะต้องมีระบบแผนการดำเนินการเดียวกันต้องมีมาตรฐานทั้งภาพลักษณ์ของร้านค้าและบริการเดียวกัน ดังนั้นการบริหารร้านค้าประเภทนี้ จำเป็นต้องกำหนดนโยบายจากส่วนกลาง เช่น ภาพลักษณ์ของร้านค้าต้องเหมือนกันสินค้าและบริการต้องเหมือนกัน หรือเวลาเปิด-ปิด การดำเนินงานต้องเป็นไปตามนโยบายรวมจากส่วนกลาง จึงเห็นได้ว่าร้านค้าประเภทนี้มีความแตกต่างจากร้านค้าปลีกแบบอิสระ โดยที่ร้านค้าปลีกสาขาไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ การจัดการ จึงทำให้ความคล่องตัวในการดำเนินการมีน้อยกว่าแต่เกิดความสะดวกในการควบคุมร้านค้าปลีกสาขาในมุมมองของผู้บริหาร ส่วนกลางร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่ขนาดใหญ่มักมีจำนวนสาขามาก เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการและลดต้นทุนในการดำเนินการ ร้านค้าปลีกประเภทนี้มักจะขยายกิจการในแนวตั้งมากขึ้น (Vertical Integration) ตัวอย่างร้านค้าปลีกประเภทนี้ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และร้านรองเท้าบาจา เป็นต้น

๓. ร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์ การดำเนินธุรกิจภายใต้ระบบ Franchise เป็นรูปแบบหนึ่งของความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างกิจการ โดยมีพันธะผูกพัน และสิทธิร่วมกันตามข้อสัญญาที่ตกลงกันได้ กล่าวได้ว่าธุรกิจ แฟรนไชส์ (Franchising) เป็นรูปแบบทางการตลาดที่บริษัทแม่ หรือผู้ให้สิทธิอนุญาตให้บุคคลหรือนิติบุคคลมีสิทธิในการใช้ชื่อการค้า รูปแบบการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่บริษัทผู้ให้สิทธิได้พัฒนาขึ้น ภายใต้ระบบนี้กิจการที่ผู้ได้รับสิทธิ สามารถดำเนินงานเองโดยอิสระ แต่ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานและแนวทางที่ผู้ให้สิทธิกำหนด โดยผู้ให้สิทธิจะให้ความช่วยเหลือทางด้านการตลาด การบริหาร การควบคุมคุณภาพสินค้า การฝึกอบรม การจัดหาสินค้า การส่งเสริมการขายแก่ผู้ได้รับสิทธิ โดยผู้ได้รับสิทธิต้องจ่ายค่าสิทธิตามสัญญาที่ได้ตกลงกันการให้สิทธิในการดำเนินธุรกิจในระบบแฟรนไชส์ แบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะ คือ การให้สิทธิในตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้า เป็นการที่ผู้ให้สิทธิมอบสิทธิในการใช้ตัวผลิตภัณฑ์หรือเครื่องหมายการค้า โดยที่ผู้ให้สิทธิจะไม่ก้าวำยการบริหารของผู้ได้รับสิทธิ เช่น สถานีบริการน้ำมันต่างๆ และบริษัทที่จำหน่ายน้ำอัดลม เป็นต้น และการให้สิทธิในรูปแบบธุรกิจและการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ให้สิทธิจะแนะนำสูตรสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแก่ผู้ได้รับสิทธิ ในด้านการเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้า การนำเข้าสินค้า การฝึกอบรมพนักงาน การบริหารกิจการขาย การโฆษณา การบริหารการเงิน เป็นต้น โดย ตัวอย่างรูปแบบธุรกิจนี้ได้แก่ เซเว่นอีเลฟเว่น

๔. **ร้านค้าปลีกแบบเช่าพื้นที่หรือฝากขาย** ร้านค้าปลีกประเภทนี้มักนิยมใช้ในการบริการห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ (Department Store) โดยที่ห้างสรรพสินค้ายินยอมให้เจ้าของสินค้าเข้ามาเช่าสถานที่ในบริเวณห้างสรรพสินค้าเพื่อเปิดดำเนินการจำหน่ายสินค้าโดยผู้เช่าจะได้รับค่าตอบแทนตามแต่จะตกลงกัน โดยความรับผิดชอบต่างๆ เป็นของเจ้าของสินค้าหรือผู้ที่มาเช่าสถานที่เอง โดยเจ้าของสถานที่ไม่ต้องรับผิดชอบ เช่น ู้ทขายเครื่องสำอาง ู้ทขายเสื้อผ้าต่างๆ เป็นต้น การค้าปลีกในลักษณะนี้ เป็นการเกื้อกูลผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ระหว่างเจ้าของสินค้าหรือผู้เช่าและเจ้าของสถานที่ โดยผู้ให้เช่าไม่ต้องเสี่ยงต่อสินค้าเสื่อมสภาพหรือสูญหายและไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจนั้นๆ ขณะเดียวกันยังได้ประโยชน์จากการที่เจ้าของสินค้ามีชื่อเสียงมาจัดจำหน่ายสินค้าในห้างของตน เป็นการดึงดูดลูกค้าอีกทางหนึ่ง สำหรับผู้เช่าหรือเจ้าของสินค้าก็สามารถได้ทำเลในการค้า พร้อมกับการส่งเสริมการขายก็สามารถจัดสรรหรือได้รับประโยชน์จากการส่งเสริมการขายของร้านได้อีกด้วย

๕. **ร้านค้าปลีกแบบสหกรณ์ร้านค้า** การดำเนินกิจการในรูปแบบสหกรณ์นั้นจะมีการขายหุ้นให้แก่ประชาชนทั่วไป โดยถือว่าผู้ถือหุ้นเป็นสมาชิกและเป็นเจ้าของร้านค้านั้นด้วยและจะได้รับผลส่วนแบ่งกำไร โดยการจัดสรรมาจากเงินปันผล ซึ่งผลกำไรที่สมาชิกได้รับมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับอัตราการซื้อสินค้าของแต่ละสมาชิก

๑๐.๒ องค์ประกอบของภาพลักษณ์ร้านค้าปลีก

Assael (ธีรวิทย์ ฉายภมร, ๒๕๔๔ : ๒๕ ; อ้างอิงมาจาก Assael, 1998 : 84) อธิบายถึงภาพลักษณ์ของร้านค้า ไว้ว่าผู้บริโภคพัฒนาภาพลักษณ์ที่มีต่อร้านค้าจากโฆษณา สินค้าที่จำหน่ายในร้านค้า ความคิดเห็นจากเพื่อนหรือญาติมิตร และประสบการณ์จากการเข้าซื้อสินค้า Schiffman และ Kanuk (ธีรวิทย์ ฉายภมร, ๒๕๔๔ : ๒๕; อ้างอิงมาจาก Schiffman and Kanuk, 2000 : 73) กล่าวว่า ร้านค้าปลีกมีภาพลักษณ์เฉพาะของตนที่เสริมให้เกิดการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าและบริการและมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าอีกด้วย ดังนั้นภาพลักษณ์ร้านค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของร้านค้าเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกนั้นๆ ด้วย การวัดภาพลักษณ์ของร้านค้านั้น

๑๐.๓ การจัดการการค้าปลีก-ค้าส่ง

นักวิชาการที่ศึกษาด้านการจัดการการค้าปลีก-ค้าส่ง เช่น (Kotler, 1997 : 728) ได้กล่าวถึงการจัดการการค้าปลีกว่า การค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายโดยตรงเพื่อใช้ส่วนตัว ไม่ใช่เพื่อประโยชน์ในการทำธุรกิจ ส่วนผู้ค้าปลีกหรือร้านค้าปลีก ก็คือผู้ประกอบการค้าประเภทใดก็ได้แล้วแต่ที่ปริมาณการขายหลักได้จากการค้าปลีก ไม่สำคัญว่าสินค้าหรือบริการนั้นขายไปด้วยวิธีใด

(ใช้พนักงานขายไปรษณีย์ โทรศัพท หรือใช้เครื่องจักรหยอดเหรียญอัตโนมัติ) หรือขายที่ไหน (ในร้านค้าบนถนนหนทาง หรือภายในบ้านของผู้บริโภค)

สรุปได้ว่าปัจจุบันรูปแบบการค้าปลีกของประเทศไทยมี ๒ แบบ คือ ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม และ ธุรกิจค้าปลีกแบบทันสมัยหรือสมัยใหม่ ซึ่งการดำเนินธุรกิจทางการค้าที่แตกต่างจากความแตกต่างของการดำเนินทั้งสองช่องทาง ที่มีผลมาจากการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการเพิ่มความต้องการให้กับผู้บริโภค ตลอดจนระบบเทคโนโลยีที่เข้าถึงถึงผู้บริโภค ทุกวันนี้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าได้ทั้งสองช่องทาง ขึ้นอยู่กับ ความต้องการที่มีขึ้น แต่ลักษณะของการเข้าหาซื้อสินค้าทางการค้าปลีก ก็เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดทิศทางในการซื้อหาสินค้า เป็นดังกล่าว ทำให้ ธุรกิจค้าปลีกมีการปรับเปลี่ยน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ปัจจุบันพบว่าการค้าปลีกสมัยใหม่ ย่างก้าวไกลเข้าสู่แหล่งชุมชนมากยิ่งขึ้น เป็นผลให้การค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับผลกระทบ จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะการดำเนินการเพื่อสามารถให้แข่งขันได้ในทางการค้า ที่มีมาอันยาวนาน

ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายในการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพื่อให้เกิดการกระจุกตัวแผ่เฉพาะในส่วนกลางนั้น นอกเหนือไปจากการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคแล้ว แนวคิดในการพัฒนาประเทศยังได้มีการปรับเปลี่ยนโดยมุ่งเน้นความสำคัญของประชาชนเป็นสำคัญ โดยถือว่า “ประชาชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ซึ่งประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตน ซึ่ง ณ วันนี้ชุมชนหมู่บ้านทุกแห่งต่างได้รับโอกาสในการบริหารจัดการ/องค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างถูกต้องทุกประเด็น สิ่งสำคัญของแนวคิดการพัฒนาประเทศนี้ก็คือสร้างกระบวนการเรียนรู้สู่ประชาชนให้มากขึ้น เป้าหมายสุดท้ายคือสร้างการอยู่ดีมีสุขให้แก่ประชาชนอย่างยั่งยืน

ประชาชนในชนบทส่วนใหญ่ก็ยังประสบปัญหาจากการถูกเอารัดเอาเปรียบในการหาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีพและไม่ได้ได้รับความเป็นธรรมในการขายผลผลิตรวมทั้งขาดความรู้ ประสบการณ์ และขาดอำนาจต่อรองทางการค้า ตลอดจนมองไม่เห็นโอกาสและช่องทางที่จะนำภูมิปัญญาของตนเองมาพัฒนาในเชิงธุรกิจ เพื่อลดปัญหาดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการส่งเสริมให้ประชาชนในเขตชนบทมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองในเชิงธุรกิจให้เหมาะสม ซึ่งจะต้องได้รับการประสานความร่วมมือกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

แนวทางหนึ่งที่จะสามารถนำพาชุมชนไปสู่ความเข้มแข็งได้นั้น คือชุมชนต้องสามารถจัดการปัญหาธุรกิจได้ด้วยตัวเอง ซึ่งการจัดการปัญหาธุรกิจชุมชนและพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชนได้นั้น การจัดการดังกล่าวจะอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่ม เช่นองค์กร “ร้านค้าชุมชน”

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เช่น ศูนย์การค้าภูมิภาค คือ เป็นที่มาของแหล่งรายได้ต่าง ๆ มาสู่ท้องถิ่นส่งเสริมด้านการตลาดและปรับปรุงการจ้างงาน กระตุ้นให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีการปรับตัว รวมถึงระบบขนส่งมวลชนที่เหมาะสมและดีขึ้นทำให้เศรษฐกิจในเมืองดีขึ้น (Jones, ๑๙๙๒) ทำให้เกิดศูนย์กลางทางสังคมและความบันเทิง คือ มีสถานที่พักผ่อนหย่อนใจนัดพบปะสังสรรค์กันหรือจัดการแสดงต่าง ๆ นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เป็นตัวเร่งให้เมืองเกิดการขยายตัวไปยังพื้นที่รอบข้างส่งผลให้เศรษฐกิจภายในเมืองมีการเติบโตและการพัฒนาที่ดีขึ้นมาจากเงินภาษีที่บริษัทเสียให้กับท้องถิ่นและมีการจ้างงานในชุมชนนั้นไม่ต้องออกไปหางานที่อื่นและยังเป็นแหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ส่วนผลกระทบที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของเมืองต่าง ๆ เช่น ในประเทศโปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก ไทยและเกาหลีได้ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้ปิดตัวลงจำนวนมากระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๒๑-๒๕๔๘ ร้านค้าชุมชนของไทยลดลงจาก ๕๖ แห่งในปี พ.ศ. ๒๕๔๘ เหลือ ๓๗ แห่ง เนื่องจากไม่มีผู้มาใช้บริการ หากไม่ปิดตัวลงก็ต้องมีการปรับตัวหรือเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Wrigley and Lowe, ๒๐๐๐) สาเหตุของการปิดกิจการของร้านค้าชุมชน คือ การที่ธุรกิจไม่สามารถทำกำไรได้อีกเนื่องจาก การแข่งขันด้านราคาที่เข้มข้น การตัดราคา การลดราคาต่ำกว่าทุนและความต้องการซื้อลดลง เนื่องจากการให้บริการของร้าน (Wrigley and Lowe, ๒๐๐๐) ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกข้ามขนาดใหญ่ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชน ในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลอูโลกสีห์หมื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้บริการห้างค้าปลีกข้ามชาติมากขึ้น เพราะร้านค้าปลีกข้ามชาติมีบริการที่ดีกว่าให้บริการมากกว่า เช่น มีธนาคาร ร้านอาหาร ที่จอดรถ นอกจากนี้ ยังมีบริการหลังการขาย บริการรับชำระเงินโดยใช้เครดิตแทนเงินสด สถานที่สะอาด บรรยากาศดีมีที่นั่งพักผ่อนทำให้ผู้บริโภคมีความพอใจต่อการเข้ามาเปิดบริการร้านค้าปลีกข้ามชาติ (ยโสธรา จวงเจิม, ๒๕๔๖) ร้านค้าชุมชน มีจำนวนลดลง ในจังหวัดกาญจนบุรี ปี พ.ศ. ๒๕๔๔-๒๕๔๕ จำนวนร้านลดลง ๑๕% ร้านส่วนใหญ่ ได้รับผลกระทบในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๐-๒๕๔๕ ทำให้ยอดขายจำนวนลูกค้าและกำไรของร้านโชห่วยลดลง ๗% ต่อปี เหตุผลสำคัญที่ทำให้ร้านโชห่วยประสบปัญหาการแข่งขัน คือ ร้านสมัยใหม่ขายสินค้าถูกกว่า รูปแบบของร้านไม่ทันสมัยและบริการสู้ไม่ได้ ร้านโชห่วยมีจุดอ่อนด้านต้นทุนสินค้าและเทคโนโลยีบริหารจัดการ การปรับตัวของ

ร้านโชห่วยที่สำคัญ คือ การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้ามากขึ้น เน้นขายสินค้าเฉพาะที่ขายดีและลดราคาลง ส่วนร้านค้าปลีกรายย่อยที่อยู่ห่างจากดิสเคาท์สโตร์มากกว่า ๖ กม.ไม่ได้รับผลกระทบทางด้านยอดขายและจำนวนลูกค้า (สุกัญญา อินทะโชติ, ๒๕๔๕) ระยะห่างระหว่างร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกลับมีผลกระทบต่อยอดขายโดยที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ตั้งอยู่ใกล้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีผลกระทบกับยอดขายมากกว่า และยังมีเวลาในการเปิดปิดกิจการที่สั้นกว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่และนอกจากความหลากหลายของสินค้าที่มีน้อยกว่าทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้แล้วร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังต้องมีการแข่งขันกันเองอีกด้วย ต้นทุนสินค้าจากการซื้อสินค้าจากยี่ปั้ว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคสนใจตัวผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพมาตรฐานของสินค้า ราคาหรือคุณภาพการให้บริการของพนักงานขายหรือเจ้าของร้านและปัญหาจากคู่แข่ง ผลกระทบต่อรายได้คือ ร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ใกล้ดิสเคาท์สโตร์ไม่เกิน ๕ กม. จำนวนลงทุนไม่เกิน ๑ แสนบาทเปิดกิจการไม่ต่ำกว่า ๖-๑๐ ปี ได้รับผลกระทบยอดขายลดลง (ภรณ์ทิพย์ นิลมณี, ๒๕๔๕ : ๕) ร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์เปิดในบริเวณใกล้เคียงทำให้ยอดขายกำไรและจำนวนผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อลดลง นอกจากนี้ยังมีปัจจัย เช่น สภาพเศรษฐกิจตกต่ำ ทำเลที่ตั้งห่างไกลชุมชน การเปิดของร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อที่มีลักษณะเดียวกันในบริเวณใกล้เคียง ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานสูง และสินค้าสูญหาย ดังนั้น ควรมีการเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าเพิ่มสัดส่วนประเภทสินค้าอาหารในชั้นวางสินค้าและผลิตสินค้าที่เป็นตราของตนเอง (อรไท กำรกริตติกุล, ๒๕๔๖) ดังจะเห็นว่าการเข้ามาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นต่อตัวผู้บริโภคเองที่ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนไปและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดและแทบจะทุกด้านจนทำให้ปริมาณร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว

การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านลักษณะของกิจการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการมีความสัมพันธ์ต่อระดับการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตสายไหมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ยกเว้นปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยย่อยด้านการออกกฎหมายควบคุมธุรกิจค้าปลีกต่างชาติ (วีระวุฒิ สร้อยพลอย, ๒๕๕๐) สภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งผู้ประกอบการต้องเข้าใจและติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสิ่งเหล่านี้เพื่อปรับกลยุทธ์การค้าปลีกให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมภายในที่มีผลต่อระบบธุรกิจค้าปลีกค้าส่งซึ่งสามารถจำแนกเป็น ๔ ประการ คือ ลูกค้า คู่แข่ง ผู้ผลิต และผู้ค้าส่ง (ภัทรภร พลพนาธรรม, ๒๕๔๗ : ๒๐)

การเติบโตของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีผลต่อการปรับปรุงการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (วิทยา สุหฤทธดำรงและคณะ, ๒๕๕๐) หลัก ๆ ๔ ด้าน คือ

๑. ผลกระทบต่อผู้บริโภค ได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าได้ในราคาถูก สินค้ามีหลากหลาย สามารถหาซื้อได้ในสถานที่เดียว ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก และที่ทำงาน

๒. ผลกระทบต่อร้านค้าดั้งเดิม จำนวนลูกค้า และยอดขาย ของร้านค้าดั้งเดิมลดลง เนื่องจาก ผู้บริโภค เปลี่ยนไปซื้อร้านค้าสมัยใหม่ แต่ก็โอกาสซื้อ ในร้านค้าดั้งเดิมอยู่บ้างแต่จำนวนไม่มากนัก และร้านค้าแบบดั้งเดิม ปรับเปลี่ยนรูปแบบไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากต้นทุนจำกัด นอกจากนี้เองร้านค้ายังหันไปซื้อสินค้าจากห้างค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ

๓. ผลกระทบต่อผู้ค้าส่ง การแข่งขันด้านราคา ในสินค้าบางชนิด เนื่องจากรายการส่งเสริมการขาย การให้เครดิตกับร้านค้าจากที่เคยขายเงินสด ขายสินค้าทางโทรศัพท์ จากเดิมลูกค้าโทรมาเอง และ ขายสินค้า คนละตัวกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่

๔. ผลกระทบต่อผู้จัดหาสินค้า อำนาจการต่อรองเปลี่ยนไปอยู่ที่ ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้ต้องเพิ่มการใช้เงินงบประมาณสำหรับ การจัดรายการส่งเสริมการขาย พื้นที่ส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นผลให้กำไรจากการดำเนินการน้อยลง

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกิจการของร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสีห์หมื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่าร้านนิยมและทัศนคติของลูกค้าที่ทันสมัย ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า การแข่งขันกับร้านค้าปลีกที่ทันสมัยกว่า การตั้งราคาขายที่สูงกว่าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และสืบเนื่องมาจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีการดำเนินงานลักษณะบุคคลคนเดียวจึงทำให้การขยายงานและการดูแลไม่ถึงและยังมีข้อจำกัดในเรื่องของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของสินค้า ช่วงเวลาที่เปิดปิดไม่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและยังมีราคาที่สูงกว่าเนื่องมาจากมีต้นทุนสินค้าที่สูงกว่าทั้งในเรื่องค่าขนส่งและต้นทุน (กษมา ทับทิมทองและคณะ, ๒๕๕๓) ปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ขายในร้านไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกดั้งเดิมไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเองให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน รวมถึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องบันทึกเงินสด ที่จอดรถ และอื่นๆ ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเดินเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง เจ้าของขาดความรู้ในด้านการ

จัดการ สินค้าที่ขายมีราคาสูง นอกจากนั้น พื้นที่ทำเลที่คับแคบ และไม่เหมาะสมนำไปสู่ความไม่สะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าประกอบกับความไม่ทันสมัยของเครื่องมือเครื่องทำให้การบริการล่าช้า สิ่งแวดล้อมของร้านไม่น่าสนใจรวมถึงบรรยากาศ (ไฟศาล รั้วธงชัย, ๒๕๓๕) ขาดการรับช่วงต่อจากลูกหลาน ขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการและยังพบอีกว่าสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่ทันสมัยทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในตัวสินค้าหรือการที่มีทำเลที่ตั้งใกล้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทำให้เกิดการเปรียบเทียบเพราะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมขาดการพัฒนาและการรวมตัวกันในขณะที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีสินค้าที่ทันสมัยกว่า ที่จอดรถสะดวกสบายมีความปลอดภัยมากกว่า (ไฟศาล รั้วธงชัย, ๒๕๔๖)

ดังนั้นจะเห็นว่าปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่ของร้านค้าชุมชนเมื่อมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามา คือ การปรับตัวที่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในขณะที่การพัฒนาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นไปอย่างช้าเพราะกิจการเป็นเจ้าของคนเดียวทำให้ขาดศักยภาพในการพัฒนาให้รวดเร็วตามความต้องการของลูกค้าและเงินทุนกำลังคนก็มีน้อยกว่าจึงทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบระหว่างร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าชุมชนอย่างชัดเจน

สรุปได้ว่า ร้านค้าชุมชนเปรียบเสมือนเครื่องมือในการยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่และสังคมของสมาชิกให้ดีขึ้นด้วยวิธีการดำเนินงานร่วมกันบนพื้นฐานของการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่การดำเนินงานร้านค้าชุมชนจะต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถอยู่รอดได้ การศึกษาครั้งนี้ให้ความสำคัญถึงการศึกษาดำเนินงาน ทั้งด้านการก่อตั้งและต้นทุนเงินลงทุน โครงสร้างองค์กร ระบบบัญชี การบริหารจัดการด้านการเงิน ต้นทุน ผลกระทบต่อแผนของร้านค้าชุมชน รวมไปถึงความสามารถในการอยู่รอดของร้านค้าชุมชนต่อไปในอนาคต โดยการวัดความสามารถในการดำรงอยู่อย่างมั่นคงของธุรกิจในอนาคตจะพิจารณาประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานทั้งด้านความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ และสภาพคล่องของกิจการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการบริหารจัดการร้านค้าชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานให้มากยิ่งขึ้น อันจะนำมาสู่ความมั่งคั่งและมั่นคงทางเศรษฐกิจในชุมชนโดยรวม

ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจร้านค้าชุมชน

๑. ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร้านค้าชุมชน จากการเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

การเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีผลต่อการปรับปรุงการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน หลัก ๆ ๔ ด้าน คือ

๑. **ผลกระทบต่อผู้บริโภค** ได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าได้ในราคาถูก สินค้ามีหลากหลาย สามารถหาซื้อได้ในสถานที่เดียว ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก และที่ทำงาน

๒. **ผลกระทบต่อร้านค้าดั้งเดิม** จำนวนลูกค้า และยอดขาย ของร้านค้าดั้งเดิมลดลง เนื่องจาก ผู้บริโภค เปลี่ยนไปซื้อร้านค้าสมัยใหม่ แต่ก็โอกาสซื้อ ในร้านค้าดั้งเดิมอยู่บ้าง แต่จำนวนไม่มากนัก และร้านค้าแบบดั้งเดิม ปรับเปลี่ยนรูปแบบไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากต้นทุนจำกัด นอกจากนี้เองร้านค้ายังหันไปซื้อสินค้าจากห้างค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ

๓. **ผลกระทบต่อผู้ค้าส่ง** การแข่งขันด้านราคา ในสินค้าบางชนิด เนื่องจาก รายการส่งเสริมการขาย การให้เครดิตกับร้านค้าจากที่เคยขายเงินสด ขายสินค้าทางโทรศัพท์ จากเดิมลูกค้าโทรมาเอง และ ขายสินค้า คนละตัวกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่

๔. **ผลกระทบต่อผู้จัดหาสินค้า** อำนาจการต่อรองเปลี่ยนไปอยู่ที่ ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้ต้องเพิ่มการใช้เงินงบประมาณสำหรับ การจัดรายการส่งเสริมการขาย พื้นที่ส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นผลให้กำไรจากการดำเนินการน้อยลง

๒. พฤติกรรมการเลือกซื้อร้านค้าชุมชน ของผู้บริโภค

ร้านค้าชุมชน จัดได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญมากเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง เพราะร้านค้าชุมชน เป็นกิจกรรมที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตมาเพื่อนำไปจำหน่ายต่อยังผู้บริโภค ถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการตลาด ร้านค้าชุมชน ยังเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด ที่คนเราทุกวันนี้มีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคหรือสินค้าบริโภค ธุรกิจร้านค้าชุมชน มีมากมายหลายรูปแบบ (สุพิชชา, ๒๕๔๖ : ๓๘)

ในอดีตธุรกิจค้าปลีกของคนไทยส่วนใหญ่เป็นร้านค้าของชำขนาดเล็ก ดำเนินธุรกิจบริหารงานแบบครอบครัว โดยใช้ประสบการณ์ อยู่ตามตึกแถว ตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือย่านการค้าเล็กๆ โดยส่วนใหญ่ใช้ที่อยู่อาศัยของตนเองเป็นที่ตั้งร้าน ระบบการทำงานที่ไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน วางสินค้าแบบเรียบง่ายอยู่กับที่ สินค้ามีสภาพเก่า บางชิ้นหมดอายุ การจัดหน้าร้านไม่มีการตกแต่งให้สวยงาม สภาพการแข่งขันมีไม่มากนัก ไม่มีการปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆ ใช้วิธีการขายแบบดั้งเดิม ภาพลักษณ์ทางร้านไม่เป็นที่ต้องใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคอยู่ในชุมชนนั้นๆ จะแวะมาซื้อสินค้านานาชนิด ทั้งที่เป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน และของใช้สำหรับชีวิตประจำวัน และของใช้สำหรับการประกอบอาหาร เช่น สบู่ ยาสีฟัน ข้าวสาร น้ำตาล น้ำปลา เป็นต้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ๒๕๔๖ : ๑๓)

ธุรกิจช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ถึงครั้งแรกของปี พ.ศ. ๒๕๔๐ เหลือไตรมาสร้อยละ ๑๑.๓ ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกไทยประสบปัญหาสภาพคล่อง และมีหนี้ต่างประเทศจำนวนมาก ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องหาผู้ร่วมลงทุนกิจการค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภค เพื่อให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Tradition Trade) มาเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มากขึ้น (สุพิชชา เพ็ชรวัฒนา, ๒๕๔๖ : ๒)

การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคมีการศึกษาดีขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองสนใจจะบริโภคมากขึ้นหรือสินค้าที่ต้องการจะซื้อจะต้องผ่านการกลั่นกรองเป็นอย่างดี การใช้จ่ายจะต้องได้สินค้าที่เหมาะสมกับราคามากที่สุด (กฤษฎา อ่อนสมบูรณ์, ๒๕๕๑) และด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์ มากกว่าธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ดังนั้นธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมต้องปรับตัวและแสวงหากลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด เพื่อให้สามารถเผชิญกับการแข่งขันในตลาดได้ (สุพิชชา เพ็ชรวัฒนา, ๒๕๔๖ : ๒)

พฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภค โดยการแบ่ง ตามช่วงอายุของผู้บริโภค กลุ่มต่างๆ ได้มี ดังนี้

๑. **Generation B, The Baby Boomers** เป็นผู้ที่เกิด ระหว่าง พ.ศ. ๒๔๘๕-๒๕๐๘ (ค.ศ.1942-1965) เป็นกลุ่ม ผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ มีกำลังซื้อ มีศักยภาพในการ บริโภคสินค้า มีทัศนคติในทางที่ดีต่อการใช้จ่ายใช้สอย สินค้า เพื่อตนเองและบุคคลใกล้ชิด คนกลุ่มนี้เป็นคนที่รู้จัก คุณค่าของการใช้เงิน

๒. Generation X คือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๐๘- ๒๕๑๔ (ค.ศ.1965-1971) เป็นกลุ่มที่มีลักษณะการทำงาน ประเภทใช้ความคิด สมาชิกหลักในครอบครัวทำงานทั้งสองคน รายได้ดีทั้งคู่ ใช้ชีวิตแบบทันสมัย กลุ่ม Gen X เป็นกลุ่ม ที่มีลักษณะเฉพาะและมีกำลังซื้อพอสมควร การเลือกซื้อ สินค้าจะขึ้นอยู่กับความพอใจของตนเองเป็นหลัก มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีความรู้ รักความสนุก มีความยืดหยุ่น ในการปรับตัว คู่แข่งกับเทคโนโลยี

๓. Generation Y คือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๑๔- ๒๕๒๑ (ค.ศ.1971-1980) เป็นผู้บริโภครุ่นที่ใจร้อน ต้องการเห็น ผลสำเร็จทุกอย่างรวดเร็ว เชื่อในศักยภาพตนเอง มีความพร้อมด้านการเงิน มีรายได้เป็นของตัวเอง มีการศึกษาที่ดี แต่งงานช้า เปลี่ยนงานบ่อย มีการบริหารการเงินจาก เครื่องมือต่างๆ เช่น บัตรเครดิต มีพฤติกรรมในการใส่ใจ ราคา ให้ความสำคัญกับสิ่งที่จับต้องได้ ไม่ยึดติดกับสินค้า แปรนตร์เก่าๆ ชอบความหลากหลาย ชอบความเปลี่ยนแปลง มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีสูง

๔. Generation M คือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๒๔- ๒๕๓๐ (ค.ศ.1981-1987) เป็นกลุ่มผู้บริโภครุ่นที่มีความโชคดี เติบโตมาพร้อมทุกอย่าง เชื่อมั่นในพลังของตัวเอง เป็นเจ้าของชีวิตเอง ตัดสินใจเลือกบริโภคเอง เป็นกลุ่มที่มีกำลัง ซื้อมากเนื่องจากมีรายได้จากหลายทาง ชอบสินค้าราคาแพง ชอบเทคโนโลยี ชอบสินค้าแฟชั่น มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเช่น ผู้ใหญ่ในครอบครัว เพื่อนที่ทำงาน เพื่อนสมัยเรียน หรือแม่แต่คู่รัก เป็นต้น

ในปัจจุบันวิถีชีวิตเปลี่ยนไปอาจเนื่องมาจากนโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นพัฒนาชุมชนขยายความเป็นเมือง ส่งผลให้พฤติกรรมการเลือกซื้อร้านค้าชุมชนของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ร้านค้าชุมชน สินค้าที่ขายในร้านไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าชุมชน ไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเองให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน รวมถึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องบันทึกเงินสดที่จอครบและอื่นๆ ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเดินเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง

๓. แนวโน้มร้านค้าชุมชน และธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ตลอดจน การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินธุรกิจ ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นเป็นหลัก ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อช่วงชิงมูลค่าตลาดที่มีอยู่อย่างมหาศาล เป็นผลให้การดำเนินการธุรกิจของการค้าปลีก เปลี่ยนไป แนวโน้มของร้านค้าชุมชน และธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในอนาคตมี ดังนี้

๓.๑ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) แข่งขันสูงมากขึ้นมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายและใกล้ชุมชนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

๓.๒ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการทำธุรกิจแบบใหม่มากขึ้น อาทิ การบริหารจัดการการนำ Logistics ด้านการขนส่งมาใช้มากขึ้น การจัดการผ่านศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center : DC)

๓.๓ ก้าวสู่การทำธุรกิจค้าปลีกบน E-Commerce หรือการซื้อขายผ่านระบบสื่อสารหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

๓.๔ การผลิตสินค้า Own Brand หรือ House Brand มากขึ้นในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อให้ราคาสินค้าต่ำสุด

๓.๕ ร้านค้าชุมชน มีแนวโน้มจะลดลง จากสาเหตุของการถูกแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด การไม่ปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างธุรกิจค้าปลีก และ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

๓.๖ ร้านค้าชุมชน มีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานมากขึ้น ในด้านการตกแต่งร้านค้า การจัดเรียงร้านค้า การจัดหาสินค้ามาจำหน่าย รวมถึงการเข้าไปเป็นลูกค้าของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของชาวต่างชาติ

๓.๗ ร้านค้าชุมชน ร้องรัฐออกกฎหมายคุ้มครองผู้ประกอบการรายย่อย และแก้ไขปัญหาเหมือนเช่นในต่างประเทศ อาทิ เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ อิตาลี ฟินแลนด์ เยอรมนี ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย หรือเดนมาร์ก ฯ ซึ่งต่างมีกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยท้องถิ่น

๔. ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น ธุรกิจค้าปลีกเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตัวสะท้อนถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนในสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมในประเทศ อนาคตเมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนมากขึ้น การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกจะทวีความรุนแรงมากขึ้นอีก เนื่องจากจะมีคู่แข่งรายใหม่จากต่างประเทศ เช่น ห้างวอลมาร์ต (Wal Mart) ห้างเมโทรอย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคจะได้ประโยชน์จากการแข่งขันดังกล่าว คือ ได้ซื้อสินค้าและบริการในราคาต่ำ และมีทางเลือกในการตัดสินใจเพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบการทำธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่แตกต่างจากเดิมที่เคยมีมา และมีขนาดของการดำเนินธุรกิจมีขนาดใหญ่ตลอดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมทั้งการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ในประเทศไทยส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งประชาชนในฐานะผู้บริโภค ร้านค้าปลีก ผู้บริหารช่องทางจำหน่าย ผู้ผลิตสินค้า

ผู้ผลิต และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมทั้งหมด รวมถึงผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลง ในโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมไทยโดยรวม ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว หลายการศึกษา แสดงให้เห็นว่าประชาชนผู้บริโภคสินค้าได้รับประโยชน์โดยตรงจากการจับจ่ายซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคในสถานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย และด้วยบริการและคุณภาพสินค้าที่สูงขึ้น การได้รับ บริการที่ดีและมีทางเลือกในการบริโภคสินค้ามากขึ้น ขณะที่ราคาสินค้ามีแนวโน้มลดต่ำลง แต่อีก ด้านหนึ่งผู้ประกอบการค้าปลีกดั้งเดิมขนาดเล็กๆ จำนวนมากที่เป็นของคนไทยได้รับผลกระทบด้านลบอย่างรุนแรง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าซึ่งดั้งเดิมเป็นลูกค้าของ ผู้ประกอบการค้าปลีกรายเล็กๆ ใน ชุมชนต่างๆ ได้ทยอยหดหายไปอย่างรวดเร็วและหันไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าปลีก ขนาดใหญ่ เช่น ห้างเทสโก้โลดสต ห้างแม็คโคร ห้างบิ๊กซี และห้างคาร์ฟู รวมทั้งการเข้ามาของ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทร้านคอนวีเนียน สโตร์ หรือร้านสะดวกซื้อต่างๆ หรือคอนวีเนียนสโตร์ ที่มีการขยายตัวและสาขาเข้ามาสู่และใกล้ตัวชุมชนมากขึ้น และรูปแบบของการทำธุรกิจ การให้บริการของรูปแบบการค้าปลีกเหล่านี้กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการคนไทยอีกหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าปลีกโดยตรง (Stakeholders) ได้รับ ผลกระทบอย่างรุนแรงเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในรายที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน เช่น ผู้ประกอบการ ค้าส่งในชุมชน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตสินค้า อุปโภคบริโภค (Suppliers) ผู้ประกอบการ ธุรกิจการค้าขนส่งสินค้าและผู้ผลิตที่มีอำนาจต่อรองที่ลดลง และเกษตรกรและกำลังแรงงาน ในชุมชนที่กำลังสูญเสียแหล่งรายได้พิเศษหรือแหล่งจ้างงานของตนเอง เพราะรูปแบบของการ บริหารจัดการในร้านค้าแบบใหม่มีความต้องการแรงงานที่มีความสามารถและความชำนาญที่ แตกต่างจากเดิม

คณะอนุกรรมการพัฒนากฎหมายว่าด้วยการค้าที่เป็นธรรมและการคุ้มครอง ผู้บริโภค ในคณะกรรมการปฏิรูปกฎหมายได้จัดให้มีการสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้ ประกอบธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Focus Group) ว่าด้วยการประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่งเพื่อรวบรวม ข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการประกอบธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง วิเคราะห์ถึงปัญหา และทิศทางการแก้ไขปัญหาการค้าปลีกค้าส่งของประเทศในปัจจุบันและอนาคต และนำข้อมูล ทั้งหมดดังกล่าวไปใช้ประกอบการพิจารณาเสนอความเห็นแก่คณะกรรมการปฏิรูปกฎหมายในการ ปรับปรุงร่างพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจค้าปลีกหรือค้าส่ง ให้เหมาะสมต่อไป (๒๕๕๑) โดยสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

๔.๑ ผลกระทบต่อผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย

สถานการณ์การค้าปลีกส่งในปัจจุบันทำให้มีผู้ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย ปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาเชิงโครงสร้าง เกิดจากการที่โครงสร้างในการประกอบธุรกิจ และกลไกราคาถูกบิดเบือนจากผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกส่งสมัยใหม่หรือ modern trade เห็นได้จากปัจจุบันร้าน modern trade บิดเบือนกลไกราคาโดยการขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าทุน (loss leader หรือ dumping) เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เข้ามาในร้านของตน แล้วพิจารณาขายสินค้าเป็นอันดับรอง โดยให้ความสำคัญกับปริมาณลูกค้าที่หมุนเวียนภายในห้างฯ ต่อวัน เพื่อนำไปกำหนดราคาค่าเช่าพื้นที่ให้สูงขึ้นตามจำนวนลูกค้า โดยปัจจุบัน modern trade นำพื้นที่ลานจอดรถมาให้เช่าพื้นที่ขายสินค้าอีกต่อหนึ่ง ซึ่งคิดว่าพื้นที่ลานจอดรถดังกล่าวไม่ต้องเสียภาษีโรงเรือน ทั้งยังอาจขัดต่อกฎหมายในเรื่องการกำหนดบริเวณจอดรถของ hypermart ภาครัฐต้องเข้ามาตรวจสอบ สำหรับเรื่องการขายสินค้าในราคาต่ำกว่าทุนนั้นจะเป็นการสร้างควมไม่ไว้วางใจและความชิงชังต่อโชห่วยซึ่งไม่สามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากขนาดที่จะได้ราคาที่สามารถต่อสู้กับ modern trade ได้สร้างความแตกแยกในสังคม โดยประชาชนไม่คำนึงถึงว่าความจริงแล้วสินค้าที่ modern trade ขายในราคาถูกนั้น สามารถซื้อได้ครบครวละไม่กี่ชิ้น และสามารถซื้อได้เฉพาะบางช่วงเวลาเท่านั้น และในบางกรณีได้รับการปฏิเสธจาก modern trade ว่าสินค้าหมดโดยไม่มีการออกใบรับสินค้าให้เหมือนเช่นในต่างประเทศ ถือเป็นพฤติกรรมกรรมที่เข้าข่ายการหลอกลวงผู้บริโภค

๔.๒ ความได้เปรียบของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่: การขายในราคาต่ำ

มีข้อพิจารณาว่าเพราะเหตุใด modern trade จึงสามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำเช่นนี้ หากการขายในราคาที่ต่ำดังกล่าวมาจากความสามารถในการบริหารจัดการของ modern trade ก็ควรจะต้องสามารถขายราคาเท่านั้นได้ทุกวัน แต่หาก modern trade ขายสินค้าในราคาดังกล่าวเพราะยอมขาดทุนเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการในห้างฯ ของตน ภาครัฐต้องตระหนักว่าแม้ราคาดังกล่าวแต่ละห้างฯ จะขายเพียง ๓-๕ วันต่อเดือน แต่ขณะนี้ก็มีห้างฯ ลักษณะดังกล่าว ๕ ห้างฯ รวมแล้วทำให้สินค้าราคาต่ำกว่าทุนมีขายตลอดเดือน ร้านโชห่วยไม่มีโอกาสขายสินค้าชนิดเดียวกันได้เลย และหากจะใช้วิธีการฟ้องร้องโชห่วยก็ไม่มีความสามารถพอที่จะไปหาหลักฐาน รวมถึงผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนอย่าง supplier ก็ไม่กล้าที่จะเข้ามาเป็นพยานในคดี และ supplier ก็ยังถูกบีบบังคับจาก modern trade ให้ออกใบกำกับราคาสินค้าตามที่ตนเองต้องการ ทำให้ไม่สามารถดำเนินการใด ๆ ได้เพราะเป็นเรื่องความสมัครใจในการทำสัญญาของบุคคล ๒ ฝ่าย ดังนั้น รัฐต้องมีมาตรการและให้ความสำคัญในการกำกับดูแลเรื่องนี้ด้วย

๔.๓ ข้อเรียกร้องจากผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย

การขอโอกาสให้ทั้งโชห่วย supplier และ modern trade สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นธรรม โดยให้ modern trade หยุดการขยายสาขาของ hype market ลงสู่ระดับตำบลและหมู่บ้าน ยกตัวอย่างเช่น ในจังหวัดเชียงใหม่มีการขยายสาขาครบในทุกอำเภอแล้วทำให้โชห่วยในพื้นที่ได้รับความเดือดร้อนมาก ดังนั้น หากสถานการณ์ยังเป็นเช่นนี้ต่อไปทั้งโชห่วย และ supplier จะต้องหายไปจากธุรกิจการค้าของประเทศ ส่งผลให้ประเทศสูญเสียความสามารถในการผลิตสินค้าส่งออกสู่ตลาดโลก กลายเป็นปัญหาระดับชาติที่จะส่งผลกระทบต่อประชากรในประเทศทุกคน ทั้งนี้ โชห่วยไม่ได้ขอให้หยุดการขยายสาขาของ modern trade ทุกประเภท เพราะโชห่วยสามารถทำการค้าร่วมกับ convenient store ได้ เนื่องจากมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน กลุ่มลูกค้าต่างกัน และทั้งโชห่วย และ convenient store ต่างก็มีจุดแข็งและจุดด้อยที่ไม่เหมือนกัน และหากให้มีการหยุดขยายสาขาของ modern trade ประเภท hypermart จะยิ่งเป็นการเพิ่มปัญหาให้ทั้งโชห่วย supplier และสังคม (สร้างปัญหาให้คนตกงาน ระดับอาชญากรรมสูงขึ้น ปัญหาจราจร และสิ่งแวดล้อม ฯลฯ) เพราะการจำกัดดังกล่าวจะเป็นการสร้างอำนาจผูกขาดทางตลาดให้กับ hypermart ที่เปิดอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้น จึงสมควรที่จะนำกฎหมายอื่นที่มีผลบังคับอยู่แล้วมาใช้ประกอบการแก้ปัญหาอย่างจริงจัง

๔.๔ ปัญหาด้านอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการขยายกิจการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ปัญหาสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ส่งผลถึงภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้ที่สำคัญของประเทศ ปัญหาจราจร ปัญหาการจัดการขยะ รวมถึงปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคการเงินการธนาคารในอนาคต คือ ปัจจุบัน modern trade ให้บริการบัตรเครดิต (non-bank) ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ แก่ลูกค้า เป็นแนวทางการเรียกลูกค้าเข้าร้านของตนอีกทางหนึ่ง ซึ่งต่อไปเมื่อมีลูกค้าบัตรเครดิตดังกล่าวมากขึ้น ย่อมมีผลกระทบต่อภาคการเงินการธนาคารด้วย เพราะ modern trade มีฐานลูกค้าจำนวนมาก

๔.๕ สถานการณ์การค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วยปัจจุบัน

ปัจจุบันสถานการณ์การค้าปลีกแบบดั้งเดิมกำลังประสบปัญหาเป็นอย่างมาก modern trade มีสัดส่วนในภาคธุรกิจถึงร้อยละ ๕๐ คิดเป็นมูลค่าประมาณ หนึ่งล้านล้านบาท เป็นผลให้โชห่วยหลายแห่งต้องปิดกิจการ แห่งที่ยังเปิดอยู่ก็ต้องหาวิธีเอาตัวรอด ซึ่งวิธีการเอาตัวรอดของโชห่วยจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในส่วนของเงินทุนมาปรับปรุงร้านให้ทันสมัยมีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยผู้เข้าร่วมสัมมนามีความเห็นว่าจะใช้เงินไม่เกินร้านละสองแสนบาท นอกจากนี้ควรให้มีการตั้งสมาคมช่วยเหลือผู้ค้า โดยการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อสินค้าในปริมาณที่มากเพื่อให้ได้ราคาต่ำ รวมทั้งสามารถให้เจ้าของร้าน

โชห่วยซื้อสินค้าด้วยเงินสดได้ ทั้งยังต้องจัดให้มีการอบรมผู้ประกอบการโชห่วยให้รู้ถึงวิธีปฏิบัติ ที่ถูกต้องต่อลูกค้า ทั้งยังต้องให้ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อค่านิยมบริโภคนิยมของเยาวชน

๔.๖ ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

๔.๖.๑ ให้มีการขยายพื้นที่ และรายได้ให้มากขึ้น อาจเป็นรายได้ ๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐ ล้านบาทต่อปี ในร่างกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจค้าปลีกหรือค้าส่ง ซึ่งจะเป็นการเปิดให้มีธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาดำเนินกิจการแข่งขันกับ modern trade ที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทยอยู่แล้ว เพื่อเป็นการป้องกันการผูกขาดที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้

๔.๖.๒ ไม่ควรพิจารณาเฉพาะ hypermart เพราะ convenient store ก็สร้างปัญหาต่อโชห่วยเช่นกัน ดังนั้น ควรให้มีการกำหนดขนาดและพื้นที่การเปิดให้บริการไว้ในกฎหมายดังกล่าวด้วย

๔.๖.๓ ในบางพื้นที่ที่มีปัญหาที่รุนแรง ควรมีมาตรการระงับการขยายสาขาของ modern trade

๔.๖.๔ ราชการต้องมีมาตรการช่วยเหลือโชห่วยทั้งในด้านเงินทุน และด้านความรู้ในการประกอบการ ซึ่งอาจให้มีความร่วมมือกับกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

๔.๖.๕ ใช้มาตรการทางภาษีในการแก้ปัญหา อาจให้ลดอัตราภาษีที่เก็บจากผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึง convenient store เปิดบริการตลอด ๒๔ ชั่วโมง ต้องเก็บภาษีในอัตราที่สูงกว่าโชห่วยหนึ่งเท่าตัว และยังคงควรให้มีการเก็บภาษี modern trade โดยให้จ่ายภาษีให้ท้องถิ่นที่เปิดกิจการอยู่ด้วย นอกเหนือจากที่ต้องส่งรายได้ทั้งหมดเข้าสู่สำนักงานใหญ่ แล้วเก็บภาษีจากส่วนกลาง เพื่อเป็นการช่วยเหลือให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการนำรายได้มาพัฒนาชุมชน รวมถึงช่วยเหลือโชห่วยในพื้นที่ที่กำลังประสบปัญหา

๔.๖.๖. ต้องมีการใช้มาตรการ zoning อย่างจริงจัง และให้มีการจำกัดจำนวนร้านต่อพื้นที่ รวมถึงเวลาเปิดปิด มาตรการดังกล่าวยังเป็นการช่วยประหยัดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็นอีกด้วย

การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีกที่ปราศจากการควบคุมของภาครัฐ รวมทั้งทิศทางธุรกิจค้าปลีกไทยได้รับผลกระทบจากการปฏิวัติระบบการค้าปลีกโลก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่นักลงทุนต่างชาตินำเข้ามาเพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกไทยทันสมัย ทันเหตุการณ์เพื่อสนองประโยชน์ของทุกฝ่ายทั้งผู้ค้าปลีก ซัพพลายเออร์และโรงงานผู้ผลิต ด้วยระบบการจัดการ อิซีอาร์ (ECR :Efficient Consumer Response) ซึ่งเป็นกระบวนการบริหารจัดการและการทดแทนสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และระบบศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center : DC) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการขนส่งและทำหน้าที่เสมือนผู้ค้าส่งทำให้โครงสร้างของ ธุรกิจค้าปลีก เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้ลดลงและถูกแทนที่ด้วยร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐทางด้านธุรกิจค้าปลีก และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจและโครงสร้างค้าปลีกตลอดเวลา ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจึงต้องมีความสนใจและให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ เพื่อเตรียมความพร้อมรับและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและประสบ ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ

การพัฒนาที่เน้นความเป็นชุมชน ให้มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้และเคลื่อนไหวภายใต้การให้ความสำคัญกับความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นหรือเมือง ซึ่งนอกจากจะต้องให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ กิจกรรมด้านการเมือง การปกครองโดยเฉพาะรากฐานที่ดีที่สุด คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของเมืองหรือชุมชนท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่หรือที่ตนกำเนิดชุมชนในสังคมไทยท่ามกลางสภาวะการเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และการสาธารณสุข ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อชุมชน และที่ผ่านมา กระแสการสนับสนุนเรื่องความเป็นชุมชนหรือองค์กรชุมชนได้กลายมาเป็นกระแสหนึ่งที่ไหลขนานไปกับกระแสโลกาภิวัตน์ สามารถจำแนกศึกษาถึงการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ดังนี้

๑. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

การพัฒนาชนบทได้เริ่มมีบทบาทสำคัญเป็นครั้งแรกตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงปฏิบัติการบริหารราชการแผ่นดิน และการปกครองแบบอารยประเทศ ทำให้ทางราชการให้ความสนใจการพัฒนาในเขตชนบทมากขึ้นในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของราชอาณาจักร ในปี พ.ศ. ๒๔๘๕ กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดแผนการบูรณะชนบทขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ๒ ประการ คือ สร้างสรรค์ชีวิตจิตใจของประชาชนในชนบทให้เหมาะสมที่จะเป็นพลเมืองดี และส่งเสริมให้ประชาชนมีการครองชีพที่ดีขึ้น (อภิชัย พันธเสน, ๒๕๔๑: ๑๗๒)

ผลการดำเนินงานพัฒนาชนบทตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑-๔ ประสบผลสำเร็จในเรื่องความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่มีปัญหาเรื่องการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ขาดความสมดุลส่งผลทำให้เกิดปัญหาช่องว่าง และความเหลื่อมล้ำในเรื่องรายได้ระหว่างภาคการเกษตรและภาคเศรษฐกิจอื่นๆ และช่องว่างระหว่างเมืองกับชนบท และต่อมาเกิดปัญหาใหญ่ตามมา คือ ปัญหาความยากจน ซึ่งชนบทได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาน้อยมาก ความยากจนและความล้าหลัง

ทางเศรษฐกิจเป็นปัญหาที่สัมพันธ์กัน โดยตรงกับความเสื่อมโทรมในคุณภาพชีวิต เช่น ด้านสาธารณสุข ยังประสบปัญหาโรคภัยไข้เจ็บอยู่มากซึ่งบั่นทอนกำลังคนของประเทศเป็นอย่างมาก และคนจนในชนบทพึ่งพาตนเองไม่ได้ (วิศาล ศรีมหา วโร, ๒๕๒๗: ๑๑๐)

ในช่วงเวลา ๒๐ ปี ที่ผ่านมามีการเร่งรัดพัฒนาประเทศนั้น ทั้งหมดนี้ เป็นพลังอันสำคัญที่ช่วยผลักดันระดับฐานะทางเศรษฐกิจไทย ให้พ้นจากประเทศที่มีรายได้ต่ำเข้ามาอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีรายได้ปานกลาง อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้สร้างสมปัญหา และบั่นทอนเสถียรภาพทางการเงินของประเทศ ทั้งได้ยังสร้างความเสื่อมโทรมให้แก่ฐานะทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ผลการพัฒนาและความเจริญทางเศรษฐกิจที่ผ่านมามีเกิดขึ้นเฉพาะบางบริเวณ หรือในพื้นที่ บางส่วนของประเทศเท่านั้น กล่าวคือ การพัฒนานั้นมิได้กระจายไปอย่างทั่วถึง ยังมีพื้นที่ และประชาชนในชนบทอีกจำนวนมาก ที่ ยังไม่ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาที่ ผ่านมา และยังมีความล้าหลังและมีฐานะยากจนอยู่อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ ประเมินว่ายังมีประชากรในชนบทอีกกว่า ๑๐ ล้านคนที่อยู่ในข่ายยากจนและมีสภาพที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ จากการศึกษาในหลายๆ ทางพบว่ายังมีชาวนชนบทถึงหนึ่งในสี่ของประชากรทั้งประเทศ อยู่ในฐานะที่ ยากจน โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือตอนบนของประเทศ การแก้ไขปัญหาความยากจนในชนบทหนาแน่น และล้าหลังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๕ (๒๕๒๕-๒๕๒๙) ได้กำหนดจุดประสงค์การพัฒนาชนบทเป็นเป้าหมายหลักสำคัญประการหนึ่ง เพื่อมุ่งพัฒนาชนบทในพื้นที่ ที่ยังไม่ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาที่ แล้วมาให้สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ในอนาคต และให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการแก้ปัญหาที่พวกเขาเผชิญอยู่ให้มากที่สุด แผนงานและโครงการพัฒนาชนบทยากจนได้มุ่งหลักประกัน ๓ ประการที่จะนำไปสู่เป้าหมาย “พออยู่พอกิน” คือ ให้หลักประกันที่ จะให้ชาวนชนบทล้าหลังมีระบบการศึกษา และความรู้เกี่ยวกับการทำมาหากิน และหลักประกันที่จะทำให้ชาวนชนบทมีสุขภาพอนามัยที่ สมบูรณ์ และได้รับสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ตามสมควรอย่างเหมาะสมในแต่ละท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๕, ๒๕๒๕-๒๕๒๙: ๑-๑๐)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๖ (๒๕๓๐-๒๕๓๔) มีจุดมุ่งหมายหลักยกระดับการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต ควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมที่สะสมมาตั้งแต่อดีต เพื่อให้ประชาชนชาวไทยมีรายได้ คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่และสภาพจิตใจที่ดีขึ้นประเด็นหลักของแผนฯ คือ แผนพัฒนาชนบทนับเป็นแผนงานสำคัญที่จะต้องดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากแผนพัฒนา ฉบับที่ ๕ ปรากฏผลว่า การทุ่มเทเอาใจใส่อย่างจริงจังของรัฐบาลและองค์กรเอกชน ทำให้ความยากจนในชนบทคลี่คลายลงไปมาก แต่ก็ยังไม่

หมดสิ้น จึงได้กำหนดนโยบายและเป้าหมายในการพัฒนาชนบทที่สำคัญๆ ดังนี้ ดำเนินการพัฒนา โดยยึดปัญหาในแต่ละพื้นที่ เป็นหลักโดยมุ่งแก้ไขปัญหาทงด้านเศรษฐกิจสังคม และความมั่นคง ให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงและความต้องการของ โดยรัฐทุ่มเททรัพยากรในเขตพื้นที่ ลำห้หลัง และปานกลางเป็นหลัก สนับสนุนให้ภาคเอกชนมาลงทุนในเขตก้าวน้ำให้มากขึ้น เน้นการฝึก กำลังกันระหว่างหน่วยงานของรัฐเอง และระหว่างรัฐกับเอกชนและประชาชน เพื่อร่วมกัน แก้ปัญหาขั้นพื้นฐานของชุมชน ควบคู่ไปกับการสนับสนุนทางด้านการผลิต การเพิ่มรายได้และการ มีงานทำ ทางด้านเป้าหมายการพัฒนาชนบทนั้น ได้แยกออกเป็นเป้าหมายด้านเศรษฐกิจ จะเป็นการ แก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในชนบทอย่างต่อเนื่อง จากที่ดำเนินการไว้แล้วในแผนฯ ฉบับที่ ๕ โดยเฉพาะการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้านการเกษตรในเขตลำห้หลังให้พอเพียงต่อการ บริโภค มีรายได้เพิ่มขึ้น เป้าหมายทางสังคม จะให้ประชาชนชนบท เข้าถึงบริการสังคมขั้นพื้นฐาน ที่จำเป็นแก่การดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งให้มีความสามารถพึ่งตนเองได้มากที่สุด และมีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่ และกำหนดวิถีของตนเองตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ของประชาชนระดับชาติ สรุปผลการพัฒนาตาม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๖ (๒๕๓๐-๒๕๓๔) ได้ส่งผล เศรษฐกิจไทยขยายตัวอย่างมั่นคงและมีเสถียรภาพ และฐานะทางการเงินการคลังของประเทศดีขึ้น ทำให้คนไทยโดยทั่วไปมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าเดิม แต่ในขณะเดียวกันการขยายตัวทาง เศรษฐกิจในอัตราที่สูงที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดความไม่สมดุลดังกล่าว มาแล้วหลายประการ เป็นอุปสรรคและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนและมีคุณภาพในระยะยาว (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๖, ๒๕๓๐ - ๒๕๓๔ : ๑-๑๘)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๗ (๒๕๓๕ - ๒๕๓๙) กำหนด แผนพัฒนาประเทศให้เป็นรากฐาน สำหรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน และมีความสมดุล ได้เน้นแนวทางการกระจายรายได้ และการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคและชนบท ประกอบด้วย ดำเนินนโยบายด้านการเงินการคลังและพัฒนาตลาดทุน ให้การสนับสนุนการกระจายรายได้ และกระจายการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคและชนบทอย่างจริงจัง ปรับโครงสร้างการผลิตทางด้านเกษตรกรรม และกระจายอุตสาหกรรมและการบริการไปสู่ภูมิภาคโดยเน้นการยกระดับรายได้ของครัวเรือน เกษตรกร การคุ้มครอง สนับสนุนเกษตรกรให้ได้รับความเป็นธรรมในระบบการผลิต และราคา ผลผลิตทางการเกษตร เร่งพัฒนาโครงข่ายบริการพื้นฐานพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนใน ชนบท ทั้งการยกระดับรายได้ ความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของคนยากจนในชนบท และวาง มาตรการต่างๆ เพื่อสนับสนุนบทบาทขององค์กรภาคประชาชน องค์กรพัฒนาเอกชนและภาคธุรกิจ

เอกชนเข้าร่วมกระบวนการพัฒนาชนบท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๗, ๒๕๓๕ - ๒๕๓๘: ๕-๑๘)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๘ (๒๕๔๐-๒๕๔๔) การมุ่งเน้นการแข่งขันเพื่อสร้างความมั่งคั่งในด้านรายได้ สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมไทยในที่ผ่านมาได้ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดีในการพัฒนาเศรษฐกิจ ดังจะเห็นได้จากอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง สัดส่วนคนยากจนลดลงการลงทุนภาครัฐในด้านโครงสร้าง และบริการพื้นฐานทางสังคมอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนไทยมีรายได้ฐานะความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตดีขึ้นมาโดยตลอด การพัฒนาประเทศไทยในระยะที่ผ่านมามุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้คนเป็นเครื่องมือ หรือปัจจัยในการผลิตเพื่อสนองความต้องการการพัฒนาให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยยังไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าความเป็นมนุษย์ และการพัฒนาศักยภาพของคนให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการประกอบอาชีพ และสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แต่ผลของการพัฒนาได้ก่อให้เกิดปัญหาที่สำคัญหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาการกระจายรายได้ ปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนไทย และการพัฒนาประเทศในระยะยาว การพัฒนาศักยภาพของคนที่ยังปรารถนา จะต้องพัฒนาให้ทุกคนได้รับการพัฒนาตามศักยภาพอย่างเต็มที่ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ ปัญญาและทักษะฝีมือ เพื่อให้คนเป็นคนดี มีคุณธรรม มีสุขภาพ พลานามัยที่ดี และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๘, ๒๕๔๐-๒๕๔๔: ๒-๘)

ต่อมาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ได้บัญญัติ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศควบคู่ไปกับ การมีกระบวนการสรรสร้างการพัฒนาแบบบูรณาการแบบองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนมีความอยู่ดีมีสุข ผลการพัฒนาประเทศประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ศักยภาพทางเศรษฐกิจปรับตัวสู่ความมั่นคง ความยากจนลดลงขณะเดียวกัน คุณภาพชีวิตของประชาชนดีขึ้นมาก อันเนื่องมาจากการดำเนินการส่งเสริมสุขภาพ อนามัยและมีหลักประกันสุขภาพที่มีการปรับปรุง ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ โดยครอบคลุมคนส่วนใหญ่ของประเทศ ขณะที่ ยังมีปัญหาคุณภาพด้านการศึกษา ความยากจน และความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและความโปร่งใสในการบริหารจัดการของภาครัฐ ที่ยังต้องให้ความสำคัญ ในการแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

กล่าวคือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (๒๕๕๐-๒๕๕๔) ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบท ทั้งที่ เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศ จึงมีการเตรียมความพร้อมของคนและระบบ ให้สามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และแสวงหาผลประโยชน์อย่างรู้เท่าทัน โลกาภิวัตน์ และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทุกภาคส่วน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยวิสัยทัศน์มุ่งพัฒนาสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบครัวยุบอุ่น ชุมชนเข้มแข็งสังคมสันติสุข เศรษฐกิจมี คุณภาพเสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพ และทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบการบริหารจัดการประเทศที่มีธรรมาภิบาลดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และอยู่ในประชาคมโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี” หลักของการพัฒนาชนบท คือ การยกระดับรายได้ของคนจนในชนบท และการกระจายผลการพัฒนาไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ยังด้อยโอกาสให้ทั่วถึง โดยมุ่งยกระดับความสามารถของคนในชนบท ขยายโอกาสทางการผลิต การจ้างงาน ตลอดจนส่งเสริมและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และในลักษณะการสร้างสมดุล ในการพัฒนาการวางแผนพัฒนาประเทศ และแผนปฏิรูปความคิดและคุณค่าใหม่ของสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และมุ่งให้คนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนารวมทั้ง การใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้คนมีความสุขและมีคุณภาพ ชีวิตที่ดีขึ้นพร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนาแบบแยกส่วน มาเป็นการบูรณาการแบบองค์รวม เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๕-๒๕๕๔: ๑-๕)

การพัฒนาประเทศไทย ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑-๓ (พ.ศ.๒๕๐๔ - ๒๕๓๕) มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ จึงก่อให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้า ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่ก็ประสบปัญหาด้านการกระจายรายได้สู่ประชาชนไม่ทั่วถึง และปัญหาด้านต่าง ๆ ตามมาอีกมากมาย เช่น ปัญหาด้านครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ปัญหาครอบครัวแตกแยก ปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติด ปัญหาอาชญากรรม กระแสบริโภคนิยมเน้นวัตถุนิยม การเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทเข้าสู่เมืองหลวงมากขึ้น รวมทั้งปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จนเป็นเหตุให้สังคมอ่อนแอ ทำให้เห็นว่า การพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวนั้น ไม่เพียงพอ ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพประเทศไทย ตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๘ (พ.ศ.๒๕๔๐ - ๒๕๔๔) เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการพัฒนาประเทศ ที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนของสังคมได้มีส่วนร่วม การพัฒนาที่ผ่าน

มาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๘ - ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๔๐ - ๒๕๕๔) ได้เน้นการพัฒนาการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลยั่งยืน จะต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างทุนของประเทศที่มีอยู่ ทั้งที่เป็นทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความเข้มแข็งและเชื่อมโยงกันเพื่อประโยชน์ในการพัฒนา ทั้งนี้การเสริมสร้างทุนทางสังคมจะเป็นพื้นฐานหลักโดยต้องเริ่มจากการพัฒนาคุณภาพคนให้เป็นผู้ที่มีความรู้คู่คุณธรรม มีจิตสำนึกสาธารณะและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่การพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในชุมชนและระหว่างชุมชน และเป็นพลังของการพัฒนาประเทศแบบองค์รวม โดยยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” และสร้างสมดุลการพัฒนาในทุกมิติเพื่อสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศอย่างรอบด้านขณะเดียวกันแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาคณะผู้สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน โดยสร้างภูมิคุ้มกันให้คนไทยและสังคมไทยให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต ตระหนักถึงคุณค่า วัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย รวมถึงการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งให้มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น สนับสนุนให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมคิด และกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น บนหลักการพึ่งพาตนเองที่คำนึงถึงศักยภาพทรัพยากร ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนรู้ในชุมชนและการถ่ายทอดภูมิปัญญาที่ช่วยพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพ

ประเทศไทย ภายใต้กระบวนการพัฒนามีแนวโน้มที่จะรับวัฒนธรรม ความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของต่างประเทศเข้ามาพัฒนาประเทศมากยิ่งขึ้นตามลำดับ จนอาจกล่าวได้ว่าสังคมไทยในปัจจุบันถูกรอบงำด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทางความคิด และภูมิปัญญาตะวันตก จนตกเป็นทาสของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม วัตถุนิยมและบริโภคนิยมตลอดจนกระแสความทันสมัย ที่มาจากโลกตะวันตกและมีอิทธิพลครอบคลุมทั่วโลก คนไทยและสังคมไทยได้ถูกระแสเหล่านี้ผลักดันให้ปรับเปลี่ยนความคิด คุณค่า และความเชื่อเกี่ยวกับชีวิต จนก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ พร้อมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ของโลกที่ผันแปรไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งล้วนมีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน จึงเป็นเหตุให้ “สังคมมีปัญหา การพัฒนาไม่ยั่งยืน” ในขณะเดียวกันความรู้พื้นบ้านดังเช่นคนไทยสมัยก่อนมีภูมิปัญญาหรือความรู้อันชาญฉลาดในการประดิษฐ์ คิดค้นสร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสงบสุขสืบถึงปัจจุบัน โดยภูมิปัญญาและความรู้พื้นบ้านเหล่านี้ ได้เสริมสร้างคุณลักษณะแก่สังคมไทยให้เกิดความมั่นคงทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองและยังคงรักษาเอกลักษณ์

ที่นำภาคภูมิใจ รวมทั้งวัฒนธรรมอันดีงาม ควบคู่ไปกับการพัฒนาให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization)

ดังนั้น ชุมชน ซึ่งเป็นสังคมขนาดกลางที่เชื่อมโยงสังคมขนาดเล็ก คือ บ้าน โรงเรียน กับสังคมใหญ่ คือ ประเทศชาติ และ โลก ชุมชน มีทั้งบุคคล องค์ความรู้และสถานที่สามารถให้การศึกษา ในการพัฒนาคนให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพชุมชนหรือท้องถิ่นจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ตามสภาพจริงที่เป็นอยู่ในสังคมนั้น ๆ จะมีวิถีชีวิตตามสภาพของแต่ละท้องถิ่น สามารถนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นนั้น ๆ มาใช้ได้อย่างมีคุณค่า เกิดประโยชน์และรู้จักวิธีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ให้คงอยู่กับชุมชน สิ่งที่มีคุณค่าต่อการดำรงวิถีชีวิต ที่แท้จริงนั้นคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่ได้สั่งสมจากประสบการณ์ของคนในชุมชนมาเป็นเวลานาน มีการเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน มีถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่ชนอีกรุ่นหนึ่งด้วยวิธีการที่ง่ายและเหมาะสมตามสภาพของแต่ละท้องถิ่นหากพิจารณาอย่างรอบด้านแล้ว พบว่า ชุมชนในยุคปัจจุบันมีความอ่อนแอ เนื่องจากขาดวัฒนธรรมใน ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทร ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความรักความหวงแหนในชุมชนน้อยลง เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนทุก ๆ ด้าน รวมทั้งสภาพปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย การแก้ไขปัญหาเหล่านั้นทำได้ยากขึ้น ศักยภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้หายไป ชุมชนจึงขาดรากฐานในการพัฒนาตนเอง แต่ในทางตรงข้ามชุมชนที่มีศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง ได้อาศัยวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมความเชื่อและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน มีจิตวิญญาณผูกพันกัน มีความรักใคร่สามัคคีช่วยเหลือแบ่งปันกัน สามารถควบคุมและจัดการปัญหาท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญาของตนเองในด้านต่าง ๆ เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง พร้อมรับผลกระทบจากภายนอกได้ (อุทัย คุลยเกษม และอรศรี งามพิทยาพงศ์, ๒๕๔๐ : ๘ - ๑๐)

จากเหตุผลดังกล่าวจึงสรุปได้ว่าการสร้างโอกาสให้กับผู้ยากจน การเพิ่มรายได้ของผู้ยากจนนั้น นอกจากจะต้องสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงแล้ว รัฐบาลต้องมีนโยบาย ในพื้นที่เป้าหมายด้วย คือ นโยบายพัฒนาชนบท โดยจะต้องเร่งการพัฒนาโครงสร้างการบริการพื้นฐานในชนบทให้มีความสะดวก และลดต้นทุนในการผลิต ส่งเสริมและเผยแพร่เพื่อให้เกษตรกรรายย่อย สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้มากขึ้น การออกเอกสารสิทธิ ทางกฎหมาย เช่น การออกโฉนดที่ดินให้แก่คนยากจน ทำให้ทรัพย์สินที่มีค่ามากขึ้นกว่าเอกสารสิทธิ์ที่ดินชนิดอื่นๆ ทำให้มีการพัฒนาที่ดินและสามารถใช้ที่ดินค้าประกันสินเชื่อได้ สร้างความเชื่อมโยงจากการผลิตในภาคการเกษตรไปสู่ด้านการตลาด ในภาคบริการ และพัฒนาสถาบันการเงินของรัฐในชนบทให้เป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ (สุชาติ ธาดาธำรงเวช, ๒๕๔๕: ๑๑๕-๑๕๕)

ในปี ๒๕๔๔ รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ ให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก จึงกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจโดยมองภาพอย่างเป็นระบบ และมีเป้าหมาย ที่จะรักษาไว้ซึ่งการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพ และเสถียรภาพเน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานราก และสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลกอย่างรู้เท่าทัน ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ด้วยความเชื่อมั่นว่าสังคมไทยยังมีศักยภาพ และสามารถพัฒนาขึ้นมาได้ จึงหาทางที่จะสร้างรายได้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก โดยมีหลักคิดที่ จะทำให้ทรัพย์สินที่มีอยู่เป็นทุน ในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติ ทั้งนี้ ต้องหาทางเปลี่ยนมุมมองของคนในชุมชนให้เห็นว่าสิ่งที่ตนเองมีอยู่นั้น คือ ทรัพย์สินที่มีราคาสามารถเพิ่มรายได้หากรู้จักจัดการกับทรัพย์สินนั้นอย่างชาญฉลาด ซึ่งหมายถึง ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ทักษะฝีมือ ธรรมชาติ ความสงบ วิถีชีวิต พืชผลทางการเกษตร และอื่นๆ สิ่งเหล่านี้ เป็นทุนทางสังคมของชุมชนซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ และบูรณาการกับภูมิปัญญาเดิม แล้วต่อยอดด้วยวิทยาการสมัยใหม่ และองค์ความรู้ใหม่เพื่อให้พื้นฐานทางเศรษฐกิจของไทยแข็งแกร่ง และสามารถดำรงอยู่ได้ในโลกแห่งอนาคตโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นหนึ่งในโครงการที่ สนับสนุนการดำเนินการในแนวทางดังกล่าว (กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๖) นโยบายดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นวาระแห่งชาติที่ต้องการให้ประชาชนในชนบท มีอาชีพ มีรายได้ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการผลิตสินค้าและบริการ จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนวิถีชีวิตอันดีงาม ล้ำลึกของชาวบ้านในชนบท ปัจจุบันนี้ ในหนึ่งตำบลมีความหลากหลายชนิดผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลจากการที่มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องของโครงการทางรัฐบาลจึงได้เปลี่ยนชื่อเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (แต่ยังคงสัญลักษณ์ OTOP เหมือนเดิม) เพื่อให้เหมาะสมและถูกต้องตามความเป็นจริงที่ว่า หนึ่งตำบล ไม่ได้มีผลิตภัณฑ์เพียงชนิดเดียว เป็นผลจากการพัฒนาและต่อยอดจากฐานของผลิตภัณฑ์เดิมและทุนของชุมชน นโยบายของรัฐบาลด้านการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน โดยที่ให้นับว่าปัญหาของประเทศไทย ในภาพรวมประชาชนยากจนมีหนี้สินเพิ่มขึ้น สามารถแก้ไขได้ด้วยการที่ประชาชนรู้จักนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ในชุมชนทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถจัดปัญหาความยากจนโดยลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ สร้างโอกาสให้ประชาชนมีอาชีพที่ ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง กรมการพัฒนาชุมชนได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้เป็นองค์กรประสาน การส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการวิสาหกิจชุมชน สร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจใหม่กับวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย เพื่อก่อให้เกิดรายได้ และสินทรัพย์ของชุมชนและท้องถิ่น (กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๗)

ต่อมาวิสาหกิจชุมชนได้กลายมาเป็นนโยบายของรัฐบาล ในการแก้ปัญหาภาพรวมของประเทศเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชน โดยคนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังเป็นองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน สร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศจากแนวคิดและนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ด้วยกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน รัฐบาลจึงได้เสนอร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่รัฐสภา โดยผ่านความเห็นชอบจากวุฒิสภา เมื่อวันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๔๗ และผ่านความเห็นชอบจากสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๔๘ ซึ่งนำลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ในวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ และมีผลใช้บังคับในวันถัดจากประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือตั้งแต่วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๔๘ เป็นต้นไป โดยมีเจตนารมณ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของพัฒนาเศรษฐกิจอย่างพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกันและการพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และมีอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการ (พงศพัทธ์ เขียวหิรัญ และคณะ, ๒๕๕๐: ๒๐-๒๑)

๒. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ

ชุมชนเกิดจากการรวมตัวของผู้คนทั้งในชนบทและในเมือง ในหมู่บ้านและระหว่างหมู่บ้านอำเภอ จังหวัด ในอาชีพหนึ่งหรือในความสนใจร่วมกันของคนหลายอาชีพจากหลายแห่งหลายพื้นที่การรวมตัวกันดังกล่าวมีทั้งที่เป็นมูลนิธิ เป็นสหกรณ์ สมาคม หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนรวมกันเป็นกลุ่มอาชีพ เป็นชมรม มีกติกาหลักการและกฎเกณฑ์ของการอยู่ร่วมกัน การเสริมสร้างให้ชุมชนมีการรวมตัวอย่างเข้มแข็งมาร่วมคิดร่วมเรียนรู้สู่การปฏิบัติ มีกระบวนการเรียนรู้และการจัดการองค์ความรู้ในรูปแบบที่หลากหลายตาม ภูมิสังคม ที่เหมาะสมสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตบนฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา และวิถีวัฒนธรรมชุมชน ด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง มีคุณธรรม จริยธรรมมีความรักความเอื้ออาทร มีความสามัคคี เสียสละ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองและผู้อื่น จึงเป็นการอัญเชิญปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อมุ่งไปสู่ความสุขที่เกิดจาก ความสมดุล ความพอประมาณอย่างมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันที่ดี สามารถพึ่งตนเองได้ ชุมชนสามารถบริหารจัดการ

ใช้ประโยชน์จากทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่อย่างมีคุณภาพสอดคล้องเชื่อมโยงกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน เพิ่มพูนความสัมพันธ์อันใกล้ชิดทางสังคมระหว่างผู้คนที่ทั้งภายในและภายนอกชุมชน ทั้งนี้ การรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งของคนในชุมชนนอกจากจะสามารถป้องกันและแก้ไขปัญหาที่ยากและสลับซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาความยากจนที่มีความเป็นองค์รวมเกี่ยวพันทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองการปกครอง ซึ่งต้องอาศัยชุมชนที่เข้มแข็งเป็นเสาหลักในการร่วมมือร่วมใจดำเนินการให้หลุดพ้นจากความยากจนตลอดไปแล้ว ยังช่วยให้ชุมชนสามารถพัฒนาอนาคตของชุมชนได้อีกด้วย

วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นสะท้อนถึงความไม่สมดุลของกระบวนการพัฒนาประเทศ ประกอบกับการที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว ขณะที่กระแสโลกาภิวัตน์ได้นำพาาระบบเศรษฐกิจยุคใหม่และการสื่อสารไร้พรมแดนเข้ามา ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ภาวะความเป็นเมืองมากขึ้น และพฤติกรรมกรบริโภคเลียนแบบโลกตะวันตก ล้วนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนทั้งสิ้น ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นภัยคุกคามหากชุมชนขาดความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ขณะเดียวกันอาจเป็นโอกาสในการพัฒนาของชุมชนได้เช่นกัน หากชุมชนสามารถปรับตัวและใช้ประโยชน์จากบริบทการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

เพื่อเสริมสร้างให้สังคมไทยอยู่เย็นเป็นสุข ด้วยวิถีปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนที่เข้มแข็ง จึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน โดยที่ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจะช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมที่เป็นองค์รวม มีกระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ร่วมกันของคนในชุมชนด้วยทุนทางทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน มีการผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองอย่างพอเพียงพึ่งพาตนเองได้ มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกชุมชนบนพื้นฐานการเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม นำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เกิดความสมานฉันท์ มีการอนุรักษ์ พัฒนาและใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมยั่งยืนนำไปสู่สถานะดินค่าน้ำชุ่ม ป่าไม้ พืชพรรณสัตว์ป่าอุดมสมบูรณ์ และสิ่งแวดล้อมน่าอยู่ปลอดภัย อยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างสันติและเกื้อกูลเกิดความสงบสุขร่มเย็น สามารถแก้ปัญหาความยากจนอย่างมีบูรณาการ มีภูมิคุ้มกันสามารถต้านรับและใช้ประโยชน์จากกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อย่างรู้เท่าทัน และมีบทบาทที่เข้มแข็งในการพัฒนาประเทศ

๓. การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๔๔ : ๕๑ - ๕๖) ได้ค้นพบองค์ประกอบชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน คือ มีจิตสำนึกของการพึ่งตนเองรักและเอื้ออาทรต่อกันและ มีความรักท้องถิ่น รักชุมชนและ มีการจัดการบริหารงานกลุ่มที่หลากหลายและเครือข่ายที่ดี

เช่นเดียวกับ อุทัย คุลยเกษม และอรศรีงามวิทยาพงศ์ (๒๕๔๐ : ๕ - ๑๐) ได้กล่าวถึงลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง คือ เป็นชุมชนที่มีความเป็นปึกแผ่นในทางกายภาพหรือรูปธรรม สมาชิกของชุมชนมีศักยภาพ การพึ่งพาอาศัยและร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งด้านอาชีพวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม มีค่านิยม ความเชื่อร่วมกันและมีความผูกพัน ตระหนักว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน เป็นชุมชนที่มีศักยภาพสูงในด้านทุน แรงงานทรัพยากร สามารถควบคุมและจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง โดยอาศัยความร่วมมือภายในชุมชนเป็นหลักอีกทั้งอาศัยกระบวนการเรียนรู้ และภูมิปัญญาของตนเองทั้งในด้านเศรษฐกิจ การบริหารจัดการ การปกครองวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี มีผลทำให้ชุมชนมีความรู้ ความสามารถที่จะพัฒนาตนเองได้

เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ไม่ได้ปฏิเสธการค้าหรือการแลกเปลี่ยน ในตลาด แต่แนวความคิดนี้เห็นว่า หากเกษตรกรเน้นการปลูกพืชเชิงเดี่ยวเพราะจูงมุงหมายจะทำไปขายเพื่อเอาเงินซื้อสินค้ามาบริโภค ในไม่ช้าเกษตรกรก็จะมีหนี้สิน หหมดความเป็นตัวของตัวเองและแม้แต่จะรักษาสถาบันครอบครัวของตัวเองเอาไว้มิให้แตกสลายก็ยาก สาเหตุเพราะราคาปัจจัยการผลิตและสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพของเกษตรกรถูกกำหนดจากกลไกราคาตลาดทั้งหมด และค่อนข้างชัดเจนว่าราคาปัจจัยการผลิตจะเพิ่มขึ้นสูงกว่าราคาผลผลิตของเกษตรกรที่นำออกสู่ตลาด นอกจากนี้ เป็นเพราะว่าเกษตรกรก้าวเข้าสู่ขั้นตอนของการค้า การแลกเปลี่ยนในตลาดโดยที่ ยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในเรื่องปากท้อง ในทางตรงข้าม หากเกษตรกรสามารถผลิตอาหารเอาไว้อุปโภคในครอบครัวอย่างเพียงพอ เกษตรกรจะเป็นฝ่ายกำหนดต่อตลาดว่าจะนำผลผลิตส่วนที่เหลือจากการบริโภคออกขายในตลาด ผลผลิตส่วนเกินทั้งหมดที่ออกสู่ตลาดคือ “กำไร” ของเกษตรกร โดยที่เกษตรกรจะกลายเป็นผู้กำหนดหรือตัวกระทำต่อตลาด

ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่ชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมบทบาทสตรีในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและนำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจนโดย

๑. สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มรูปแบบต่างๆ เช่น สหกรณ์กลุ่มย่อย สหกรณ์กลุ่มย่อย สหกรณ์กลุ่มย่อย ฯลฯ พัฒนาระบบเครือข่ายเพื่อดำเนินกิจกรรมการเกษตรหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่หลากหลายมีการแปรรูปและการผลิตบนฐานทรัพยากรในชุมชนให้เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภคภายในชุมชน และนำส่วนเกินไปแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชน หรือเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ตลาดภายนอกชุมชน โดยมีข้อตกลงและผลประโยชน์ที่ยอมรับร่วมกันอย่างเป็นธรรม

๒. รมรงค์และส่งเสริมภาคการผลิตและบริการในการเคลื่อนย้ายเครื่องจักรหรือกิจกรรมบางส่วนไปสร้างอาชีพและการจ้างงานในท้องถิ่นและพื้นที่ห่างไกล เพื่อลดการเคลื่อนย้ายแรงงานสู่เมืองหลวงและเมืองใหญ่ ทำให้ครอบครัวอบอุ่นอยู่พร้อมหน้าทุกวัย มีการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นและมีแกนนำ/ผู้นำชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนควบคู่ไปด้วย

๓. ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือภาครัฐหรือรัฐวิสาหกิจบนหลักของความโปร่งใส ใช้ฐานทรัพยากรในพื้นที่ อาทิ การสร้างโรงงานไบโอดีเซล เกษตรอินทรีย์ หัตถกรรม บริการสุขภาพและสปา ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และท่องเที่ยว เป็นต้นและเชื่อมโยงการค้าการลงทุนระหว่างเศรษฐกิจชุมชนกับวิสาหกิจขนาดกลางและหรือวิสาหกิจขนาดใหญ่สร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต โดยทบทวนกฎ ระเบียบ และกฎหมายให้เอื้อต่อการร่วมทุน และการให้มีระบบการบริหารจัดการที่ดี

๔. สนับสนุนการนำภูมิปัญญาไทยและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการที่มีโอกาสทางการตลาดสูง เช่น อาหารสุขภาพ หัตถกรรม บริการสุขภาพ บริการการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยรักษาคุณค่าเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างเข้มแข็งเมื่อนำภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นไปต่อยอดขยายผลในเชิงพาณิชย์

๕. พัฒนาระบบการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน ควบคู่กับการสร้างผู้ประกอบการใหม่ด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการการตลาด องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นพัฒนามาตรฐานสินค้า การสร้างตราสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของกลุ่มต่างๆ รวมทั้งคนพิการที่สอดคล้องกับความหลากหลายของอาชีพในชุมชนเพื่อลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ

งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้อง

๑. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

๑.๑ งานวิจัยภายในประเทศ

ธนาภรณ์ แสงทอง (๒๕๕๕ : หน้าบทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต เรื่อง “ผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่าวิวัฒนาการของระบบค้าปลีกในประเทศไทย สามารถแบ่งได้เป็น ๕ ยุคดังนี้ คือ ยุคพ่อค้าสำเเพงคุมตลาดค้าส่ง ยุคซัพพลายเออร์มีอำนาจกำหนดราคา ยุคผู้ค้าปลีกเติบโต ยุคร้านค้าปลีกมีรูปแบบหลากหลายและอำนาจเริ่มเปลี่ยนมาเป็นของผู้ค้าปลีก และยุคสุดท้ายคือยุคการขยายกิจการอย่างรวดเร็วของผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ ผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีผลกระทบต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมในด้านการตลาดมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการตั้งราคาสินค้า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่สถานะแวดล้อมภายนอก เช่นนโยบาย กฎหมาย เทคโนโลยี และสถานะแวดล้อมภายใน เช่น การตลาด การเงิน การจัดการ นโยบายภาครัฐสำหรับการกำกับดูแลและการควบคุมร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ได้แก่ นโยบายการค้าเสรี พระราชบัญญัติค้าปลีกค้าส่ง พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. ๒๕๔๒ พระราชบัญญัติผังเมือง พ.ศ. ๒๕๑๘ พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ และบริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็งจำกัด และการปรับตัวของร้านค้าปลีกดั้งเดิมเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ควรมีการปรับตัวในด้าน การตลาด การเงิน การจัดการภายใน การบริหารงานบุคคล และด้านสารสนเทศจากการสังเคราะห์ผลการวิจัยโดยนำแนวคิดที่ได้จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพนำมาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมนั้น ทำให้ได้กรอบยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกดั้งเดิมจากผลกระทบของการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ S = P – Service – M Synthesis Model

นภภรณ์ อ่อนนาค (๒๕๔๕) ได้ทำการศึกษาวิจัย ร้านค้าปลีกรายย่อยเป็นธุรกิจที่ทำกันเองในครอบครัวได้รับผลกระทบจากการเปิดธุรกิจค้าปลีก รายใหญ่มากเนื่องจากราคาสินค้าในร้านค้าปลีกรายใหญ่ถูกกว่าร้านค้าปลีกรายย่อย (และผู้บริโภคได้เปลี่ยนพฤติกรรมซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมมาเป็นซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้นเพราะตั้งอยู่ใกล้บ้านที่พักอาศัยหรือสถานศึกษา สินค้ามีความหลากหลาย มีการตกแต่งร้านและใช้กลยุทธ์การตลาดที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้น ตัวกำหนดพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค คือ ปัจจัยทางด้านเพศ อาชีพและจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่เหมือนกันจะมีพฤติกรรม

การบริโภคที่เหมือนกันยกเว้นระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นที่ต่างกันในการให้บริการของร้านแบบดั้งเดิม

ดวงพร เสาภายน (๒๕๔๖) ได้ทำการศึกษาวิจัย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในร้านค้าปลีก เช่น สินค้ามีความหลากหลาย มีความทันสมัยตรงความต้องการ มีคุณภาพที่ดี มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีการจัดวางสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่หยิบและหาง่าย มีการทำโปรโมชั่นดึงดูดลูกค้าตลอดเวลา มีการบริการที่ทันสมัยรวดเร็วอันเนื่องมาจากการใช้เทคโนโลยีและพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อยทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่มีบริการร้านอาหารประเภท จานด่วน มีบริการด้านการเงิน คือ มีธนาคารพาณิชย์ให้บุคคลภายนอกเข้าพื้นที่ขายสินค้าและให้บริการสินเชื่อต่าง ๆ ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น (Seven-Eleven) เพิ่มบริการทางการเงิน เช่น ประเภทสินค้ามีเครื่องเบิกรถยนต์อัตโนมัติมีบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส เพย์พอยท์ บัตรสมาร์ตการ์ด อาหารสำเร็จรูป ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ คือ ที่จอดรถไม่พอต่อความต้องการคู่แข่ง ตักราคาสินค้า การปรับปรุงร้านให้ทันสมัย คู่แข่งระดับเดียวกันเพิ่มขึ้น พนักงานเข้าออกบ่อย ส่วนปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก คือ สินค้าในคลังหมดอายุหรือขายไม่หมด และสินค้าขาดตลาดเจ้าของอาคารไม่ยอมต่อสัญญาเช่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกกว้างขวางตั้งอยู่ใกล้ระบบขนส่งมวลชนซึ่งทำให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทต่อชุมชนทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป เช่น กลายเป็นแหล่งพักผ่อนแทนสวนสาธารณะ เป็นแหล่งรวมสินค้าราคาถูกแทนตลาดนัด เป็นแหล่งที่พบปะสังสรรค์ของกลุ่มเพื่อนแทนร้านอาหาร จากการปรับตัวของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดจึงกลายเป็นผลกระทบทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป

บัณฑิต ไชยบูรณ์ (๒๕๔๒ : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงสถานการณ์ธุรกิจค้าปลีกจากการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพทั่วไปสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของธุรกิจค้าปลีกเดิม พบว่า โครงสร้างเดิมของธุรกิจค้าปลีกได้เปลี่ยนแปลงไป เป็นผลมาจากการเข้ามาของกลุ่มค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ ซึ่งมีทุนหนาและมี Knowhow ที่ทำให้สามารถใช้ต้นทุนต่ำในการประกอบธุรกิจทั้งนี้รวมถึงกลยุทธ์ทางการค้าในด้านต่างๆ ที่ทำให้เกิดความปั่นป่วนในธุรกิจนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นหลายๆ ฝ่ายได้พยายามที่จะหาหนทางแก้ไข เพราะไม่ได้สะท้อนไปถึงเพียงผู้ค้าปลีกรายย่อยเท่านั้นภาคการผลิตสินค้าเองก็ได้รับผลกระทบนี้ด้วยเช่นกันความสำคัญและความจำเป็นนี้คือการช่วยเหลือผู้ค้าปลีกรายย่อยๆ ที่เรียกกันว่า ไชว์ห่วย ซึ่งมีอยู่ประมาณ ๓,๐๐๐,๐๐๐ ราย และผู้ผลิตสินค้าเองซึ่งโดนกดดันในหลายๆ ด้าน

จากผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่รวมถึงการมองไปในอนาคตว่าโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปจะไม่ทำให้เกิดการผูกขาดจากผู้ค้า

สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และคณะ (๒๕๕๓ : หน้าบทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย): ปัญหาและทางแก้ไข” ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ขายในร้านไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกดั้งเดิมไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเองให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน รวมถึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องบันทึกเงินสดที่จอครบและอื่นๆ ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเดินเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง

สิ่งที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรปรับปรุง คือ ควรพัฒนาจัดร้านค้าปลีกของตนให้มีความทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการเลือกซื้อ และควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้โดยอิสระเสรี ควรหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของตนให้ได้ว่าคือกลุ่มใด เพื่อจะได้จัดหาสินค้าสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการและพัฒนาร้านค้าปลีกของตนให้โดดเด่นได้ ควรมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการมากขึ้นและควรมีการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้มากกว่านี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกควรทำเพื่อความอยู่รอดในอนาคต คือ สร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ ตลอดจนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

๑.๒ งานวิจัยต่างประเทศ

Fox (1999) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนโยบายการบริหารร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่อยู่ในรูปแบบของ Chain Stores ได้แก่ เรื่องนโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาดและความหลากหลายของสินค้าภายในร้าน ซึ่งนโยบายดังกล่าวจะมีความแตกต่างจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Retailers) โดยงานวิจัยนี้ต้องการสำรวจว่านโยบายต่างๆที่กล่าวมานั้น จะส่งผลต่อรายได้ของร้านค้าปลีกรูปแบบต่างๆนั้นอย่างไร ซึ่งผลของการวิจัยพบว่าความหลากหลายของสินค้าภายในร้านจะมีผลต่อยอดขายและพฤติกรรมกาซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากกว่าการใช้นโยบายด้านราคาและการส่งเสริมทางการตลาด สำหรับการทำโฆษณาเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษทางการตลาดจะส่งผลต่อพฤติกรรมกาซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในขณะที่การลดราคาสินค้าที่ไม่ได้ทำการโฆษณานั้นจะไม่ส่งผลใดๆ เลย นอกจากนี้ระยะเวลาในการเดินทางมาที่ร้านค้าปลีกก็มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อสินค้าเช่นกัน

Bhatnagar (1998) ได้กล่าวถึงการบริหารความหลากหลายของสินค้าภายในร้าน (Assortment Management) ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ต้องสนใจและนำมาใช้ในการจัดการด้านการบริหารผลิตภัณฑ์ เพื่อคัดเลือกสินค้าที่จะนำมาขายภายในร้านให้เหมาะสมกับสถานที่และเวลา โดยทั่วไปผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่ได้สนใจถึงความลึก (Depth) หรือความกว้าง (Breadth) ของสินค้าภายในร้านว่ามีมากมายหลากหลายเพียงใด แต่จะสนใจเพียงว่าภายในร้านนั้นๆ มีสินค้าที่ตนเองต้องการจะซื้อหรือค้นหาอยู่หรือไม่ ดังนั้นร้านค้าปลีกส่วนใหญ่จึงพยายามที่จะจัดหาสินค้ามาขายให้ครบถ้วน ในลักษณะที่คล้ายๆหรือเหมือนกันกับคู่แข่ง แล้วให้ผู้บริโภคเป็นผู้เปรียบเทียบราคาและตัดสินใจเอาเอง

Dunne Lusch และ Gable (1995) ได้กล่าวถึง สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐศาสตร์สังคม (Socioeconomic Environment) ที่มีผลต่อธุรกิจค้าปลีก คือ ประชากรศาสตร์ (Demographic) เศรษฐศาสตร์ (Economic) และการเปลี่ยนแปลงด้านจิตวิทยา (Psychographic Changes) โดยสิ่งแวดล้อมต่างๆ นี้จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการร้านค้าปลีก

Hawkins Best และ Coney (1992) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับหลักการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกว่าประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของร้านค้า การโฆษณา ขนาดและที่ตั้งของร้านค้า โดยพฤติกรรมต่างที่เกิดขึ้นมีผลมาจากทัศนคติ (Attitude) ซึ่งประกอบด้วย ความเข้าใจหรือส่วนของความเชื่อ (Cognitive or Belief Component) ความชอบพอหรือส่วนของความรู้สึก (Affection or Felling Component) และพฤติกรรมหรือส่วนของความรู้สึก (Behavioral or Action-tendency Component)

จากงานวิจัยของ Bhatnagar (1998) และ Fox (1999) จะพบว่ามีส่วนที่คล้ายๆ กัน กล่าวคือ ทั้งสองเรื่องนั้นกล่าวถึงการบริหารความหลากหลายของสินค้าภายในร้าน (Assortment Management) ว่ามีประโยชน์และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเรื่องของราคาสินค้าที่เป็นหน้าที่ของผู้บริโภคที่จะต้องเป็นผู้ตัดสินใจเอง

๑.๓ บทความที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

รศ.ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์ (๒๕๕๓) บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืน” บทความนี้ต้องการแสดงให้เห็นถึงสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทย ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกในไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อนำปัญหาเหล่านี้ไปกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหาของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมตลอดจนอธิบายถึงอนาคตของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมว่า ควรมีการปรับตัวและดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ขายในร้านไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกดั้งเดิมไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเองให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน รวมถึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องบันทึกเงินสดที่จอครดและอื่นๆ ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง

สิ่งที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรปรับปรุง คือควรพัฒนาจัดร้านค้าปลีกของตนให้มีความทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเป็นหมวดหมู่ง่ายต่อการเลือกซื้อ และควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้าได้โดยอิสระเสรี ควรหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของตนให้ได้ว่าเป็นกลุ่มใด เพื่อจะได้จัดหาสินค้าสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการและพัฒนาร้านค้าปลีกของตนให้โดดเด่นได้ ควรมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการมากขึ้นและควรมีการทำการตลาดสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้มากกว่านี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกควรทำเพื่อความอยู่รอดในอนาคต คือสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ ตลอดจนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ข้อเสนอแนะของงานวิจัยต่อการแก้ปัญหาร้านค้าปลีก คือให้รัฐบาลออกกฎหมายที่อยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันและความยุติธรรม โดยคำนึงถึงคนรุ่นหลังและสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่การกำหนดขนาดพื้นที่ระยะห่างจากตัวเมืองของร้านค้าปลีก กำหนดจำนวนประชากรต่อห้างค้าปลีก กำหนดมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกของร้านค้าปลีก กำหนดการแจ้งแผนการขยายร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ล่วงหน้าก่อนมีการขยายสาขา กำหนดวัน-เวลาเปิด-ปิดของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ และกำหนดชั่วโมงการเปิด-ปิดห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ กำหนดมาตรการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นและบังคับใช้ทางกฎหมาย กำหนดการทำประชาพิจารณ์ก่อนจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือลงทุนขยายสาขาเพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจตลอดจนกำหนดแนวทางในการทำธุรกิจค้าปลีกเพื่อไม่ให้ฝ้ายใดละเมิดและเป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจทุกฝ่าย

อนุวัต สงสม (๒๕๕๖ : ๒) บทความวิจัยเรื่อง “แบบจำลองสมการโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า :กรณีศึกษา ลูกค้าของกิจการค้าปลีกประเภทไฮเปอร์มาร์ท ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการ โครงสร้างของกลุ่มตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้ากิจการค้าปลีกประเภทไฮเปอร์มาร์ท ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำนวน

๕๐๐ ราย ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ๖ ตัวแปรแฝงและ ๒๑ ตัวแปรสังเกตได้ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีค่าความเที่ยงของการวัดตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง ๐.๘๕-๐.๙๕ ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงในแบบจำลองการวัด มีค่าอยู่ระหว่าง ๐.๖๖-๐.๘๘ และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้มีค่ามากกว่า ๐.๕๐ ทุกตัวแปร สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองสมการ โครงสร้างด้วยโปรแกรมลิสเรล พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีสัดส่วนของค่าไคสแควร์ต่อองศาความเป็นอิสระเท่ากับ ๑.๕๘ ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ ๐.๙๔ ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ ๐.๙๑ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน เปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ ๐.๙๕ ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ ๐.๐๒๔ ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ ๐.๐๔๔ และดัชนีวัดความพอเพียงของขนาดตัวอย่าง (CN) เท่ากับ ๓๐๗.๑๕ โดยตัวแปรในแบบจำลอง ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังต่อกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ต้นทุนการเปลี่ยนบริการ การรับรู้คุณภาพบริการ ความพึงพอใจลูกค้า และความไว้วางใจของลูกค้า สามารถอธิบายความแปรปรวนของความภักดีของลูกค้าได้ร้อยละ ๗๔ และผลการศึกษาพบว่าความภักดีของลูกค้าได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยด้านต้นทุนการเปลี่ยนบริการมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ ๐.๐๑ ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ ๐.๔๕ ขณะเดียวกันความภักดีของลูกค้ายังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยด้านความคาดหวังต่อกิจกรรม CSR ของกิจการค้าปลีก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ ๐.๐๑ ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ ๐.๖๒

สรวิตร ทิพยมงคลกุล (๒๕๕๕) บทความวิจัยเรื่อง “แรงกดดันในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม” บทความนี้อธิบายถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วของบรรดาผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งตอกย้ำให้เห็นถึงการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จ แต่อีกด้านหนึ่งก็เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการลดลงของความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมซึ่ง ณ ปัจจุบันไม่สามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดของตน และต้องออกจากการแข่งขันไปในที่สุด จากผลการสำรวจและวิจัยผลกระทบจากการเติบโตของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพฯ ของ ศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีก และแฟรนไชส์สากล และศูนย์วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยการสุ่มตัวอย่างจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เปิดดำเนินการมา ๑ ปีขึ้นไปจำนวน ๔๐๐ ร้าน พบว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมากที่สุดร้อยละ ๓๔ รองลงไปเป็นร้านสะดวกซื้อร้อยละ ๒๖ และซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ ๑๔

๒. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของธุรกิจ ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจร้านค้าชุมชน

ศุภมิต โรจนศุภมิต (๒๕๕๒) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบทางเศรษฐกิจของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ต่อร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กในเขตอำเภอเมืองน่าน ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ต่อร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กในเขตอำเภอเมืองน่าน พบว่า ทำให้จำนวนลูกค้า ยอดขาย และกำไรลดลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กมีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และราคามากที่สุด โดยดำเนินการรักษาความสะอาดของสินค้าและร้านค้า จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และติดป้ายแสดงราคาสินค้า

นันทนิต์ ทิพย์มงคล (๒๕๕๒) ศึกษาเรื่อง การจัดเรียงสินค้าในคลัง สินค้าประเภทสินค้าแบ่งบรรจุเพื่อจัดส่งของบริษัท ค้าปลีก ABC และพบว่าการศึกษามุ่งเน้นกระบวนการจัดเรียงสินค้า เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสม โดยใช้การทดลองจัดเรียงด้วยค่าทางสถิติ ๕ ค่า คือ ความนิยม การหมุนเวียนสินค้า ความเคลื่อนไหวของปริมาณ ความหนาแน่นของการหยิบอัตราส่วนของปริมาณของสินค้ากับอัตราการหมุนของสินค้า และ simulate ซึ่งพบว่าสามารถลดเวลาที่ใช้ในการจัดเรียงสินค้า และประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านของค่าแรงพนักงานที่ลดลง

ระพีร์ คำหมู่ (๒๕๔๖) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของร้านค้าปลีกในปัจจุบัน : กรณีศึกษาร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ ๑. ศึกษาการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ๒. ศึกษาการปรับตัวธุรกิจค้าปลีก ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๓๘ - พ.ศ. ๒๕๔๖ และ ๓. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ได้แก่ร้านค้าปลีกย่อยที่อยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน ๔๐ ราย โดยการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาเน้นข้อมูลที่เป็นแบบสอบถามจากการสัมภาษณ์กลุ่มร้านค้าปลีกเป็นหลัก แล้วนำข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ และผลงานวิจัยต่างๆ ตลอดจนข้อมูลจากหอการค้าจังหวัดเชียงรายมาประกอบ โดยนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ ทำการวิเคราะห์ตามหลักตรรกศาสตร์ เทียบเคียงแนวคิดทฤษฎีควบคุมบริบท และอาศัยหลักสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ มาประกอบการวิเคราะห์ผลการศึกษา

นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ (๒๕๕๒) แสดงให้เห็นว่าหลังจากนำแนวทางการพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีการออมเพิ่มขึ้น สามารถฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจมาได้ ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้นและแหล่งความรู้ส่วนใหญ่ได้รับจากสื่อบุคคลจากภายนอกท้องถิ่นซึ่งวิสาหกิจชุมชนจะคัดสรรสิ่งที่เหมาะสมกับตนเองได้ดีกว่าที่คนอื่นมาจัดการให้

พัฒนา สิริโชคิบัณฑิต (๒๕๔๕ : หน้าบทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “การวิจัยและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน: การใช้วิธีการตลาดในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพฯ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ๑. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการโครงการ OTOP และการพัฒนาเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนในเขตกรุงเทพฯ ๒. วิธีการตลาดกับการประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการโครงการ OTOP และรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในเขตกรุงเทพฯ และ ๓. เสนอการใช้วิธีการตลาดสมัยใหม่และกลยุทธ์การตลาดระดับต่างๆ ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมทางการตลาดในโครงการ OTOP และมีการพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนในเขตกรุงเทพฯ การศึกษาใช้กรอบแนวคิดกระบวนการบริหารการตลาดในองค์กรธุรกิจทั่วไปที่เน้นให้ผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ได้มีส่วนร่วมกับกระบวนการวิจัย ผลการวิจัยพบว่าสถานการณ์การดำเนินการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนกรุงเทพฯ มีสินค้า OTOP รวมทั้งสิ้น ๖๑๑ รายการ มีผู้ผลิตประเภท SMEs จำนวน ๔๓๐ ราย และผู้ผลิตประเภทชุมชน จำนวน ๑๘๑ ราย หรือคิดเป็นสัดส่วน ๗:๓ มีสินค้าประเภทของใช้และประดับตกแต่งมากที่สุด ๑๖๖ รายการ หรือ ๒๗.๑๘% รองลงมาสินค้าอาหาร ๑๑๕ รายการ หรือ ๑๘.๕๗% อันดับถัดมาสินค้าศิลปะประดิษฐ์หรือของที่ระลึก ๑๐๕ รายการ หรือ ๑๗.๘๕% อันดับสี่ สินค้าผ้าและเครื่องแต่งกาย ๕๕ รายการ หรือ ๑๖.๒๐% ถัดมา สินค้าสมุนไพรที่มีใช้อาหาร ๕๗ รายการ หรือ ๑๕.๘๗% และสุดท้ายสินค้าเครื่องเค็ม ๒๑ รายการ หรือ ๓.๔๔% ส่วนสินค้า OTOP ที่ได้ระดับ ๕ ดาวมีทั้งสิ้น ๖๑ รายการ หรือคิดเป็น ๘.๕๘% สินค้าระดับ ๔ ดาวมี ๒๐๑ รายการ หรือ ๓๒.๕๐% และสินค้าระดับ ๓ ดาวมี ๓๔๕ รายการ หรือ ๕๖.๑๒% ตามลำดับ

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ (๒๕๔๒ : หน้าบทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างธุรกิจ ขนาดของตลาด อุปสงค์/อุปทาน สถานภาพการแข่งขัน ปัญหาของผู้ประกอบการ ผู้ผลิตในธุรกิจค้าปลีก การรวมกิจการ การขยายกิจการ รวมทั้งพัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในอดีตและปัจจุบัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่และแนวโน้มของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในอนาคตตลอดจนผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กและผู้บริโภคทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมถึงผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าและบริการที่มีต่อผู้ประกอบการค้าปลีกและผู้บริโภคภายในประเทศ การศึกษาค้นคว้านี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตภูมิภาค

จากจังหวัดตัวแทนที่ทำการสำรวจดังนี้ ภาคเหนือ จ.เชียงใหม่ ภาคกลาง จ.นครสวรรค์ ภาคตะวันออก จ.ชลบุรี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จ.ขอนแก่น ภาคใต้ จ.สงขลา และข้อมูลทฤษฎีภูมิซึ่งได้จากเอกสารของหน่วยงานราชการ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่า การแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จะส่งผลกระทบต่อ ผู้ค้าปลีกขนาดเล็กในด้าน ยอดขาย และส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดน้อยลง เนื่องจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าทำให้ยอดขายลดลง จำนวนลูกค้าลดลง กำไรลดลง ตลอดจนร้านค้าปลีกขนาดเล็กจะเสียเปรียบทางด้านคุณภาพ การส่งเสริมการขาย การโฆษณาของสินค้า และความหลากหลายของสินค้า ตลอดจนเทคโนโลยีเครื่องมือที่ทันสมัยกว่า

ผลกระทบต่อผู้บริโภค ได้รับจากการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ ด้านราคา จากผลการสำรวจพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ร้อยละ ๖๑ มีความพอใจ แต่ร้อยละ ๑๗.๗ ไม่มีความพอใจเนื่องจากผู้บริโภคเกรงว่าการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จะก่อให้เกิดความร่วมมือกันในการกำหนดราคาสินค้า ทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าในราคาที่ไม่เป็นธรรม ด้านคุณภาพ จากการสำรวจของผู้บริโภคพบว่าร้อยละ ๕๐ มีความพอใจในคุณภาพ/มาตรฐานสินค้าที่ซื้อ และผู้บริโภคร้อยละ ๓๘.๗ เห็นว่าคุณภาพที่ซื้อในปัจจุบันไม่มีการเปลี่ยนแปลง ด้านความหลากหลายของสินค้า จากการสำรวจของผู้บริโภคพบว่า ร้อยละ ๗๗.๓ มีความพอใจในความหลากหลายของสินค้า และผู้บริโภคร้อยละ ๑๗.๗ คิดว่าไม่มีความเปลี่ยนแปลงในเรื่องความหลากหลายของสินค้า ด้านความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า จากการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ ร้อยละ ๖๕.๓ มีความพอใจต่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า สถานที่กว้าง บริการดี ที่จอดรถสะดวกสบาย แต่ผู้บริโภคร้อยละ ๒๒.๓ คิดว่าไม่มีความเปลี่ยนแปลงในด้านความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า

บุษบง วงศ์หล่อสายชล (๒๕๔๔:หน้าบทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบที่เกิดจากการขยายตัวของดิสเคานท์ส โตร์ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยและผลกระทบที่เกิดจากการขยายตัวของดิสเคานท์ส โตร์ที่มีต่อยอดขาย กำไร และจำนวนลูกค้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร และข้อมูลทฤษฎีภูมิซึ่งได้จากเอกสารของหน่วยงานราชการ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่า การขยายตัวของดิสเคานท์สโตร์จะส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานครทั้งในส่วนของคุณภาพ กำไร และจำนวนลูกค้า รวมทั้งปัจจัยที่เกี่ยวกับด้านคุณภาพ ราคา การส่งเสริมการขาย การโฆษณาของสินค้า ทำเลที่ตั้งของร้านค้า การตกแต่งร้านทั้งภายในและภายนอก สถานที่จอดรถ ขนาดของเงินทุน/ทรัพย์สินที่มีอำนาจการต่อรองจากการซื้อสินค้า ส่วนเทคโนโลยีไม่มีผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ยกเว้นปัจจัยที่เกี่ยวกับความหลากหลายของสินค้า ที่ไม่สามารถระบุได้ว่ามีผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เกิดจากการขยายตัวของดิสเคานท์สโตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ราวดี จันปุม (๒๕๔๕ : หน้านับทศด้อย) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค” ศึกษาเฉพาะกรณี : นักศึกษาภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษารุ่นนี้ เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการจากร้านค้าปลีกของผู้บริโภค และเปรียบเทียบความคิดเห็นในการซื้อสินค้าจากร้านค้าโชว์ห่วยแบบดั้งเดิมกับร้านค้าคอนวีเนียนสโตร์รูปแบบใหม่ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และประมวลผลโดยใช้สถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษา พบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค ประเภทร้านค้าโชว์ห่วย คือ ปัจจัยภายใน พบว่าส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดมีความต้องการและจำเป็นต้องซื้อและซื้อสินค้าเพราะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง รองลงมาคือ ปัจจัยภายนอก ด้านไปใช้บริการเพราะร้านค้าอยู่ใกล้บ้านและที่ทำงาน

ประเภทร้านค้าคอนวีเนียนสโตร์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก คือ ปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่าส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดไปใช้บริการเพราะสินค้ามีความหลากหลายให้เลือก รองลงมาคือ ปัจจัยภายใน ซื้อสินค้าเพราะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง การตัดสินใจใช้บริการการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกของผู้บริโภค พบว่าประมาณครึ่งใช้บริการร้านค้าปลีกทั้ง ๒ ประเภท และส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดเลือกใช้บริการที่การลดราคา โดยมีเหตุผลในการพิจารณาอันดับแรก คือ ความจำเป็น อันดับที่ ๒ เลือกที่ราคาสมเหตุสมผล โดยสรุปแล้วส่วนใหญ่เลือกไปใช้บริการร้านค้าประเภทร้านคอนวีเนียนสโตร์ รองลงมาเลือกใช้บริการทั้ง ๒ ประเภท

การตัดสินใจระหว่างร้านค้าโชว์ห่วยกับร้านค้าคอนวีเนียนสโตร์ ในด้านความทันสมัย สดกว่า/หลากหลายกว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าร้านคอนวีเนียนสโตร์ดีกว่า ในด้านความสะอาดของสินค้า พบว่าส่วนใหญ่เห็นว่าร้านคอนวีเนียนสโตร์ดีกว่า

ผู้ศึกษาได้เสนอแนะผลการศึกษาดังนี้

นภภรณ์ อ่อนนาค (๒๕๔๕ : หน้าบทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การบริโภคและผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อยจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่” โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ๑. เพื่อศึกษาธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในเขตมีนบุรี ๒. เพื่อศึกษาธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อย และ ๓. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของประชาชนทั่วไป โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นในเขตมีนบุรี และเจ้าของร้านค้ารายย่อยในเขตมีนบุรี จำนวน ๖ ร้าน ประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตมีนบุรี โดยหลากหลายกลุ่มอาชีพกัน วิธี การศึกษาใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกต ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ควบคู่กับบริบทและใช้สถิติเชิง พรรณนาประกอบ

รสมาริน ดำรงสันติสุข (๒๕๔๕) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ ขอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของร้านขายของชำ : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัด สุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ๑. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของเจ้าของร้านขายของชำ ๒. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมและปัจจัยส่วน บุคคลที่คาดว่าจะมีผลต่อการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของเจ้าของร้านขาย ของชำ และ ๓. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล กับการ ขอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของเจ้าของร้านขายของชำ ทำการศึกษาโดยวิธี สุ่ม ตัวอย่างแบบบังเอิญ และสัมภาษณ์เจ้าของร้านขายของชำ จำนวน ๑๐๐ คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการ วิเคราะห์การถดถอย ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างเจ้าของร้านขายของชำในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ เป็นเพศชาย ร้อยละ ๕๑ มีอายุระหว่าง ๓๒ – ๔๔ ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ ในการประกอบอาชีพค้าขายโดยเฉลี่ย ๑๒.๗๔ ปี

ระดับการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในระดับจะปฏิบัติจริง

ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ การเปิดรับข่าวสาร ความถี่กับปริมาณการเปิดรับ ข่าวสาร เศรษฐกิจ ธุรกิจ จากสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล และการรับรู้สถานการณ์ร้านค้าปลีก พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ทศนคติต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทศนคติต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในระดับยังตัดสินใจไม่ได้ถึงความรู้สึกต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ส่วนความรู้เกี่ยวกับการค้าปลีกของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ของเจ้าของร้านขายของชำในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเป็นปัจจัยเพียงตัวเดียวที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ของเจ้าของร้านขายของชำ และสามารถทำนายการยอมรับการปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ร้อยละ ๑๒.๖

กนกรัตน์ กิตติวัฒน์ (๒๕๔๓: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การจัดการทุนทางสังคมในชุมชนเมือง: ศึกษากรณีเครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์บางซื่อพัฒนา”

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ทุนทางสังคมของชุมชนเมือง ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ โดยได้ทำการศึกษาผ่านโครงการเพื่อการลงทุนทางสังคม ในด้านการส่งเสริมการจัดสวัสดิการชุมชน เนื่องจากกลุ่มคนจนเมืองเหล่านี้มักเป็นกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและหลุดรอดตาข่ายสวัสดิการภาครัฐเสมอมา โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ ๑. เพื่อศึกษาทุนทางสังคมในมิติของความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชนแออัด การผูกโยงกันด้วยความสัมพันธ์และพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เอื้อต่อการทำกิจกรรมร่วมกัน ๒. เพื่อศึกษากระบวนการทำงานในรูปองค์กรชุมชน และเครือข่ายชุมชนภายใต้กิจกรรมการลงทุนเพื่อสังคมว่านำไปสู่การเพิ่มทุนทางสังคม ๓. เพื่อศึกษาลักษณะของทุนทางสังคมนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน

ในการศึกษาได้ใช้แนวคิด ๓ แนวคิด คือ ๑. แนวคิดเรื่องทุนทางสังคม ๒. แนวคิดเรื่องชุมชนเข้มแข็ง และ ๓. แนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคม โดยเลือกศึกษากรณีเครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์บางซื่อพัฒนา ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มออมทรัพย์ จำนวน ๑๔ กลุ่ม จากนั้นเลือกศึกษาเจาะลึกเพียง ๑ ชุมชน คือ ชุมชนพระรามหก

ผลการศึกษาพบว่า การมีเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม ที่สมาชิกมีความสัมพันธ์เชิงซ้อนต่อกันนั้นนับเป็นต้นทุนทางสังคมที่สำคัญของชาวชุมชนเมือง โดยผ่านการตอบแทน และการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ตลอดทั้งกระบวนการเกี่ยวเนื่องกันและกันด้วยความสัมพันธ์เช่นนี้ ทำให้พวกเขาใช้ชีวิตอยู่รอดได้ในสภาวะฝืดเคือง นอกจากนี้การมีค่านิยมร่วมกันเรื่องการเมืองที่ดีหรือการเป็นผู้นำเชื่อถือนั้น มีส่วนอย่างสำคัญในการเกื้อหนุนกองทุนสวัสดิการในชุมชน สำหรับการศึกษาระบวนการทำงานระดับองค์กรเครือข่าย พบว่า วิธีการดังกล่าวไม่ได้ทำให้เกิดเฉพาะผลด้านบวกในความหมายของการเพิ่มทุนทางสังคม หรือทำให้ชาวบ้านมีความสัมพันธ์ที่แนบแน่นขึ้นเท่านั้น หากแต่เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการทำงานร่วมกัน

อาจเกิดผลด้านลบต่อองค์กรหรือต่อความสัมพันธ์ของสมาชิกได้เช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งกลุ่มพวกพ้อง หรือความหวาดระแวงระหว่างสมาชิก ซึ่งลักษณะดังกล่าวถือเป็นข้อจำกัดในการพัฒนากลุ่มที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากมีผลอย่างสำคัญในการพัฒนาองค์กรชาวบ้านให้เติบโตและเข้มแข็งต่อไป

๒.๒ บทความที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของธุรกิจ ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจร้านค้าชุมชน

โชติ ถาวร และคณะ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง “นโยบายการพัฒนาของรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงในชีวิตของประชาชนในชุมชนอ่าวป่าคลอก จังหวัดภูเก็ต” บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์นโยบายการพัฒนาของรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงในชีวิตของประชาชนในชุมชนอ่าวป่าคลอก เป็นการวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยการสังเกต สัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ได้แก่ ผู้นำชุมชน แกนนำและสมาชิกกลุ่ม และประชาชนในชุมชน อ่าวป่าคลอก ผลการวิจัยพบว่า นโยบายการพัฒนาของรัฐบาลที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงในชีวิตของประชาชนในชุมชนอ่าวป่าคลอก ได้แก่ การสัมปทานป่าชายเลน การทำนาทุ้งกุลาคำ การประมงพาณิชย์ และการส่งเสริมการท่องเที่ยว และนโยบายดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อประชาชนในชุมชนอ่าวป่าคลอกทั้งด้านบวก และด้านลบ กล่าวคือ ด้านบวกทำให้ประชาชนในชุมชนมีอาชีพรายได้ และความเป็นอยู่ในสังคมสมัยใหม่ที่ดีขึ้นและด้านลบ คือ มีหนี้สิน การขายที่ดิน การย้ายที่อยู่อาศัย ปัญหาสังคม และความพลัดภัยในชีวิต

ผศ.ดร.จิรวรรณ ดีประเสริฐ และคณะ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต” บทความนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ต้องการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์ ๒ ประการ ได้แก่ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ในจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร และจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคชาวไทย เก็บแบบสอบถามจำนวน ๑,๖๗๗ คน โดยแบ่งเป็น ๔ จังหวัด ดังนี้ นครราชสีมา มีการเก็บจำนวนหน่วยตัวอย่างจริงจำนวน ๔๒๒ คน จังหวัดภูเก็ต มีการเก็บจำนวนหน่วยตัวอย่างจริงจำนวน ๔๐๑ คน กรุงเทพมหานคร มีการเก็บจำนวนหน่วยตัวอย่างจริงจำนวน ๔๒๕ คน จังหวัดเชียงใหม่

มีการเก็บจำนวนหน่วยตัวอย่างจริงจำนวน ๔๒๕ คน ใช้สถิติเชิงบรรยาย โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ รวมทั้งมีการทดสอบสมมติฐาน โดยหาค่าไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง ๒๑ ถึง ๓๐ ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้านและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท มีสถานภาพ โสด และในครัวเรือนมีมากกว่า ๒ คน ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคชาวไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆ พบว่า อายุระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย อายุ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับการศึกษา สถานภาพ และภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยอื่นๆ

ในที่นี้หมายถึง ประสบการณ์ที่ได้รับขณะซื้อสินค้า สำหรับสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเกี่ยวกับร้านค้าปลีก ความถี่ ช่วงเวลา ค่าใช้จ่าย บุคคลที่ไปซื้อสินค้าด้วย ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ การชำระเงิน การรับข้อมูล และรูปแบบการจัดรายการส่งเสริมการขาย พบว่า อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๒.๓ บทความที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของธุรกิจ ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจร้านค้าชุมชนต่างประเทศ

Edward B. Shils (1997) ทำการศึกษา ในบทความเรื่อง “Measuring the Economic and Sociological Impact of the Mega-Retail Discount Chains on Small Enterprise in Urban, Suburban and Rural Communities” โดยส่งแบบสอบถาม ๖,๐๐๐ กว่าฉบับ ไปยังธุรกิจขนาดเล็กต่างๆ ในรัฐที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งงานวิจัยได้สรุปออกมาว่า แนวคิดของ One-Stop Shopping ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของประชาชนนับตั้งแต่ปี 1990 การถือกำเนิดขึ้นของดิสคานท์ส โตร์ในบริเวณใดบริเวณหนึ่ง นั้นได้กำจัดทั้ง ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกรายย่อยออกไปจากตลาดเป็นอย่างมาก และไม่เพียงแต่เมืองที่มีดิสคานท์ส โตร์เท่านั้น เมืองต่างๆ ที่อยู่โดยรอบรัศมี ๑๐-๑๕ ไมล์ ก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน เพราะผู้คนในเมืองเหล่านั้นยอมที่จะเดินทางไกลขึ้น เพื่อได้สินค้าที่มีราคาถูกและมีคุณภาพมากขึ้น นอกเหนือจากนี้ การเข้ามาของดิสคานท์ส โตร์จะทำให้ลดอัตราการว่างงานลง และยังทำให้ Consumption สูงขึ้นอีกด้วย แต่ก็ทำให้เมืองเล็กๆ มีความ

แออัดมากขึ้น ทั้งในแง่ของการจราจร และจำนวนประชากร และสุดท้าย Edward B. Shil ได้เสนอแนะว่า ธุรกิจขนาดเล็กสามารถดำรงอยู่ได้ แต่ต้องมีการปรับเปลี่ยนระบบการจัดการให้ดีขึ้น รวมถึงเจาะตลาดกลุ่มเล็กๆ และไม่ละเลยถึงข้อดีที่ธุรกิจขนาดเล็กมีมากกว่าคิสเคานท์สโตร์ขนาดใหญ่ ซึ่งก็คือการบริการที่ดี นอกจากนี้ยังได้เสนอแนะอีกว่า ธุรกิจขนาดเล็กควรที่จะใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ อาทิเช่น E-commerce

Tyler, Norn (1998) Department of Geography and Geology Eastern Michigan University เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบต่อธุรกิจขนาดเล็กจากการที่ Wal-Mart หรือ คิสเคานท์สโตร์ขนาดใหญ่ อาทิเช่น, K-mart หรือ Target เข้ามาตั้งสาขาในเมืองชนบท โดยทำการศึกษาในเขตรัฐมิชิแกน และรัฐไอโอวา ซึ่งวิเคราะห์ออกมาว่าคิสเคานท์สโตร์จะลงทุนในเขตที่ราคาที่ดินต่ำและอยู่นอกเมืองซึ่งทำให้ลดข้อจำกัดทั้งทางด้านทุนและกฎหมาย และผลสรุปออกมาว่า ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กในเมืองเล็กๆ ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการที่มี WalMart ซึ่งธุรกิจเหล่านั้นได้ปิดกิจการลงถึงร้อยละ ๔๗ หลังจาก ๑๐ ปีที่เมืองนั้นๆ ได้มีคิสเคานท์สโตร์ขนาดใหญ่เข้ามา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ธุรกิจค้าปลีกที่ขายสินค้าต่างจาก คิสเคานท์สโตร์ขนาดใหญ่ กลับมียอดขายที่สูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก จะมีผู้คนจากเมืองอื่น โดยรอบเข้ามาจับจ่ายซื้อของในเมืองที่มีคิสเคานท์สโตร์ขนาดใหญ่มากขึ้น พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าธุรกิจขนาดย่อมควรที่จะเตรียมพร้อมเสมอเพื่อตอบรับการเปลี่ยนแปลง มีการวางแผน และการจัดการมากขึ้น ควรที่จะเจาะตลาดเฉพาะมากขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มการบริการ

The Indiana University Center for Education and Research in Retailing and KPMG's Retail Industry Practice (1999) ได้ร่วมกันจัดทำงานวิจัยในหัวข้อ "Retail Technology in the Next Century: what's "in store" for consumers" ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับผู้บริโภค โดยเจาะจงไปยังการยอมรับของผู้บริโภคต่อเทคโนโลยี และรวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภค โดยได้ส่งแบบสอบถามทางจดหมายตามการกระจายของประชากรในสหรัฐอเมริกาเป็นจำนวน ๔,๔๐๐ ฉบับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเกิน ๑๘ ปี

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ถึงผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าซึ่งการดำเนินงานในด้านการตลาดทั้งหมดจะเห็นว่าคุณค่าสำคัญอยู่ที่พฤติกรรมผู้บริโภคและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งร้านค้าชุมชนจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวความคิดของผู้บริโภค ศึกษาพฤติกรรมโดยอาศัยพฤติกรรมศาสตร์ เพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งหากได้มีความเข้าใจแล้วก็จะยอมเป็นการสะดวกและสามารถเพิ่มคุณภาพในการดำเนินกลยุทธ์

ตลอดจนการจัดการแผนการตลาดได้ดียิ่งขึ้นเพราะผู้บริหารได้มีกลไกลักษณะพิเศษที่สำคัญที่เป็นส่วนประกอบทางด้านจิตวิทยา สังคมวิทยาปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม บุคลิกภาพส่วนบุคคล เรื่องราวในอดีต และกลไกที่ประกอบอยู่ในตัวเมื่อนักการตลาดจะต้องคำนึงถึงและศึกษาพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภคและขั้นตอนการตัดสินใจซึ่งอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ

สรุป

เนื่องจากการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน มีลักษณะของการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน ที่เป็นการประสมประสาน ปรับประยุกต์ และบูรณาการให้เข้ากันกับระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่น และศาสตร์สากล เพื่อการปรับตัว และการเอาตัวรอดทางเศรษฐกิจของชุมชนชนบท ในรูปแบบของการใช้แนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นเศรษฐกิจระดับจุลภาคที่เป็นเศรษฐกิจที่อยู่ในชุมชนชนบทที่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและผู้ใช้แรงงาน ที่เน้นผลที่ได้ในลักษณะของความสัมพันธ์ทางชุมชนและสังคมในด้านต่างๆ เช่น ด้านจิตใจความรัก ความสามัคคี การช่วยเหลือกันซึ่งกันและกัน ความเชื่อ ทศนคติ เจตคติ วัฒนธรรมและประเพณี ฯลฯ ในปัจจุบันเนื่องจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจทุนนิยม ทั้งสองภาคและสองบริบทที่ไม่ความสมดุลกัน

ร้านจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชน เป็นการดำเนินงานในรูปแบบที่สอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ซึ่งกล่าวได้ว่า ระบบเศรษฐกิจ เพื่อกระทำการกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันในการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ เกิดจากปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ ไม่สามารถสนองความต้องการของมนุษย์ได้ทุกอย่าง โดยสถาบันทางเศรษฐกิจนี้ ทำหน้าที่ ดูแลควบคุมหน่วยต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจเพื่อมิให้มีการขัดแย้งกัน อันทำให้เกิดความมีระเบียบ ตลอดจนหาแนวทางที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรมชุมชน หรือเศรษฐกิจชุมชน ที่เน้นผลที่ได้ในลักษณะของความสัมพันธ์ทางชุมชนและสังคม ในด้านต่างๆ เช่น ด้านจิตใจ ความรัก ความสามัคคี การช่วยเหลือกันซึ่งกันและกัน ความเชื่อ ทศนคติ เจตคติ วัฒนธรรมและประเพณี และการสร้างรายได้ ฯลฯ และแนวคิดร้านค้าชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ในหลายๆ ด้านชุดหนึ่งขององค์กร โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการจัดการร้านค้าชุมชน อันเป็นการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจน และพัฒนาคุณภาพชีวิตในภาพรวมให้กับชุมชนชนบท จากการที่ได้เรียนรู้ตนเอง การสร้างความรู้ในตัวคนในท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น ที่มุ่งแก้ไขปัญหาด้วยการทดลองทำจริง มีการบันทึก และวิเคราะห์อย่างเป็นระเบียบ เป็นเครื่องมือที่ชาวบ้านใช้เป็น และใช้ในชีวิตประจำวันอันจะเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนในที่สุด และก่อให้เกิดการรวมกลุ่มต่างๆ ตามวัตถุประสงค์กันขึ้น เพื่อดำเนินกิจกรรม

เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนด้านเศรษฐกิจ หมายถึงการประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน มิได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชน และความสงบสุขของสังคมด้วย

บทที่ ๔

ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

การวิจัยเรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาโดยการทบทวนเอกสารจากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการออกแบบสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการร้านค้าชุมชนเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของสังคมไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ เพื่อศึกษาการดำเนินงานร้านค้าชุมชน เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาจัดลำดับและเสนอผลการศึกษา ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ตามประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

๑. วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร
๒. วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
๓. สรุปการวิเคราะห์

วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร

การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร สรุปได้ผลจากการศึกษาเอกสาร ดังนี้

๑. วิเคราะห์ประเด็นที่ ๑ : ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

ในการแก้ปัญหาภาพรวมของประเทศ เนื่องจากร้านค้าชุมชน เป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชน โดยคนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้ ร้านค้าชุมชน ยังเป็นองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน สร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศ จากแนวคิดและนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน

ด้วยกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน รัฐบาลจึงได้เสนอร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่รัฐสภา โดยผ่านความเห็นชอบจากวุฒิสภา เมื่อวันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๔๗ และผ่านความเห็นชอบจากสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๔๗ ซึ่งนำลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ในวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ และมีผลใช้บังคับในวันถัดจากประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือตั้งแต่วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๔๘ เป็นต้นไป โดยมีเจตนารมณ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของพัฒนาเศรษฐกิจอย่างพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกันการพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการส่งเสริมร้านค้าชุมชน และมีอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการ (พงศพัทธ์ เขียวหิรัญ และคณะ, ๒๕๕๐: ๒๐-๒๑)

ร้านค้าชุมชนเป็นความต้องการของชาวบ้านที่อยากป้องกันเงินไหลออกนอกชุมชน ซึ่งเมื่อก่อนการซื้อสินค้าจะเข้าไปซื้อในเมืองเงินทุกบาททุกสตางค์ก็เอาไปให้เขาหมดตรงนี้เองเมื่อทุกคนมองเห็นและมีจิตสำนึกตรงนี้ ร้านค้าชุมชนจึงเกิดจากความร่วมมือร่วมใจกันร้านค้าชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านแล้วยังอาจเกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของสถาบันต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชน และฝ่ายวิชาการ ด้วยการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาของชุมชนแต่ทั้งนี้หน่วยงานจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีต่างๆ มาสู่ชุมชนด้วย ธุรกิจชุมชนไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของแต่ละชุมชน สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ นอกจากนี้การผลิตของร้านค้าชุมชนเป็นการผลิตที่มีได้มุ่งหวัง หรือเน้นผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเท่านั้น หากแต่ยังเน้นให้ผลตอบแทนที่ได้รับกระจายไปสู่สมาชิกของชุมชนให้มากที่สุด นอกเหนือจากการใช้ไปเพื่อขยายกิจการในส่วนของการระดมทุนมีส่วนร่วมที่สมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเสนอความคิดเห็นแต่การออกเสียงชี้ขาดเป็นไปตามจำนวนหุ้นของแต่ละบุคคลถือครอง ทั้งนี้ สมาชิกในชุมชนจะต้องเลือกเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ในกรณีที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัทสำหรับหัวใจของการดำเนินการในแนวทางเลือก “ร้านค้าชุมชน” ได้แก่ การพึ่งตนเองให้มากที่สุดทั้งในด้านการผลิต และที่สำคัญคือ ด้านการตลาด (ใจมานัส พลอยดี, ๒๕๔๐ : ๑๘) เป็นการรวบรวมสินค้าของสมาชิกก่อนเป็นอันดับแรก ที่เหลือจึงจะเป็นรายการสินค้าทั่วไปที่ต้องกินต้องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ทั้งนี้พนักงานขายในร้านค้าจะต้องมาจาก ลูก/หลานของสมาชิกเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนร้านค้าชุมชน สามารถแก้ไขปัญหาหาหนี้อะระบบ ในช่วงที่สมาชิกในชุมชน

ไม่มีรายได้ตามฤดูกาลซึ่งระบบร้านค้า สามารถดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิก และเป็นที่พักของทุกคนในชุมชน

สรุปได้ว่า ร้านค้าชุมชน เน้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพึ่งตนเองให้มากที่สุดทั้งในด้านการผลิต และที่สำคัญคือ ด้านการตลาด ที่จะวางรากฐานที่จะพัฒนาสังคมและชุมชนให้เข้มแข็ง มีระบบ มีการจัดการที่ดีในทุกระดับ โดยให้ชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาร้านค้าชุมชน และเน้นให้ความสำคัญในบริบทของความยากจน ความมั่นคงของมนุษย์ทุนทางสังคมและชุมชน การมีส่วนร่วม สวัสดิการสังคมและชุมชน โดยมีแนวคิดพื้นฐานจากการออมทรัพย์ การผลิต ความเชื่อ จิตวิญญาณ ความศรัทธา และมีเงื่อนไขความสำเร็จจากการนำความคิดใน ๓ ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชนและส่วนที่อยู่ในชุมชน นอกจากนั้นการนำทางจิตวิญญาณของผู้ที่มีความคิด อุดมการณ์และวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน จะสามารถที่ทำให้ทุกคนเห็นประโยชน์ร่วมกันเป็นการกำหนดเป้าหมายที่แน่นอน ทุกคนจะต้องไปให้ถึงและมีภารกิจรูปธรรมที่เด่นชัด ปฏิบัติได้เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนด พร้อมกันนี้จะต้องมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อกัน สดุดี จะต้องมีปัจจัยร้อยรัด อารมณ์ร่วม หรือความต้องการร่วมกัน

๒. วิเคราะห์ประเด็นที่ ๒ : ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

หลังเกิดวิกฤติการณ์ทางการเงินปี พ.ศ.๒๕๔๐ ภาวะการค้าปลีกของไทยได้รับผลกระทบมูลค่ายอดขายปลีกของไทย (รวมค้าปลีกทุกชนิดที่จดทะเบียนเป็นผู้เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม) ในช่วงหลังวิกฤติพบว่า ปี พ.ศ.๒๕๔๐ - ๒๕๔๒ เฉลี่ยเดือนละ ๕๕,๐๐๐ ล้านบาท หรือปีละประมาณ ๖๐๘,๐๐๐ ล้านบาท โดยยอดขายปลีกมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. ๒๕๔๑ ลดลงจากปี พ.ศ.๒๕๔๐ ร้อยละ ๓๖.๑ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวลงจากวิกฤติการณ์ทางการเงินในประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๒) จากวิกฤติการณ์ทางการเงินดังกล่าวผู้ประกอบการค้าปลีกไทยประสบปัญหาสภาพคล่องและมีหนี้ต่างประเทศจำนวนมาก เพื่อแก้ไขภาระหนี้สินและปัญหาดังกล่าว ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องหาผู้ร่วมลงทุนกิจการค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภค เพื่อให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุน หรือเข้ามาถือหุ้นในกิจการที่เปิดดำเนินการอยู่แล้วก็ได้ ซึ่งการเข้ามาลงทุนของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ ไฮเปอร์ซูเปอร์มาร์เก็ต จากต่างประเทศ ทั้งจากประเทศฝรั่งเศส อังกฤษ และเนเธอร์แลนด์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจจากธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) มาเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มากขึ้น (สุพิชชา เพ็ชรวัฒนา, ๒๕๔๖: ๒) ในปัจจุบันได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องนโยบายทางสังคม นโยบายการเปิดเสรีทางการค้าและทางการเงิน รัฐบาลไม่ว่าจะมีอุดมการณ์ทางการเมืองทั้งแบบประชาธิปไตย สังคมนิยมหรือแม้กระทั่งรัฐ

สวัสดิการก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งสิ้น ภายใต้กรอบความคิดแห่งการขยายตัวของตรรกะของระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ที่เสนอว่ารัฐนั้นเสื่อมอำนาจหรือไร้ประสิทธิภาพ (Powerless or inefficient) ในการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ เนื่องจากอิทธิขงบริษัทข้ามชาติที่เป็นอิสระในการเคลื่อนย้ายทุนและระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ได้สร้างข้อจำกัดและได้เสนอทางเลือกทางนโยบายทางเศรษฐกิจที่เหนือแทนนโยบายเสรีนิยมสมัยใหม่ (Neo-Liberalism)

ในปัจจุบัน เศรษฐกิจโลกมีความเชื่อมโยงสูง ในขณะที่เดียวกันความเชื่อมโยงดังกล่าวทำให้รัฐและฐานการผลิต (Production and Location) รวมทั้งความแตกต่างด้านกฎระเบียบของสถาบัน (Institutional Framework) ลดน้อยลง ส่งผลให้บริษัทข้ามชาติสามารถที่จะเคลื่อนย้ายฐานการผลิตและการลงทุนได้อย่างเสรี อันจะส่งผลให้รัฐต่างๆต้องเปลี่ยนแปลงมาตรการ กดไกและ โครงสร้างพื้นฐาน เพื่อดึงดูดการลงทุนจากบริษัทเหล่านี้ เพื่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของรัฐนั้นๆ อย่างไรก็ตามในการศึกษาในปัจจุบันพบว่าในความเป็นจริงบทบาทของบริษัทข้ามชาตินั้นจำกัด เพราะเนื่องจาก สัดส่วนของการถือครองหุ้น การตัดสินใจ อำนาจในการบริหาร นโยบายของบริษัท รวมทั้งการว่าจ้าง ทรัพยากรบุคคลและการวิจัยและพัฒนา (R&D) รวมศูนย์และขึ้นอยู่กับบริษัทที่อยู่ในประเทศแม่ (Yao-Su Hu : 1992) มีนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น ธุรกิจค้าปลีกเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตัวสะท้อนถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนในสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมในประเทศอนาคตเมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนมากขึ้น การแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกจะทวีความรุนแรงมากขึ้นอีก เนื่องจากจะมีคู่แข่งรายใหม่จากต่างประเทศ เช่น ห้างวอลมาร์ต (Wal Mart) ห้างเมโทรอย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคจะได้ประโยชน์จากการแข่งขันดังกล่าว คือ ได้ซื้อสินค้าและบริการในราคาต่ำ และมีทางเลือกในการตัดสินใจเพิ่มขึ้น ธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมหรือร้านโชห่วยมีแนวโน้มจะลดลงเป็นลำดับ จากสาเหตุประการแรก คือการถูกแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดโดยธุรกิจดิสเคาท์ส โตร์และร้านสะดวกซื้อ ประการที่สอง คือ การไม่ปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างธุรกิจค้าปลีก ประการที่สาม คือ ทัศนคติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีกที่ปราศจากการควบคุมของภาครัฐ รวมทั้งทิศทางธุรกิจค้าปลีกไทยได้รับผลกระทบจากการปฏิวัติระบบการค้าปลีกโลก ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่นักลงทุนต่างชาตินำเข้ามา เพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกไทยทันสมัย ทันเหตุการณ์เพื่อสานประโยชน์ของทุกฝ่ายทั้งผู้ค้าปลีก ซัพพลายเออร์และโรงงานผู้ผลิต ด้วยระบบการจัดการ อีซีอาร์ (ECR :Efficient Consumer Response) ซึ่งเป็น กระบวนการบริหารจัดการและการทดแทนสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ และระบบศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center : DC) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการขนส่งและทำหน้าที่เสมือนผู้ค้าส่งทำให้โครงสร้างของ ธุรกิจค้าปลีก เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้ลดลงและถูกแทนที่ด้วยร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐทางด้านธุรกิจค้าปลีก และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจและโครงสร้างค้าปลีกตลอดเวลา

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) นับเป็นแนวโน้มที่สำคัญของสังคมทั่วโลก เพราะเป็นระบบการค้าที่มีประสิทธิภาพสูง สะดวกสบาย และมีต้นทุนต่ำเนื่องจากมีการประหยัดจากขนาด ปัจจุบันร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยแต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป ตั้งแต่แนวคิดหลัก เงินลงทุน ที่ตั้ง ลักษณะขนาดโครงสร้างของอาคารรวมไปถึงการตกแต่ง ขนาดพื้นที่ใช้สอยหรือพื้นที่ตั้งวางสินค้า ลูกค้านักช้อปปิ้งเป้าหมายที่แตกต่างกันไป สินค้าที่วางจำหน่าย ปริมาณสินค้า และประเภทสินค้าที่วางจำหน่ายตลอดจนบริการต่าง ๆ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) คือรูปแบบการค้าปลีกที่มีกระบวนการจัดจำหน่าย ที่มุ่งเน้นในการนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลาย มีระบบการจัดการ โดยอาศัยความรู้ความชำนาญและเทคโนโลยีมาช่วยในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันระหว่าง ผู้ผลิต ผู้ค้าปลีกและลูกค้า

ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน สาเหตุหลักเกิดจากการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีผลต่อการปรับปรุงการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน หลัก ๆ ๔ ด้าน คือ

๑. **ผลกระทบต่อผู้บริโภค** ได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าได้ในราคาถูก สินค้ามีหลากหลาย สามารถหาซื้อได้ในสถานที่เดียว ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก และที่ทำงาน

๒. **ผลกระทบต่อร้านค้าดั้งเดิม** จำนวนลูกค้า และยอดขาย ของร้านค้าดั้งเดิมลดลง เนื่องจากผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อร้านค้าสมัยใหม่ แต่ก็โอกาสซื้อ ในร้านค้าดั้งเดิมอยู่บ้างแต่จำนวนไม่มากนัก และร้านค้าแบบดั้งเดิม ปรับเปลี่ยนรูปแบบไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากต้นทุนจำกัด นอกจากนี้เองร้านค้ายังหันไปซื้อสินค้าจากห้างค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ

๓. **ผลกระทบต่อผู้ค้าส่ง** การแข่งขันด้านราคา ในสินค้าบางชนิด เนื่องจากรายการส่งเสริมการขาย การให้เครดิตกับร้านค้าจากที่เคยขายเงินสด ขายสินค้าทางโทรศัพท์จากเดิมลูกค้าโทรมาเอง และ ขายสินค้า คนละตัวกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่

๔. ผลกระทบต่อผู้จัดหาสินค้า อำนาจการต่อรองเปลี่ยนไปอยู่ที่ ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้ต้องเพิ่มการใช้เงินงบประมาณสำหรับ การจ้ดรายการส่งเสริมการขาย พื้นที่ส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นผลให้กำไรจากการดำเนินการน้อยลง

ธุรกิจช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ถึงครั้งแรกของปี พ.ศ. ๒๕๔๐ เฉลี่ยไตรมาสร้อยละ ๑๑.๓ ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกไทย ประสบปัญหาสภาพคล่อง และมีหนี้ต่างประเทศจำนวนมาก ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องหาผู้ร่วมลงทุนกิจการค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภค เพื่อให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Tradition Trade) มาเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มากขึ้น (สุพิชชา เพ็ชรวัฒนา, ๒๕๔๖ : ๒) การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคมีการศึกษาค้นคว้าทำให้ผู้บริโภคมีการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองสนใจจะบริโภคมากขึ้นหรือสินค้าที่ต้องการจะซื้อจะต้องผ่านการกลั่นกรองเป็นอย่างดี การใช้จ่ายจะต้องได้สินค้าที่เหมาะสมกับราคามากที่สุด (กฤษฎา อ่อนสมบูรณ์, ๒๕๕๑)

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน สาเหตุหลักเกิดจากการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในปัจจุบันทำให้มีผู้ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย ปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาเชิงโครงสร้าง เกิดจากการที่โครงสร้างในการประกอบธุรกิจ และกลไกราคาถูกบิดเบือนจากผู้ประกอบการค้าปลีกสมัยใหม่หรือ modern trade เห็นได้จากปัจจุบันร้าน modern trade บิดเบือนกลไกราคาโดยการขายสินค้าในราคาต่ำกว่าทุน (loss leader หรือ dumping) เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เข้ามาในร้านของตน แล้วพิจารณายอดขายสินค้าเป็นอันดับรอง โดยให้ความสำคัญกับปริมาณลูกค้าที่หมุนเวียนภายในห้างฯ ต่อวัน เพื่อนำไปกำหนดราคาค่าเช่าพื้นที่ให้สูงขึ้นตามจำนวนลูกค้า โดยปัจจุบัน modern trade นำพื้นที่ลานจอดรถมาให้เช่าพื้นที่ขายสินค้าอีกต่อหนึ่ง ซึ่งคิดว่าพื้นที่ลานจอดรถดังกล่าวไม่ต้องเสียภาษีโรงเรือน ทั้งยังอาจขัดต่อกฎหมายในเรื่องการกำหนดบริเวณจอดรถของ hypermart ภาครัฐต้องเข้ามาตรวจสอบ สำหรับเรื่องการขายสินค้าในราคาต่ำกว่าทุนนั้นจะเป็นการสร้างความไม่ไว้วางใจและความชิงชังต่อโชห่วยซึ่งไม่สามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากขนาดที่จะได้ราคาที่สามารต่อสู้กับ modern trade ได้สร้างความแตกแยกในสังคม โดยประชาชนไม่คำนึงถึงความจริงแล้วสินค้าที่ modern trade ขายในราคาถูกลงนั้น สามารถซื้อได้ครบครันละไม่กั้ขึ้น และสามารถซื้อได้เฉพาะบางช่วงเวลาเท่านั้น และในบางกรณีได้รับการปฏิเสธจาก modern trade ว่าสินค้าหมดโดยไม่มีการออกไปรับสินค้าให้เหมือนเช่นในต่างประเทศ ถือเป็นพฤติกรรมกรรมที่เข้าข่ายการหลอกลวงผู้บริโภค

๓. วิเคราะห์ประเด็นที่ ๓ : ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมา ได้ให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจมา ๓ ทศวรรษ ส่งผลให้สังคมไทยขาดความสมดุลและนำไปสู่ปัญหาทางสังคมต่างๆ เช่นความไม่เป็นธรรมด้านการกระจายรายได้ปัญหาการเข้าถึงการบริการขั้นพื้นฐาน สำหรับการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๙ ได้นำพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศและยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๘ มุ่งเน้นให้เกิด “การพัฒนาที่ยั่งยืนและการกินดีอยู่ดีมีสุขของคนไทย” โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาแบบองค์รวม มีดุลยภาพ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมรวมทั้งกำหนดทิศทางและรูปแบบสังคมไทยที่พึงประสงค์โดยมุ่งพัฒนาสู่สังคมที่เข้มแข็งและมีดุลยภาพในสามด้าน คือ สังคมคุณภาพ สังคมแห่งปัญญาและการเรียนรู้ สังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน

จากสภาพแวดล้อมและปรัชญาของการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศที่สอดคล้องกับภาวะการณ์ของเศรษฐกิจเสรีในปัจจุบันนี้แล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจค้าปลีกของคนไทยจะต้องมีการปรับตัวให้ทันกับภาวะแวดล้อมสังคมและธุรกิจที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งในส่วนของรัฐจะต้องมีการปรับรูปแบบของการจัดการที่สร้างเงื่อนไขที่เป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันให้กับธุรกิจการค้าปลีกไทยเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ร่วมกับธุรกิจและในระบบการค้าปลีกสมัยใหม่อย่างยั่งยืน และในปัจจุบันนโยบายยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ และขั้นตอนที่ชัดเจนในการเข้าช่วยเหลือ สนับสนุน คุ้มครอง ป้องกัน ร้านค้าปลีกดั้งเดิมของคนไทยให้เกิดการปรับตัวและมีความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมหรือเป็นธรรมกับธุรกิจขนาดใหญ่ การดำรงอยู่ของธุรกิจ หรืออีกนัยหนึ่งธุรกิจร้านค้าปลีกดั้งเดิมเหล่านี้จะสามารถดำเนินธุรกิจของตนต่อไปได้อย่างไรในสภาพที่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับและต้องแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมกว่าในด้าน เงินทุน เทคโนโลยี กลยุทธ์ธุรกิจการค้าการลงทุนและการสนับสนุนจากกลุ่มผู้เชื่อในระบบการค้าเสรีแบบไร้พรมแดน ซึ่งการวางยุทธศาสตร์เพื่อการดำรงอยู่ของการค้าปลีกและบริการในท้องถิ่นจำเป็นต้องมองภาพรวมและความเชื่อมโยงของธุรกิจการค้าปลีกในระบบทั้งหมด รวมทั้งการจำลองภาพของสภาพแวดล้อมในทุกด้านของระบบเศรษฐกิจในอนาคตเพื่อให้สามารถกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมที่พัฒนาและปรับสภาพของธุรกิจการค้าปลีกและบริการในท้องถิ่นให้สามารถดำรงอยู่ร่วมกับผู้อื่นในระบบได้อย่างยั่งยืน

การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ เป็นการพัฒนาที่เน้นความเป็นชุมชน ให้มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้และเคลื่อนไหวภายใต้การให้ความสำคัญกับความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นหรือเมือง ซึ่งนอกจากจะต้องให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ กิจกรรมด้านการเมือง การปกครองโดยเฉพาะรากฐานที่ดีที่สุด คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของเมืองหรือชุมชนท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่หรือที่ตนกำเนิด ชุมชนในสังคมไทย ท่ามกลางสถานะการเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อมและการสาธารณสุข ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อชุมชน และที่ผ่านมา กระแสการสนับสนุนเรื่องความเป็นชุมชน หรือองค์กรชุมชนได้กลายมาเป็นกระแสหนึ่งที่ไหลขนานไปกับกระแสโลกาภิวัตน์ สามารถจำแนกศึกษาถึงการสร้าง ความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ดังนี้

๑. การสร้าง ความเข้มแข็งของชุมชน

การพัฒนาชนบทได้เริ่มมีบทบาทสำคัญเป็นครั้งแรกตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงปฏิบัติการบริหารราชการแผ่นดิน และการปกครองแบบอารยประเทศ ทำให้ทางราชการให้ความสนใจการพัฒนาในเขตชนบทมากขึ้นในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของราชอาณาจักร ในปี พ.ศ. ๒๔๘๕ กระทรวงมหาดไทยได้กำหนดแผนการบูรณะชนบทขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ๒ ประการ คือ สร้างสรรค์ชีวิตจิตใจของประชาชนในชนบทให้เหมาะสมที่จะเป็นพลเมืองดี และส่งเสริมให้ประชาชนมีการครองชีพที่ดีขึ้น (อภิชัย พันธเสน, ๒๕๔๑: ๑๗๒)

ในช่วงเวลา ๒๐ ปี ที่ผ่านมามีการเร่งรัดพัฒนาประเทศนั้น ทั้งหมดนี้เป็นพลังอันสำคัญที่ช่วยผลักดันระดับฐานะทางเศรษฐกิจไทย ให้พ้นจากประเทศที่มีรายได้ต่ำเข้ามาอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีรายได้ปานกลาง อย่างไรก็ตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้สร้างสมปัญหา และบั่นทอนเสถียรภาพทางการเงินของประเทศ ทั้งได้ยังสร้างความเสื่อมโทรมให้แก่ฐานทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ผลการพัฒนาและความเจริญทางเศรษฐกิจที่ผ่านมามีเกิดขึ้นเฉพาะบางบริเวณ หรือในพื้นที่ บางส่วนของประเทศเท่านั้น กล่าวคือ การพัฒนานั้น มิได้กระจายไปอย่างทั่วถึง ยังมีพื้นที่ และประชาชนในชนบทอีกจำนวนมาก ที่ ยังไม่ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาที่ ผ่านมา และยังคงมีความล้าหลังและมีฐานะยากจนอยู่อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ ประมาณว่ายังมีประชากรในชนบทอีกกว่า ๑๐ ล้านคนที่อยู่ในข่ายยากจนและมีสภาพที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ จากการศึกษาในหลายๆ ทางพบว่ายังมีชาวชนบทถึงหนึ่งในสี่ของประชากรทั้งประเทศ อยู่ในฐานะที่ ยากจน โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือตอนบนของประเทศ การแก้ไขปัญหาความยากจนในชนบทหนาแน่น และล้าหลัง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๕ (๒๕๒๕-๒๕๒๙) ได้กำหนดจุดประสงค์การ

พัฒนาชนบทเป็นเป้าหมายหลักสำคัญประการหนึ่ง เพื่อมุ่งพัฒนาชนบทในพื้นที่ ที่ยังไม่ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาที่ แล้วมาให้สามารถช่วยตัวเองได้ในอนาคต และให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการแก้ปัญหาที่พวกเขาเผชิญอยู่ให้มากที่สุด แผนงานและโครงการพัฒนาชนบทยากจน ได้มุ่งหลักประกัน ๓ ประการที่จะนำไปสู่เป้าหมาย “พออยู่พอกิน” คือ ให้หลักประกันที่ จะให้ชาวชนบทล้าหลังมีระบบการศึกษา และความรู้เกี่ยวกับการทำมาหากิน และหลักประกันที่จะทำ ให้ชาวชนบทมีสุขภาพอนามัยที่ สมบูรณ์ และได้รับสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ตามสมควรอย่างเหมาะสมในแต่ละท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๕, ๒๕๒๕-๒๕๒๖: ๑-๑๐)

ประเทศไทย ภายใต้กระบวนการพัฒนามีแนวโน้มที่จะรับวัฒนธรรม ความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของต่างประเทศเข้ามาพัฒนาประเทศมากยิ่งขึ้น ตามลำดับ จนอาจกล่าวได้ว่าสังคมไทยในปัจจุบันถูกรอบงำด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทางความคิดและภูมิปัญญาตะวันตก จนตกเป็นทาสของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม วัตถุนิยมและ บริโภคนิยม ตลอดจนกระแสความทันสมัย ที่มาจากโลกตะวันตกและมีอิทธิพลครอบคลุมทั่วโลก คนไทยและสังคมไทยได้ถูกกระแสเหล่านี้ผลักดันให้ปรับเปลี่ยนความคิด คุณค่า และความเชื่อ เกี่ยวกับชีวิต จนก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ พร้อมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ของโลกที่ผันแปรไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งล้วนมีผลกระทบต่อการพัฒนา ประเทศในทุก ๆ ด้าน จึงเป็นเหตุให้ “สังคมมีปัญหา การพัฒนาไม่ยั่งยืน” ในขณะที่เดียวกันความรู้ พื้นบ้าน ดังเช่นคนไทยสมัยก่อนมีภูมิปัญญาหรือความรู้อันชาญฉลาดในการประดิษฐ์ คิดค้น สร้างสรรค์ เพื่อใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น สามารถดำรงอยู่ได้ อย่างสงบสุขสืบถึงปัจจุบัน โดยภูมิปัญญาและความรู้พื้นบ้านเหล่านี้ ได้เสริมสร้างคุณลักษณะ แก่สังคมไทย ให้เกิดความมั่นคงทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองและยังคง รักษาเอกลักษณ์ที่น่าภาคภูมิใจ รวมทั้งวัฒนธรรมอันดีงาม ควบคู่ไปกับการพัฒนาให้เท่าทันการ เปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization)

ดังนั้น ชุมชน ซึ่งเป็นสังคมขนาดกลางที่เชื่อมโยงสังคมขนาดเล็ก คือ บ้าน โรงเรียน กับสังคมใหญ่ คือ ประเทศชาติ และโลก ชุมชน มีทั้งบุคคล องค์ความรู้และสถานที่ สามารถให้การศึกษา ในการพัฒนาคนให้เป็นผู้ที่มีคุณภาพชุมชนหรือท้องถิ่นจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ตามสภาพจริงที่เป็นอยู่ในสังคมนั้น ๆ จะมีวิถีชีวิตตามสภาพของแต่ละท้องถิ่น สามารถนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นนั้น ๆ มาใช้ได้อย่างมีคุณค่า เกิดประโยชน์และรู้จักวิธีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ให้คงอยู่กับชุมชน สิ่งที่มีคุณค่าต่อการดำรงวิถีชีวิต ที่แท้จริงนั่นคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่ได้สั่งสมจาก

ประสบการณ์ของคนในชุมชนมาเป็นเวลานาน มีการเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน มีถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่งด้วยวิธีการที่ง่ายและเหมาะสมตามสภาพของแต่ละท้องถิ่นหากพิจารณาอย่างรอบด้านแล้ว พบว่า ชุมชนในยุคปัจจุบันมีความอ่อนแอ เนื่องจากขาดวัฒนธรรมใน ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทร ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความรักความหวงแหนในชุมชนน้อยลง เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนทุก ๆ ด้าน รวมทั้งสภาพปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย การแก้ไข ปัญหาเหล่านั้นทำได้ยากขึ้น ศักยภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้หายไป ชุมชนจึงขาดรากฐานในการ พัฒนาดตนเอง แต่ในทางตรงข้ามชุมชนที่มีศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง ได้อาศัยวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรมความเชื่อและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน มีจิตวิญญาณผูกพันกัน มีความรักใคร่สามัคคีช่วยเหลือแบ่งปันกัน สามารถควบคุมและจัดการปัญหาท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญา ของตนเองในด้านต่าง ๆ เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง พร้อมรับผลกระทบจากภายนอกได้ (อุทัย คุลยเกษม และอรศรี งามพิทยาพงศ์, ๒๕๔๐ : ๘ - ๑๐)

๒. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคง ของประเทศ

เพื่อเสริมสร้างให้สังคมไทยอยู่เย็นเป็นสุข ด้วยวิถีปฏิบัติตามปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนที่เข้มแข็ง จึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน โดยที่ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจะช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมที่ เป็นองค์รวม มีกระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ร่วมกันของคนในชุมชนด้วยทุนทาง ทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน มีการผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองอย่างพอเพียง พึ่งพาตนเองได้ มีการ พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกชุมชนบนพื้นฐานการเคารพความหลากหลายทาง วัฒนธรรม นำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เกิดความสามัคคี มีการอนุรักษ์ พัฒนาและใช้ ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมยั่งยืนนำไปสู่สถานะดินค้ำน้ำชุ่ม ป่าไม้ พืชพรรณ สัตว์ป่าอุดมสมบูรณ์ และสิ่งแวดล้อมน่าอยู่ปลอดภัยอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างสันติและเกื้อกูลเกิดความสงบสุขร่มเย็น สามารถแก้ปัญหาความยากจน อย่างมีบูรณาการ มีภูมิคุ้มกันสามารถต้านรับและใช้ประโยชน์จากกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรู้เท่าทัน และมีบทบาทที่เข้มแข็งในการพัฒนาประเทศ

๓. การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๔๔ : ๕๑ - ๕๖) ได้ค้นพบองค์ประกอบชุมชนเข้มแข็ง ภายใต้การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน คือ มีจิตสำนึกของการพึ่งตนเองรักและเอื้ออาทรต่อกันและ มีความรักท้องถิ่น รักชุมชนและ มีการ จัดการบริหารงานกลุ่มที่หลากหลายและเครือข่ายที่ดี

เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ไม่ได้ปฏิเสธการค้าหรือการแลกเปลี่ยนในตลาดแต่แนวความคิดนี้เห็นว่า หากเกษตรกรเน้นการปลูกพืชเชิงเดี่ยวเพราะจูงมุ้งหมายจะทำไปขายเพื่อเอาเงินซื้อสินค้ามาบริโภค ในไม่ช้าเกษตรกรก็จะมีหนี้สิน หมดความเป็นตัวของตัวเองและแม้แต่จะรักษาสถาบันครอบครัวของตัวเองเอาไว้มิให้แตกสลายก็ยาก สาเหตุเพราะราคาปัจจัยการผลิตและสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพของเกษตรกรถูกกำหนดจากกลไกราคาตลาดทั้งหมดและค่อนข้างชัดเจนว่าราคาปัจจัยการผลิตจะเพิ่มขึ้นสูงกว่าราคาผลผลิตของเกษตรกรที่นำออกสู่ตลาด นอกจากนี้ เป็นเพราะว่าเกษตรกรก้าวเข้าสู่ขั้นตอนของการค้า การแลกเปลี่ยนในตลาดโดยที่ยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในเรื่องปากท้อง ในทางตรงข้าม หากเกษตรกรสามารถผลิตอาหารเอาไว้อุปโภคในครอบครัวอย่างเพียงพอ เกษตรกรจะเป็นฝ่ายกำหนดต่อตลาดว่าจะนำผลผลิตส่วนที่เหลือจากการบริโภคออกขายในตลาด ผลผลิตส่วนเกินทั้งหมดที่ออกสู่ตลาดคือ “กำไร” ของเกษตรกร โดยที่เกษตรกรจะกลายเป็นผู้กำหนดหรือตัวกระทำต่อตลาด

แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน เป็นการแก้ปัญหาโดยเน้นเรื่องการพัฒนาความรู้และการฝึกอาชีพ การพัฒนาศักยภาพความคิดและจิตใจ โดยการพัฒนาให้มีอารยธรรม ซึ่งมุ่งให้คนมีสวัสดิการชุมชนขั้นต่ำคือการจัดสวัสดิการสังคมที่ครอบคลุมถึงการสงเคราะห์สังคม การประกันสังคมและบริการสังคมโดยภาครัฐ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การพัฒนาเอกชนและภาคชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการบริการสวัสดิการสังคม โดยการกำหนดยุทธศาสตร์สวัสดิการสังคม การจัดทำนโยบายสวัสดิการสังคม รวมทั้งการมองสวัสดิการสังคมเชิงนโยบายทางสังคมอย่างเป็นองค์รวมโดยใช้คนเป็นศูนย์กลางจึงสามารถป้องกันปัญหาและพัฒนาได้ (อภิญา เวชชัย, ๒๕๔๖ : ๔๗)

สรุปได้ว่า แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน ทั้งเกษตรกร ภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน เหตุเพราะความต้องการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนประชากร รวมทั้งการผลิตภาคเกษตรเข้มข้นทั้งการพึ่งพิงปัจจัยจากภายนอกและในพื้นที่ เพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากและเพียงพอกับความต้องการ การเกษตรลักษณะดังกล่าวกระจายทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ส่งผลให้ความยั่งยืนของฐานทรัพยากรธรรมชาติถูกละเลย แล้วปรากฏผลกระทบด้านลบทั้งต่อเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่ชุมชนยอมรับว่าการใช้ที่ดินและระบบผลิตปัจจุบัน เป็นปัจจัยเร่งผลกระทบดังกล่าวให้กว้าง ลึกและไกลถึงอนาคตลูกหลาน ความมั่นคงทางเศรษฐกิจภาคเกษตรระดับ

ครัวเรือนและระดับชุมชน เพื่อรับรู้สถานการณ์ด้านความยั่งยืนของฐานทรัพยากรการผลิต ความยั่งยืนของระบบผลิต และความมั่นคงของเศรษฐกิจครัวเรือนที่แท้จริง

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์และการประมวลผลความคิดจากการสัมภาษณ์ ได้แก่ ประชาชน กรรมการสมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน ๒๐ คน สรุปได้ผลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

๑. วิเคราะห์ประเด็นที่ ๑ : ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

จากการสัมภาษณ์ ได้แก่ ประชาชน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน จำนวน ๒๐ คน สรุปได้มีรายละเอียดดังนี้

๑.๑ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย จากการสัมภาษณ์ ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน จำนวน ๓ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่ายจะมีคณะกรรมการบริหารจัดการประจำกลุ่มที่สามารถนำวิถีเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ได้ตามหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับชุมชน (นายชนะ สุขพรหม, อดีตกำนันและนายก อบต.หนองสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๗.)

ตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๔๖ – ๒๕๔๘ ตำบลหนองสาหร่าย ได้มีการก่อเกิดกลุ่มกิจกรรมกว่า ๕๑ กิจกรรม จัดแบ่งได้ ๕ กลุ่มองค์กร ได้แก่ องค์กรการเงิน เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน ธนาคารชุมชน กลุ่มสวัสดิการ องค์กรด้านสุขภาพ (อสม.) เช่น กลุ่มกิจกรรม to be number one กลุ่มออกกำลังกาย ชมรมสุขภาพ องค์กรกลุ่มอาชีพ ๑๑ อาชีพ เช่น กลุ่มปลูกข้าว กลุ่มปลูกอ้อย กลุ่มปลูกข้าวโพด กลุ่มเลี้ยงวัว กลุ่มค้าขาย เป็นต้น องค์กรด้านพัฒนาคนและสิ่งแวดล้อม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มการศึกษา สาหร่าย (นายศิโรจน์ จิตนิคม, สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย หมู่ที่ ๔. สัมภาษณ์. ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.)

แผนภาพที่ ๔-๑ หนองสาหร่ายเป็นชุมชนต้นแบบในการพึ่งตัวเอง



แผนภาพที่ ๔-๒ สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย



แผนภาพที่ ๔-๓ หนองสาหร่ายเป็นชุมชนต้นแบบในการพึ่งตัวเอง



แผนภาพที่ ๔-๔ สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย



แผนภาพที่ ๔-๕ สถาบันการเงินหนองสาหร่าย



ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย ชาวบ้านเข้าร่วม โดยการถือหุ้น ที่จำกัดอยู่ที่จำนวน ๑๑ หุ้นต่อคน ในราคาหุ้นละ ๑,๐๐๐ บาท ชาวบ้านยอมรับ กระบวนการของสถาบันการเงินแห่งนี้ เพราะกลไก กฎระเบียบต่างๆ นั้น “เรากำหนด ไม่ใช่สถาบัน กำหนด” กระบวนการต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมีส่วนร่วม ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนด กฎเกณฑ์ต่างๆ นับแต่การยกสร้างสถาบัน ทิศทาง การดำเนินงาน ดังนั้นทุกคนจึงรู้สึกร่วมกันในการ เป็นเจ้าของสถาบันการเงินตำบลหนองสาหร่าย ทั้งนี้ กฎเกณฑ์ต่างๆ นี้มีผลต่อการกู้ยืมเงินของ ชาวบ้าน หากใครทำความดี เป็นคนดีได้ ๑๕ เรื่อง สามารถกู้ยืมเงินได้โดยไม่ต้องค้ำประกัน และ เสียดอกเบี้ยจำนวน ๑๐,๐๐๐ บาท เป็นคนดีได้ ๑๘ เรื่อง สามารถกู้ยืมเงินได้โดยไม่ต้องค้ำประกัน และเสียดอกเบี้ยจำนวน ๑๕,๐๐๐ บาท และหากทำความดีได้ครบ ๒๒ เรื่อง สามารถกู้ยืมเงินได้ โดยไม่ต้องค้ำประกัน และเสียดอกเบี้ยจำนวน ๒๐,๐๐๐ บาท รวมทั้ง อาจได้รับบ้านจาก อบต. ที่สนับสนุนงบประมาณในการสร้างบ้านปีละ ๓ หลัง ค่าใช้จ่ายประมาณหลังละ ๗๐,๐๐๐ – ๘๐,๐๐๐ บาท โดยที่สถาบันการเงินก็จะคอยตรวจตรา และประเมินด้วยว่าคนใดมีความประพฤติดีตรงตาม กฎเกณฑ์ ตัวชี้วัด (นายชนะ สุขพรหม, อดีตกำนันและนายก อบต.หนองสาหร่าย, สัมภาษณ์. ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๗.)

ทั้งนี้ ในแต่ละวัน ชาวบ้านจะออมเงินกันคนละ ๒ บาทต่อวัน แบ่งเป็น เงินออมทรัพย์ และเงินสวัสดิการ ชาวบ้านทั้งตำบลจำนวนกว่า ๓,๖๒๒ คน ดังนั้นเงินออมต่อวันมี จำนวนกว่า ๗,๒๔๔ บาท คิดเงินออมเป็นเดือนเดือนละ ๒๑๗,๓๒๐ บาท ที่สามารถนำมาฝากเองที่ สถาบันการเงิน ซึ่งตั้งอยู่ที่บ้านหนองขุย หมู่ ๔ ตำบลหนองสาหร่าย หรือนำเงินมาออมในช่วงการ ประชุมของชุมชน ที่มีการทำปฏิทินชุมชน ระบุวัน เวลา และสถานที่การประชุมของชุมชน ตามหมู่บ้านต่างๆ

จากจำนวนเงินออมนี้ ชาวบ้านจะมีสมุดเงินฝาก ๓ เล่ม ประกอบด้วย สมุดเงินฝาก สมุดการถือหุ้น และสมุดประจำตัวสมาชิกกองทุนสวัสดิการชุมชน ซึ่งสมุดเงิน ดังกล่าวจะเป็นเครื่องสะท้อนถึงความสัมพันธ์ ประโยชน์ของสมาชิกที่ได้รับจากสถาบันการเงิน ของชุมชน การได้รับเงินปันผลจากจำนวนการถือหุ้น และการได้รับสวัสดิการต่างๆ จากกองทุน สวัสดิการ ซึ่งสมาชิกออมรายปี ละ ๔๐๐ บาท ซึ่งเป็นเงินสะสมสำหรับชุมชน

กองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลหนองสาหร่าย เป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้น เพื่อสาธารณะประโยชน์สำหรับชุมชน โดยสถาบันจะปันเงิน ๓๐% จากรายได้เข้ากองทุนสวัสดิการ ชุมชน ที่ผ่านมาได้ใช้กองทุนดังกล่าวเป็นเงินสวัสดิการผู้สูงอายุแล้วกว่า ๒๐ ราย เดือนละ ๑๐๐ บาท รวมทั้ง สวัสดิการผู้พิการ และทุนการศึกษาแก่ลูกหลานในชุมชนอีกด้วย กระบวนการต่างๆ ที่เกิดขึ้น สำหรับสถาบันการเงินตำบลหนองสาหร่ายอาจเพิ่งจะเริ่มต้น วันนี้ ผลสัมฤทธิ์ของ

กระบวนการอาจยังไม่ชัดเจน ยังไม่มีคนดีที่เข้ามากู้ยืมเงินตามกฎกติกาที่ไม่ต้องค้ำประกัน เพราะกว่า ๖๐ รายที่มากู้ยืมยังต้องค้ำประกันอยู่ แต่พบว่า สถาบันได้ใช้กระบวนการชุมชนในการปล่อยกู้ ชาวบ้านจะรู้ว่าใครเป็นคนดี หรือไม่ดี และจะรู้ว่าควรจะค้ำให้ใคร หรือไม่ค้ำให้ใคร คนจะกู้ได้ จึงต้องเป็นคนดีพอที่จะมีคนมาค้ำให้ได้

ในวันนี้สถาบันการเงินตำบลหนองสาหร่าย ยังไม่สามารถสร้างคนดีได้ดังที่ตั้งใจ แต่กลับพบว่า กระบวนการหว่านเพาะคุณธรรม ความดีนี้กำลังปฏิบัติการอย่างเข้มข้น กำลังปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้คนในชุมชนทีละเล็กทีละน้อย กระบวนการของสถาบันการเงินก็ไม่ได้แยกขาดจากกระบวนการทำงานกิจกรรมอื่นๆ ของชุมชน การออมจากรายจ่ายมาพร้อมกับสร้างรายได้จากอาชีพ ในชุมชนเป็นสมาชิกกลุ่มกิจกรรมหลายต่อหลายกลุ่ม ในแต่ละกลุ่มก็จะมี การออมของกลุ่มอีก เช่น กลุ่มปลูกอ้อย ออมเดือนละ ๑๐ บาท กลุ่มเลี้ยงวัว ออมเดือนละ ๑๐ บาท กลุ่มปลูกข้าว เดือนละ ๒๐ บาท กระบวนการดังกล่าวจะลดรายจ่าย ลดการเป็นหนี้ และทำให้ชาวบ้านอยู่ได้อย่างพอเพียง (นางสาวบุบผา วัลลา, ผู้ช่วยเลขานุการสถาบันการเงินหนองสาหร่าย, สัมภาษณ์. ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.)

ความเข้มแข็งของชุมชนในตำบลหนองสาหร่ายได้ถูกกล่าวถึงและนำมาถ่ายทอดเป็นบทเรียนอันทรงคุณค่าต่อกระบวนการพัฒนาและการฟื้นฟูชุมชนท้องถิ่น ให้ชุมชนต่างๆ ได้เรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจให้กับเพื่อนๆ ที่เข้ามาศึกษาดูงานอย่างกว้างขวางและบ่อยครั้ง อันเนื่องมาจากเป็นตำบลที่มีรูปธรรมความสำเร็จและความล้มเหลวของกระบวนการพัฒนาชุมชนคนตำบลหนองสาหร่าย (นายศิวโรจน์ จิตนิยม, สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย หมู่ที่ ๔, สัมภาษณ์. ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.)

การเกิดขึ้นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย (อบต.) กลายเป็นกลไกหนุนเสริมที่สำคัญยิ่งของชุมชน โดย อบต.ชุดแรกที่เข้ามาบริหารจัดการชุมชน ได้วางรากฐานการทำงานพัฒนาชุมชนอย่างมีส่วนร่วม เป็นหน่วยสนับสนุนงานพัฒนาชุมชนทั้งในด้านกำลังคน กำลังคิด และกำลังทุนเส้นทางการพัฒนาชุมชนหนองสาหร่ายที่ได้สั่งสมมาตลอดหลายปี จึงปรากฏรูปธรรมชัดเจนขึ้น มีการประสานความร่วมมือ ทำงานเชื่อมโยง จากวงประชุมแกนนำ ตัวแทนกลุ่ม พัฒนาจนเกิดสภาผู้นำโดยมีตัวแทนจากกลุ่มต่างๆ เช่น ตัวแทนกลุ่มเด็กเยาวชน ตัวแทนผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ตัวแทนกลุ่มสตรี ตัวแทนกองทุนหมู่บ้าน ตัวแทนกลุ่มค้าขาย ตัวแทนกลุ่มออมทรัพย์ ในแต่ละหมู่บ้านเข้ามาทำงานในสภาผู้นำ หมู่บ้านละประมาณ ๘ - ๑๐ คน ตามสัดส่วนกลุ่มกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละหมู่บ้าน (คุณพัฒนาพล ศิลปาภิสิทธิ์, บริษัท ดี.เอส.อาร์ แทรเวลกาญจน์บุรี, สนทนากลุ่ม. ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.)

งานพัฒนาชุมชน การทำแผนแม่บทชุมชนที่ทำให้เกิดการทำกิจกรรมร่วมกันในตำบล เช่น การพัฒนาอาชีพ รายได้ การพัฒนากองทุนสวัสดิการชุมชนระดับตำบล เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การพัฒนาเด็กเยาวชน การอนุรักษ์วัฒนธรรมรำเหย่ย การสร้างนิสัยการออมบนฐานของความพอเพียง และการส่งเสริมให้เกิดคุณธรรมในตำบลโดยกระบวนการค้นหา และการยกย่องคนดีในตำบล และเรื่องของการพัฒนากองทุนชุมชน โดยมีการตั้ง สถาบันการเงินชุมชนตำบล หนองสาหร่าย ซึ่งเป็นสถาบันการเงินของท้องถิ่นที่สามารถเชื่อมโยงคนในตำบล และเงินกองทุนต่างๆ ที่มีอยู่ในแต่ละหมู่บ้านทั้งตำบลมาบริหารจัดการ เพื่อนำดอกผลที่ได้มาเป็นกองทุนสวัสดิการเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และให้เพื่อเป็นกองทุนการพัฒนาด้านอื่นๆ เป็นพื้นที่เรียนรู้เรื่องการพัฒนาระบบการเงินฐานรากที่มีการเชื่อมโยงให้เกิดเครือข่ายระดับตำบลและเกิดการรวมเงินทุนของตำบลเข้าด้วยกัน และการรวมพลังของคนในท้องถิ่นเข้ามาเป็นแรงพลังช่วยกันขับเคลื่อนงานพัฒนา (นายแรม เชียงกา, แกนนำกลุ่มเกษตรกรทำนาหนองสาหร่ายจังหวัดกาญจนบุรีสาหร่าย, สัมภาษณ์. ๒๖ มีนาคม ๒๕๕๗.) หนองสาหร่ายกลายเป็นชุมชนต้นแบบในการพึ่งตัวเองก็คือ ความตระหนักตื่นตัวของผู้นำและคนในชุมชน จึงขอแยกชุมชนเป็นตำบล หนองสาหร่าย ทำให้สามารถมีแผนพัฒนาและงบประมาณเป็นของตนเองได้ ต่อมาในปี ๒๕๔๐ กฎหมายรัฐธรรมนูญให้มีการกระจายอำนาจและหนองสาหร่ายได้กลายเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล จึงยิ่งส่งเสริมให้การบริหารจัดการตัวเองมีความคล่องตัวมากขึ้น คนที่หนองสาหร่ายสามารถผลิตทั้งเพื่อเลี้ยงคนในชุมชนและส่งออก รู้เท่าทันการนำเข้า มีการจัดการระบบการเงินมีแผนบริหารชุมชนที่สอดคล้องกับศักยภาพและทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น โดยมีความสุขเป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนมากกว่าความเติบโตทางตัวเลขการเงิน (นายสิ่วโรฒ จิตนิยม, ประธานกรรมการสถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย, สนทนากลุ่ม. ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.)

๑.๒ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย จากการสัมภาษณ์ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

การดำเนินงานของร้านค้าชุมชน มีระบบการควบคุมที่ทันสมัย รูปแบบเดียวกับร้านสะดวกซื้อ แต่มีความแตกต่างในลักษณะของสินค้าที่นำมาจำหน่ายในร้าน ต้องเป็นการรวบรวมสินค้าของสมาชิกก่อนเป็นอันดับแรก ที่เหลือจึงจะเป็นรายการสินค้าทั่วไปที่ต้องกินต้องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ทั้งนี้พนักงานขายในร้านค้าจะต้องมาจาก ลูก/หลานของสมาชิกเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนร้านค้าชุมชน ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ สามารถรวมพลังกลุ่มอาชีพเพื่อทำการผลิตสินค้าสำหรับอุปโภคบริโภคในแต่ละชุมชนได้อย่างหลากหลายได้แก่ กลุ่มผลิตปุ๋ยชีวภาพอัดเม็ด กลุ่มทำพริกแกง กลุ่มทำน้ำยาอเนกประสงค์

กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรข้าวสาร กลุ่มทำทองม้วน และแปรรูปอาหาร (นายธนู จารุพงษ์, รองนายกเทศมนตรี ตำบลรางหวาย, สัมภาษณ์, ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๗.)

การผลิตของร้านค้าชุมชนเป็นการผลิตที่มีได้มุ่งหวัง หรือเน้นผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเท่านั้น หากแต่ยังเน้นให้ผลตอบแทนที่ได้รับกระจายไปสู่สมาชิกของชุมชนให้มากที่สุด นอกเหนือจากการใช้ไปเพื่อขยายกิจการในส่วนของกระบวนการมีส่วนร่วม นั้นสมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเสนอความคิดเห็นแต่การออกเสียงชี้ขาดเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่แต่ละบุคคลถือครอง ทั้งนี้ สมาชิกในชุมชนจะต้องเลือกเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ในกรณีที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัทสำหรับหัวใจของการดำเนินการในแนวทางเลือก “ร้านค้าชุมชน” (นางพะเยาว์ สระทอง, กลุ่มน้ำพริกแม่พะเยาว์ ตำบลรางหวาย, สัมภาษณ์, ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๗.)

แผนภาพที่ ๔-๖ ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ



แผนภาพที่ ๔-๗ สินค้าบริโภคในร้านค้าชุมชน



แผนภาพที่ ๔-๘ สถาบันการเงินร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย



ร้านค้าชุมชนเป็นการจัดการทุนของชุมชนและโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ทุนของชุมชนจึงหมายถึงทุนธรรมชาติ ทุนทรัพยากร ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนที่มีการสะสม ทุนความรู้ภูมิปัญญา ทุนทางสังคมหรือความไว้วางใจ และความเป็นพี่เป็นน้องของผู้คนในชุมชน ร้านค้าชุมชนเป็นการจัดการอย่างสร้างสรรค์ (นายวิจิต ดันชนสุนทร, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย, สัมภาษณ์. ๒๓ เมษายน ๒๕๕๗.)

การดำเนินกิจกรรมโดยอาศัยปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก เป็นกิจกรรมที่เป็นทั้งการผลิต และการบริการที่เกื้อกูลกัน เหมาะสมต่อวิถีชีวิต ตลอดจนระบบนิเวศของแต่ละชุมชน ธุรกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก (นายเอื้อน พรหมชนะ, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย, สัมภาษณ์. ๒๕ เมษายน ๒๕๕๗.)

๑.๓ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสี่หมื่น จากการสัมภาษณ์
ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ร้านจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชน เป็นการดำเนินงาน ร่วมกันในการแก้ไข
ปัญหาทางเศรษฐกิจ เกิดจากปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ ไม่สามารถสนองความต้องการของมนุษย์ได้ทุก
อย่าง การส่งเสริมความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่มส่งเสริมอาชีพเกษตรกรจะประสบ
ความสำเร็จได้ เกิดจากการที่เกษตรกรได้เรียนรู้ ได้สร้างสรรค์พัฒนาและแก้ไขปัญหาไปตามความ
ต้องการของกลุ่มเอง การจัดจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชน อันเป็นการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน
(สนอง สอนใจ, ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีอาสาพัฒนาเกษตรกร. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม
๒๕๕๖.)

แผนภาพที่ ๔-๕ ร้านจำหน่ายสินค้าร้านค้าชุมชน



แผนภาพที่ ๔-๑๐ กลุ่มอาชีพเกษตรกร



แผนภาพที่ ๔-๑๑ การจัดการกลุ่มส่งเสริมอาชีพเกษตรกร



ร้านค้าชุมชน เป็นความต้องการของชาวบ้านที่อยากป้องกันเงินไหลออกนอกชุมชน ซึ่งเมื่อก่อนการซื้อสินค้าจะเข้าไปซื้อในเมืองเงินทุกบาททุกสตางค์ก็เอาไปให้เขาหมดตรงนี้เองเมื่อทุกคนมองเห็นและมีจิตสำนึกตรงนี้ ร้านค้าชุมชนจึงเกิดจากความร่วมมือร่วมใจกัน (นายพรเลิศ เลี่ยนเครือ, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) กิจกรรมที่เป็นทั้งการผลิต และการบริการที่เกี่ยวเนื่องกัน เหมาะสมต่อวิถีชีวิต ตลอดจนระบบนิเวศของแต่ละชุมชน ธุรกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก โดยมุ่งหวังให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม (นางสมหมาย แก้วประดิษฐ์, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ร้านค้าชุมชน เป็นความต้องการของชาวบ้านที่อยากป้องกันเงินไหลออกนอกชุมชน (นายประเสริฐ ลมพัด, คณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

๑.๔ ร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น จากการสัมภาษณ์ ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น การประกอบอาชีพ ประชากรส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น การปลูกข้าว อ้อย พริก ข้าวโพด การเลี้ยงสัตว์ เช่น โค สุกร เป็ด ไก่ และการประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น ค้าขาย รับจ้าง รับราชการ ร้านค้าทั่วไป เช่น ร้านขายของชำ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านบริการเสริมสวย อู่ซ่อมรถ ร้านอุปกรณ์ไฟฟ้า ฯลฯ ประมาณ ๒๖๐ แห่ง การดำเนินงานร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น เป็นลักษณะเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง หากเกษตรกรเน้นการปลูกพืชเชิงเดี่ยวเพราะจุมุ่งหมายจะทำไปขายเพื่อเอาเงินซื้อสินค้ามาบริโภค ในไม่ช้าเกษตรกรก็จะมีหนี้สิน หมคความเป็นตัวของตัวเองและแม้แต่จะรักษาสถาบันครอบครัว ของตัวเองเอาไว้มิให้แตกสลายก็ยาก สาเหตุเพราะราคาปัจจัยการผลิตและสิ่งจำเป็นในการดำรงชีพ ของเกษตรกรถูกกำหนดจากกลไกราคาตลาดทั้งหมด และค่อนข้างชัดเจนว่าราคาปัจจัยการผลิตจะ เพิ่มขึ้นสูงกว่าราคาผลผลิตของเกษตรกรที่นำออกสู่ตลาด เกษตรกรจึงก้าวเข้าสู่การค้าการแลกเปลี่ยน ในตลาดโดยที่ ยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในเรื่องปากท้อง หากเกษตรกรสามารถผลิตอาหาร เอาไว้อุปโภคในครอบครัวอย่างเพียงพอ ผลผลิตส่วนเกินทั้งหมดที่ออกสู่ตลาด คือ “กำไร” (คุณนิพัฒน์ เจริญกิจการ, อดีตประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี, สัมภาษณ์. ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

การดำเนินงานร้านค้าชุมชน จะประสบผลสำเร็จคือ ทุนต่างๆ ทางสังคมที่ เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน เช่น ผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ กฎบัญญัติท้องถิ่นขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมพื้นฐานของสังคมไทย ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ภูมินิเวศ และบริบทแวดล้อมทางสังคม รวมทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ความสามารถในการบริหารจัดการชุมชน (นายวิชัย ล้อศิริ, นายกเทศมนตรีเมืองท่าเรือพระแท่น, สัมภาษณ์. ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ร้านค้าชุมชน นั้นจะเริ่มต้นจากการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ของชุมชน ให้ชุมชนรู้จักตนเอง รู้จักโลกภายนอก ชุมชนจะเรียนรู้จากข้อมูลเหล่านี้ว่า ทิศทางของชุมชนจะเป็น อย่างไร ควรจะมีธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใดบ้าง โดยมีแผนงาน โครงการ เพื่อเป็นแนวทางที่จะเดิน ไปสู่ทิศทางของชุมชน การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ความเสียสละ ความสามัคคีความตั้งใจและ อดทน การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐในด้านการพัฒนาบุคลากรเทคนิควิทยาการวิชาความรู้ใหม่ๆ และข้อมูลข่าวสาร การรวมกลุ่มของสมาชิกและเครือข่าย (นายประทีป พงษ์วิทยานาน, ประธาน เครือข่ายสภาที่ปรึกษา สศช. จ.กาญจนบุรี, สัมภาษณ์. ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) แนวทางหนึ่งที่จะ สามารถนำพาชุมชนไปสู่ความเข้มแข็งได้ คือชุมชนต้องสามารถจัดการปัญหาธุรกิจได้ด้วยตัวเอง

ซึ่งการจัดการปัญหาธุรกิจชุมชนและพัฒนาการดำเนินงานเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชนได้ การจัดการอาจจะอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่ม เช่นองค์กร “ร้านค้าชุมชน” (คุณเมธา ชัยมงคลานนท์, ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๖)

แผนภาพที่ ๔-๑๒ นายชัยวัฒน์ ลิ้มปีวรรณะ ผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี เป็นประธานในพิธีเปิดร้านโอท็อปชุมชนยิ้ม



แผนภาพที่ ๔-๑๓ นายธีรชัย ชูติมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี เข้าร่วมงานเปิดร้านค้าโอท็อป ชุมชนยิ้ม สาขาท่าเรือพระแท่น



แผนภาพที่ ๔-๑๔ พิธีเปิดร้านโอทอปชุมชนเข้ม



แผนภาพที่ ๔-๑๕ กลุ่มผู้ประกอบการชุมชน



แผนภาพที่ ๔-๑๖ นายธีรชัย ชูดีมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ร่วมชมร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น



แผนภาพที่ ๔-๑๗ นายธีรชัย ชูติมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ร่วมชมร้านค้าชุมชนใน
เทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น



๑.๕ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา จากการสัมภาษณ์ ประเด็น
การดำเนินงานร้านค้าชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

การดำเนินงานร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา การก่อเกิด
ของร้านค้าชุมชน ตั้งอยู่บนการมองถึงผลกระทบที่จะมีต่อร้านค้าอื่นๆซึ่งตั้งมาก่อนแล้ว โดยชุมชน
ยังออกแบบงานวิจัยเล็กๆ เพื่อสำรวจในชุมชน ว่าต้องการสินค้าประเภทไหน ในชีวิตประจำวัน
และความต้องการแต่ละเดือนมากน้อยเพียงไร โดยก่อนการตั้งร้านค้าจะมีการสำรวจว่าแต่ละร้าน
นั้นขายสินค้าอะไรแล้วร้านค้าชุมชนจะขายอะไรเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนและก่อความเดือดร้อน
ให้กับคนอื่นๆ อันเป็นลักษณะของการทำงานที่เอื้อเพื่อต่อกัน และสินค้าที่ร้านค้าชุมชนเลือกขายก็
หลีกเลี่ยงที่จะให้ซ้ำกับสินค้าของร้านค้าชุมชนอื่นๆ ด้วยการออกแบบโดยการคำนึงถึงประโยชน์
ของส่วนรวมทำให้ร้านค้าชุมชนในขณะนี้กลายเป็นแม่ของร้านค้าอื่นๆ ไปโดยปริยาย (นายพิพัฒน์
แก้วจิตคงทอง, ประธานศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัด
กาญจนบุรีกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ปัจจุบัน หอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ได้ดำเนินนำหลักต้น “โครงการร้านชุมชน”
รูปแบบคล้ายสหกรณ์ โดยการให้คนในชุมชนสมัครเป็นสมาชิก มีการจ่ายเงินปันผลทุกๆ ปี โดยจะ
นำโมเดลการบริหารจัดการของร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค มาเป็นต้นแบบ (นายอนุ
เกตุแดง, รองประธาน อบต.ท่าเสา. สัมภาษณ์. ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) ร้านค้าชุมชน เป็นองค์ประกอบ
ของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
ชุมชน สร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศ จากแนวคิดและนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจน
ของประชาชน ด้วย “ร้านค้าชุมชน” (นายวิกิจ แก้วจิตคงทอง, ประธานกลุ่มผู้เลี้ยงโคนม. สัมภาษณ์.

๑๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) ร้านค้าชุมชนมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่นของชุมชน และธุรกิจโดยทั่วไป ร้านค้าชุมชนเป็นกิจการสร้างรายได้แบบหนึ่งที่มีขนาดเล็ก ผลผลิตของกิจการเกิดจากสินทรัพย์ของชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชน และมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินกิจการ คือ การพึ่งตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชน (นายสำราญ แก้วอ่อน, สมาชิก อบต. ท่าเสา หมู่ ๔. สัมภาษณ์. ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

แผนภาพที่ ๔-๑๘ นายธีรชัย ชูติมันต์ ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี ร้านค้าชุมชน
ในเทศบาล ตำบลท่าเสา



แผนภาพที่ ๔-๑๙ สัมภาษณ์ นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง, ประธานศูนย์สาธิตการเกษตร
ร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา



แผนภาพที่ ๔-๒๐ การบริหารจัดการร้านค้าชุมชน ในเทศบาลตำบลท่าเสา



แผนภาพที่ ๔-๒๑ สถาบันการเงินร้านค้าชุมชน ในเทศบาลตำบลท่าเสา



สรุปพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants indicators) ประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน โดยผู้วิจัยสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับประเด็นการดำเนินงานร้านค้าชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นความความถี่ในแต่ละประเด็น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔-๑ ความถี่ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

(N = ๒๐)

ข้อ	ประเด็น	ความถี่	คนที่	ร้อยละ
๑	สามารถนำวิถีเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้	๑๔	๑,๒,๔,๖,๗,๘,๙,๑๑,๑๒,๑๕, ๑๖,๑๗,๑๘,๒๐	๗๐.๐๐
๒	การดำเนินงานร้านค้าชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพ ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้	๙	๔,๕,๘,๙,๑๑,๑๕,๑๖,๑๗,๒๐	๔๕.๐๐
๓	สามารถรวมพลังกลุ่มอาชีพ เพื่อทำการผลิตสินค้าสำหรับอุปโภคบริโภคในแต่ละชุมชน	๑๐	๓,๔,๖,๘,๙,๑๑,๑๒,๑๓,๑๔, ๑๕	๕๐.๐๐
๔	การประหยัด รู้จักใช้รู้จักออม ทรัพย์สิน	๑๔	๑,๔,๕,๖,๘,๙,๑๑,๑๒,๑๓,๑ ๔,๑๖,๑๘,๑๘,๑๘,๒๐	๗๐.๐๐
๕	ความเอื้ออารีต่อกัน	๑๑	๑,๒,๔,๕,๖,๘,๙,๑๐,๑๕, ๑๘,๒๐	๕๕.๐๐
๖	การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน	๑๓	๔,๖,๗,๘,๙,๑๐,๑๑,๑๒,๑๓, ๑๔,๑๕,๑๗,๒๐	๖๕.๐๐
๗	เกิดวินัยในการใช้จ่ายและมีเงินเหลือออม	๗	๑,๓,๗,๘,๙,๑๑,๑๕,๒๐	๓๕.๐๐
๘	สร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง	๑๓	๑,๒,๓,๔,๕,๖,๘,๑๒,๑๓, ๑๕,๑๘,๑๘,๒๐	๖๕.๐๐
๙	ฟื้นฟูชุมชนท้องถิ่น	๕	๓,๖,๙,๑๐,๑๕	๒๕.๐๐
๑๐	ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน	๑๒	๑,๒,๓,๔,๕,๖,๗,๘,๙,๑๕, ๑๘,๒๐	๖๐.๐๐

๒. วิเคราะห์ประเด็นที่ ๑ : ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๒๐ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

๒.๑ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย จากการสัมภาษณ์ ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ปี ๒๕๔๐ เกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจปี ๒๕๔๐ จังหวัดกาญจนบุรี เกิดแนวคิดเกี่ยวกับการพึ่งพาตนเองภายใต้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดการพึ่งพาไปให้มากที่สุด โดยพบว่าเกษตรกรทั้งที่อยู่อาศัยรอบๆ ป่าต้นน้ำและเกษตรกรทั่วไปต่างประสบปัญหาที่เหมือนกัน คือ มีหนี้สินจากค่าปุ๋ยและยาฆ่าแมลง, สภาพดินเสื่อมโทรมจากปุ๋ยและสารเคมี, มีการบุกรุกพื้นที่ป่าและย้ายพื้นที่เพาะปลูกจากสภาพดินที่เสื่อมโทรม รวมถึงการใช้จ่ายที่ไม่มี การวางแผน ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคอย่างฟุ่มเฟือย (นางทิวพร ศรีวรกุล, ผู้อำนวยการศูนย์กิจกรรมธรรมชาติป่ามะขามจังหวัดกาญจนบุรี, สนทนากลุ่ม, ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.) ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ทำให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นสะท้อนถึงความไม่สมดุลของกระบวนการพัฒนาประเทศ ประกอบกับการที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว ขณะที่กระแสโลกาภิวัตน์ได้นำพาาระบบเศรษฐกิจยุคใหม่และการสื่อสารไร้พรมแดนเข้ามา ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ภาวะความเป็นเมืองมากขึ้น และพฤติกรรมกรบริโภคเลียนแบบโลกตะวันตก ล้วนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนทั้งสิ้น ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นภัยคุกคามหากชุมชนขาดความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ขณะเดียวกันอาจเป็นโอกาสในการพัฒนาของชุมชนได้เช่นกัน หากชุมชนสามารถปรับตัวและใช้ประโยชน์จากบริบทการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม (นายชนะ สุขพรหม, อดีตกำนันและนายก อบต.หนองสาหร่าย, สัมภาษณ์, ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๗.) ร้านค้าชุมชน ขาดความรู้ในการพัฒนาปรับปรุงร้าน ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการและยังพบอีกว่าสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่ทันสมัยทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในตัวสินค้า (นายศิวโรจน์ จิตนิยม, สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย หมู่ที่ ๔, สัมภาษณ์, ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.)

ประเภทร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย ที่ขายในร้านไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าชุมชน ไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเองให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องบันทึกเงินสดที่จอดรถและอื่นๆ ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเดินเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง (นางสาวบุบผา วัลลา, ผู้ช่วยเลขานุการสถาบันการเงินหนองสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.) ร้านค้าชุมชนขาดความรู้ในการจัดการสินค้าที่ขายมีราคาสูง นอกจากนั้นพื้นที่ทำเลที่คับแคบและไม่เหมาะสมนำไปสู่ความไม่สะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าประกอบกับความไม่ทันสมัยของเครื่องมือเครื่องทำให้การบริการล่าช้า สิ่งแวดล้อมของร้านไม่น่าสนใจรวมถึงบรรยากาศ (นายแรม เชียงกา, แกนนำกลุ่มเกษตรกรทำนาหนองสาหร่ายจังหวัดกาญจนบุรีสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๒๖ มีนาคม ๒๕๕๗.)

๒.๒ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย จากการสัมภาษณ์ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย จากการสัมภาษณ์ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากธุรกิจการค้าปลีกในประเทศมีการพัฒนาทั้งในรูปแบบธุรกิจ การดำเนินงาน และจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น จำนวนลูกค้า และยอดขาย ของร้านค้าดั้งเดิมลดลง เนื่องจาก ผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อร้านค้าสมัยใหม่ แต่ก็โอกาสซื้อ (นายธนู จารุพงษ์, รองนายกเทศมนตรี ตำบลรางหวาย. สัมภาษณ์. ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๗.) นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกมากขึ้น ธุรกิจค้าปลีกเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตัวสะท้อนถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนในสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมในประเทศ ร้านค้าชุมชน ปรับเปลี่ยนรูปแบบไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากต้นทุนจำกัด นอกจากนี้เองร้านค้ายังหันไปซื้อสินค้าจากห้างค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ (นางพะเยาว์ สระทอง, กลุ่มน้ำพริกแม่พะเยาว์ ตำบลรางหวาย. สัมภาษณ์. ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๗.) ร้านค้าชุมชน ไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเองให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน รวมถึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก (นายวิจิต ดันธนสุนทร, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย. สัมภาษณ์. ๒๓ เมษายน ๒๕๕๗.) พื้นที่ทำเลคับแคบไม่เหมาะสม ไม่สะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า สิ่งแวดล้อมของร้านไม่น่าสนใจรวมถึงบรรยากาศ (นายเอื้อน พรหมชนะ, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย. สัมภาษณ์. ๒๕ เมษายน ๒๕๕๗.)

๒.๓ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสี่หมื่น จากการสัมภาษณ์ ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ธุรกิจการค้าปลีกนับได้ว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม และเป็นตัวจักรในการพัฒนามาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ ประชาชนในในองค์การบริหารส่วนตำบลอุโลกสี่หมื่น ส่วนใหญ่ก็ยังประสบปัญหาจากการถูกเอาเปรียบในการหาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น ต่อการดำรงชีพและไม่ได้ได้รับความเป็นธรรมในการขายผลผลิต รวมทั้งขาดความรู้ ประสบการณ์ และขาดอำนาจต่อรองทางการค้า ตลอดจนมองไม่เห็นโอกาสและช่องทางที่จะนำภูมิปัญญาของตนเองมาพัฒนาในเชิงธุรกิจ เพื่อลดปัญหาดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการส่งเสริมให้ประชาชนในเขตชนบทมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองในเชิงธุรกิจให้เหมาะสม (สนอง สอนใจ, ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีอาสาพัฒนาเกษตรกร. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ร้านค้าชุมชน มีจำนวนลดลง ในจังหวัดกาญจนบุรี ปี พ.ศ. ๒๕๔๔-๒๕๔๕ จำนวนร้านลดลง ๑๕% ร้านส่วนใหญ่ ได้รับผลกระทบในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๐-๒๕๔๕ ทำให้ยอดขายจำนวนลูกค้าและกำไรของร้านโชห่วยลดลง ๗% ต่อปี เหตุผลสำคัญที่ทำให้ร้านโชห่วยประสบปัญหาการแข่งขัน คือ ร้านสมัยใหม่ขายสินค้าถูกกว่า รูปแบบของร้านไม่ทันสมัยและบริการสู้ไม่ได้ ร้านโชห่วยมีจุดอ่อนด้านต้นทุนสินค้าและเทคโนโลยีบริหารจัดการ (นายพรเลิศ เลี่ยนเครือ, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท้องที่เชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านตัวผู้บริโภคเองที่ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนไป และร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดและแทบจะทุกด้านจนทำให้ปริมาณร้านค้าชุมชน ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว (นางสมหมาย แก้วประดิษฐ์, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท้องที่เชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) แนวโน้มของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่อาศัยความได้เปรียบทางด้าน วิทยาการความรู้ อำนาจการต่อรองธุรกิจที่ดีกว่า การตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความสะดวกสบายและความครบถ้วนสินค้า ส่งผลกระทบต่อการลดลงของธุรกิจค้าปลีกของคนไทยลงอย่างต่อเนื่องทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ และที่สำคัญของวิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในสังคมไทยที่ผ่านมาได้สร้างวัฒนธรรมทางด้านธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ขึ้นมาซึ่งจะเป็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ ร้านค้าชุมชนต้องเข้าใจและติดตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสิ่งเหล่านี้ เพื่อปรับกลยุทธ์การค้าปลีกให้

เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมภายในที่มีผลต่อระบบธุรกิจร้านค้าชุมชน ซึ่งสามารถจำแนกเป็น ๔ ประการ คือ ลูกค้า คู่แข่ง ผู้ผลิตและผู้ค้าส่ง (นายประเสริฐ ลมพัด, คณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี, สัมภาษณ์, ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

๒.๔ ร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น จากการสัมภาษณ์ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ร้านค้าชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นคนส่วนใหญ่ หากกลุ่มชาวบ้านหรือกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน อย่างไรก็ตามได้มีการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือขึ้น และพบแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จโดยต้องเริ่มจากการสร้างฐานรากที่แข็งแกร่งในความเป็นผู้ประกอบการให้กับธุรกิจชุมชน จัดโครงสร้างให้แข็งแกร่งก่อนสร้างส่วนอื่นๆ ปรับกระบวนการคิดและทัศนคติของผู้ประกอบการ พัฒนาระบบการด้านการจัดการ โดยเน้นด้านการตลาดและการเงิน และมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (คุณนิพัฒน์ เจริญกิจการ, อดีตประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี, สัมภาษณ์, ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งประชาชนในฐานะผู้บริโภค ร้านค้าปลีก ผู้บริหารช่องทางจำหน่าย ผู้ผลิตสินค้า ผู้ผลิต และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมทั้งหมด รวมถึงผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงใน โครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมไทยโดยรวม ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว หลายการศึกษาแสดงให้เห็นว่าประชาชนผู้บริโภคสินค้าได้รับประโยชน์โดยตรงจากการจับจ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในสถานที่กว้างขวาง สะดวกสบาย และด้วยบริการและคุณภาพสินค้าที่สูงขึ้น การได้รับบริการที่ดีและมีทางเลือกในการบริโภคสินค้ามากขึ้น ขณะที่ราคาสินค้ามี แนวโน้มลดต่ำลง แต่อีกด้านหนึ่งผู้ประกอบการค้าปลีกดั้งเดิมขนาดเล็กๆ จำนวนมากที่เป็นของคนไทยได้รับผลกระทบด้านลบอย่างรุนแรง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าซึ่งดั้งเดิมเป็นลูกค้าของ ผู้ประกอบการค้าปลีก รายเล็กๆ ในชุมชนต่างๆ ได้ทยอยหดหายไปอย่างรวดเร็วและหันไปซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างเทสโก้โลตัส ห้างแม็คโคร ห้างบิ๊กซี และห้างคาร์ฟู (นายวิชัย ล้อศิริ, นายกเทศมนตรีเมืองท่าเรือพระแท่น, สัมภาษณ์, ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) วิวัฒนาการและเทคโนโลยีของการจัดการที่ทันสมัยที่มีส่วนอย่างมากในการช่วยให้รูปแบบธุรกิจการค้าปลีก

ของไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรงมากขึ้น โดยเปลี่ยนจากการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ที่ดำเนินการแบบธุรกิจครอบครัวที่มีรูปแบบร้านขายของชำแบบดั้งเดิมมาเป็นรูปแบบของการดำเนินธุรกิจแบบสมัยใหม่ ทั้งแบบฟรานไชส์ ร้านค้าสะดวกซื้อแบบต่างๆ และรูปแบบค้าปลีกแบบใหม่เริ่มกลายเป็นปรากฏการณ์ปกติทั่วไปในชุมชน รวมทั้งการเปิดตัวของห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ทั้งของต่างประเทศและนักลงทุนในประเทศ ตลอดจนการเกิดรูปแบบใหม่ของธุรกิจการค้าปลีกประเภทร้านที่เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่พวกซูเปอร์สโตร์/ดีสคานท์สโตร์ ต่างๆ (นายประทีป พงษ์วิทย์วานุ, ประธานเครือข่ายสภาที่ปรึกษา สศช. จ.กาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ความสะดวกสบายของผู้บริโภคที่ได้รับจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งกิจการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้ได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนไทยในปัจจุบัน และยังคงความรุนแรงและมีแนวโน้มขยายตัวกว้างขวางมากขึ้น ถึงแม้ว่าในปัจจุบันสิ่งต่างๆ เหล่านี้อาจจะกระจุกตัวในตัวเมืองจังหวัดขนาดใหญ่ของประเทศเป็นส่วนใหญ่ แต่มีสัญญาณบ่งชี้อย่างต่อเนื่องว่าร้านค้าปลีกดั้งเดิมในจังหวัดขนาดกลางและขนาดเล็กในเมืองและในชุมชน ที่ห่างจากตัวเมืองเริ่มมีแนวโน้มจะได้รับผลกระทบที่ชัดเจนเพิ่มขึ้น

๒.๕ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา จากการสัมภาษณ์
ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

วิกฤติในปี ๒๕๔๐ ส่งผลให้เกษตรกรชุมชนตำบลท่าเสาประสบกับปัญหาสินค้าราคาตกต่ำ ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลด้านหนี้สิน รายรับ รายจ่ายของชุมชน พบว่าใน ๕ หมู่บ้าน ของชุมชนท่าเสามีรายจ่ายมากกว่ารายรับ และมีหนี้สินสะสมรวมกันเกินกว่าเจ็ดล้านบาท ซึ่งภาวะดังกล่าวส่งผลให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความยากจน ปัญหาการว่างงาน ปัญหาการทะเลาะวิวาท ปัญหาครอบครัว และปัญหาการลักทรัพย์ ซึ่งทางผู้นำชุมชนก็ได้พยายามแก้ไขปัญหาโดยการจัดตั้งกลุ่มต่าง ๆ ขึ้นในชุมชน และด้วยความสามัคคีของคนในชุมชนและความมุ่งมั่นในการแก้ปัญหาที่จะทำให้คนชุมชนมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงก่อให้เกิดกลุ่มต่าง ๆ ตามมา (นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง, ประธานศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรีกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ชุมชนท่าเสาได้มีการร่วมกันหารือเรื่องการแก้ไขปัญหาที่นับวันต้องไปกู้หนี้ยืมสินจากนายทุน ที่มีอัตราดอกเบี้ยที่แพงมากจนไม่สามารถออกจากวงจรได้ ดังนั้นการสร้างระบบพึ่งพาจึงเกิดขึ้น แล้วจึงคนมาทำกิจกรรมร่วมกัน ตอนนั้นมีคนสนใจประมาณ ๑๕ คน มาตั้งกติการ่วมกันแล้วระดมทุนได้กว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท และในแต่ละเดือนจะนำเงินมาฝากทุกวันที่

๕ และให้กู๋ในวันนั้น ส่วนใครอยากจะทำมาเป็นสมาชิกก็สามารถมาสมัครในวันนั้นเหมือนกัน (นายอนุ เกตุแดง, รองประธาน อบต. ท่าเสา, สัมภาษณ์, ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ชุมชนท่าเสาดำเนินการมาได้ช่วงระยะหนึ่งเราให้เห็นความสนใจของชาวบ้านอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันนี้มีสมาชิกกว่า ๒๕๐ คน เงินทุนกว่า ๘๐๐,๐๐๐ บาท สามารถช่วยกันได้มากขึ้นไม่ต้องวิ่งไปหาแหล่งเงินทุน การกู้ยืมก็จะเก็บในอัตราร้อยละ ๒ กู๋ได้ไม่เกิน ๓ เดือน ไม่เกินคนละ ๕,๐๐๐ บาท ทางกลุ่มยังหักไว้ ๑๕% เพื่อกันเข้าเป็นสวัสดิการให้กับสมาชิกด้วย (นายวิ กิจ แก้วจิตคงทอง, ประธานกลุ่มผู้เลี้ยงโคนม, สัมภาษณ์, ๑๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

ชุมชนท่าเสาเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ ลดรายจ่าย คือโรงสีชุมชนทางกลุ่มจะซื้อข้าวมาสีแล้วขายให้กับสมาชิกในราคาถูกเป็นการช่วยเหลืออีกทาง เพราะตำบลของเราไม่มีที่ทำนา กลุ่มโรงอาหารสัตว์ชุมชนจะนำผลผลิตที่ได้จากชุมชนมาทำเป็นอาหารสัตว์ อย่างเช่นข้าวโพด ที่ปลูกมากในเขตตำบล ด้านศูนย์สาธิตการเกษตร หรือร้านค้าชุมชนกลุ่มนี้จะช่วยเหลือผลผลิตที่ปลูกในชุมชนให้นำมาวางขาย จะเห็นได้ว่าหลังจากที่เรามีการจัดทำแผนทั่วทั้งตำบลโดยการช่วยกันค้นหาปัญหาของตนเอง และหาทางแก้ปัญหาร่วมกัน โดยใช้ภูมิปัญญาและทุนที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นเครื่องมือ แล้วโยงภาครัฐเข้ามาเป็นพี่เลี้ยง เช่น เกษตรตำบล อบต. และมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี จนปัจจุบันชาวบ้านในตำบลท่าเสาสามารถแก้ไขปัญหาความยากจนและการพัฒนาได้ด้วยตัวเองอย่างยั่งยืน (นายสำราญ แก้วอ่อน, สมาชิก อบต. ท่าเสา หมู่ ๔, สัมภาษณ์, ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗) ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ได้รับคำตอบที่ตรงกันว่า ถ้าเงินไม่กระจายร้านค้าชุมชน ก็จะอยู่ลำบาก เพราะเงินมันถูกเอาออกไปนอกจังหวัดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และจะส่งผลถึงการเป็นหนี้นอกระบบ และไม่มีทางที่จะใช้หนี้ได้ สถานการณ์ของยาเสพติดจะสูงขึ้น เพราะถูกบังคับให้ใช้หนี้ด้วยวิธีต่างๆ เหตุก็มาจากเงินที่ไม่กระจายอยู่ในชุมชน ถูกโกยออกมาหมด ทำให้รัฐต้องมาสนับสนุน เพราะเป็นเรื่องฐานรากของความมั่นคงของสังคม (อ.จักรกฤษณ์ โพธิ์แพ่งพุ่ม, อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, สนทนากลุ่ม, ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.)

สรุปพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants indicators) ประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน โดยผู้วิจัยสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับประเด็นผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นความความถี่ในแต่ละประเด็น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔-๒ ความถี่ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ข้อ	ประเด็น	ความถี่	คนที่	ร้อยละ
๑	ปัญหาจากการถูกเอารัดเอาเปรียบในการหาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค	๘	๑,๔,๕,๖,๘,๑๑,๑๔,๑๕	๔๐.๐๐
๒	ผลกระทบด้านทางด้านภาวะเศรษฐกิจ	๗	๔,๗,๑๑,๑๖,๑๘,๑๕,๒๐	๓๕.๐๐
๓	ประสบกับปัญหาสินค้าราคาตกต่ำ	๗	๔,๕,๘,๑๐,๑๑,๑๓,๒๐	๓๕.๐๐
๔	ปรับเปลี่ยนรูปแบบไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง	๗	๒,๓,๔,๑๕,๑๓,๑๕,๒๐	๓๕.๐๐
๕	ยอดขายลดลง	๗	๕,๖,๑๑,๑๖,๑๘,๑๕,๒๐	๓๕.๐๐
๖	ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน	๑๐	๑,๖,๘,๑๐,๑๑,๑๒,๑๓,๑๕ ๑๖,๑๘	๕๐.๐๐
๗	ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ	๑๑	๑,๒,๕,๖,๗,๑๑,๑๒,๑๓,๑ ๔, ๑๘,๒๐	๕๕.๐๐
๘	ปริมาณร้านค้าชุมชน ลดจำนวนลงอย่างรวดเร็ว	๘	๔,๕,๖,๑๐,๑๑,๑๓,๑๔,๑๘	๔๐.๐๐
๙	ขาดความรู้ ประสบการณ์	๗	๗,๘,๘,๑๐,๑๕,๑๖,๑๗	๓๕.๐๐
๑๐	ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านตัวผู้บริโภคเองที่ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนไป	๑๐	๒,๗,๘,๑๐,๑๑,๑๒,๑๓, ๑๕,๑๘,๒๐	๕๐.๐๐

๓. วิเคราะห์ประเด็นที่ ๑ : ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ดังตารางต่อไปนี้

๓.๑ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย จากการสัมภาษณ์ ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน คือ การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศที่สอดคล้องกับภาวะการณ์ของเศรษฐกิจเสรีในปัจจุบันนี้แล้ว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจค้าปลีกของคนไทยจะต้องมีการปรับตัวให้ทันกับภาวะแวดล้อมสังคมและธุรกิจที่กำลังเปลี่ยนไป หน่วยงานรัฐควรเปิดโอกาสและพื้นที่ให้กับองค์กรและส่งเสริมพัฒนาและสนับสนุนทุนในการดำเนินงาน พัฒนาเสริมสร้างศักยภาพบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน (นายชนะ สุขพรหม, อดีตกำนันและนายก อบต.หนองสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๗.) หน่วยงานรัฐควรจัดหาเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่เข้ามา ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงาน ควรมีการขยายพื้นที่ หรือสาขา เพื่อการเติบโตของธุรกิจชุมชน (นายสิ่วโรจน์ จิตนิยม, สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย หมู่ที่ ๔. สัมภาษณ์. ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.) หน่วยงานรัฐควรจัดหาทุนสำหรับการขยายการดำเนินงานขององค์กร (นางสาวบุบผา วัลลา, ผู้ช่วยเลขานุการสถาบันการเงินหนองสาหร่าย, สัมภาษณ์, ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗) มติคุณภาพชีวิต ในเรื่องการต่อสู้ในการก้าวข้ามผ่าน ไปยังเรื่อง อาหารปลอดภัย ชูประเด็นความมั่นคงทางอาหาร นโยบายสาธารณะ ภาครัฐต้องมาหนุนเสริม และบริหารจัดการในการมีส่วนร่วม (อาจารย์สิริมา เจริญศรี, อาจารย์ประจำวิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี. สอนதாகกลุ่ม. ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.) ปัจจัยที่ทำให้ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ประสบความสำเร็จ นโยบายรัฐทุนทางสังคมวัฒนธรรมชุมชน สัมพันธภาพขององค์กรและเครือข่ายฯ การจัดการความรู้แนวชุมชนปฏิบัติในองค์กรคู่การเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านวิสาหกิจชุมชน เอกลักษณ์และศักยภาพในด้านต่างๆ ของสินค้าวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานขององค์กร และมียุทธศาสตร์ แผนงานการจำหน่าย

สินค้าสำหรับการรองรับจำนวนสินค้า บริการ และลูกค้า ทุนสำหรับการขยายการดำเนินงานขององค์กร (นายแรม เขียงกา, แกนนำกลุ่มเกษตรกรทำนาหนองสาหร่ายจังหวัดกาญจนบุรีสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๒๖ มีนาคม ๒๕๕๗.)

๓.๒ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย จากการสัมภาษณ์ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากรุคการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

ประสานงานกับหน่วยงานราชการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนให้กิจกรรมในอนาคตขององค์กรเครือข่ายประสบความสำเร็จ รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกจำหน่าย (นายธนู จารุพงษ์, รองนายกเทศมนตรี ตำบลรางหวาย, สัมภาษณ์, ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๗) แก้ไขได้ด้วยวิธีการที่ประชาชนรู้จักนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ในชุมชนทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถขจัดปัญหาความยากจนโดยลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ สร้างโอกาสให้ประชาชนมีอาชีพที่ ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง (นางพะเยาว์ สระทอง, กลุ่มน้ำพริกแม่พะเยาว์ ตำบลรางหวาย, สัมภาษณ์. ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๗.) คนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังเป็นองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศ จากแนวคิดและนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน (นายวิจิต ดันธนสุนทร, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย, สัมภาษณ์. ๒๑ เมษายน ๒๕๕๗.) ในส่วนของรัฐจะต้องมีการปรับรูปแบบของการจัดการที่สร้างเงื่อนไขที่เป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันให้กับธุรกิจการค้าปลีกไทยเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ร่วมกับธุรกิจและในระบบการค้าปลีกสมัยใหม่อย่างยั่งยืน และมีการใช้ประโยชน์จากทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ และปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนที่เข้มแข็ง (นายเอื้อน พรหมชนะ, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย, สัมภาษณ์. ๒๕ เมษายน ๒๕๕๗)

๓.๓ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลอโกลสีหมื่น จากการสัมภาษณ์ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากรุคการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

สนับสนุนชุมชนให้มีเวทีแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ในรูปคณะกรรมการ ส่งเสริมให้กลุ่มเครือข่ายมีการวางแผน เพื่อประสานงานทางราชการสนับสนุนงบประมาณ รวมทั้งองค์กรเครือข่ายช่วยสร้างงานใหม่ให้กับเกษตรกรและทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น (สนอง สอนใจ, ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีอาสาพัฒนาเกษตรกร, สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) เจ้าพนักงานส่งเสริมการเกษตรประจำตำบล ควรประสานงานกับหน่วยงานราชการอื่นๆ

ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนให้กิจกรรมในอนาคตขององค์กรเครือข่ายประสบความสำเร็จ รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกจำหน่าย (นายพรเลิศ เลียนเครือ, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) ปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม มีรูปแบบการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ มีการแบ่งหน้าที่ เช่น ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรณูญิก ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายจัดซื้อและจำหน่าย ฝ่ายผลิต ฝ่ายควบคุมตรวจสอบคุณภาพ และการตลาด การบริหารจัดการ กลุ่ม มีประธานเป็นผู้กำกับดูแลและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมให้แก่กลุ่มใหญ่ และกิจกรรมกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่ม (นางสมหมาย แก้วประดิษฐ์, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) มีการผลิตโดยใช้แรงงานในครอบครัว และบางกลุ่มมีการจ้างแรงงานจากสมาชิกในกลุ่มของตนเอง สะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพของกลุ่มอยู่ในระดับที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน ควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน การควบคุมการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาความรู้ การจัดทำบัญชี ก็จะทำให้กลุ่มเกิดความเชื่อมั่น การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (นายประเสริฐ ลมพัด, คณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

๓.๔ ร้านค้าชุมชนในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น จากการสัมภาษณ์ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

การแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ในเทศบาลตำบลท่าเรือพระแท่น โดยการจัดตั้งชุมชนย่อยเพื่อการพัฒนาครอบคลุมทั่วเขตเทศบาล จำนวนทั้งสิ้น ๑๕ ชุมชน โดยในแต่ละชุมชนจะมีตัวแทนที่ประชาชนในชุมชนคัดเลือกเป็นประธานกรรมการชุมชนชุมชนละ ๑ คน และประธานกรรมการคัดเลือกเป็นกรรมการชุมชนอีก จำนวน ๘ คน ให้มีหน้าที่ดูแลความทุกข์ สุข เดือดร้อน และเป็นองค์กรกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างเทศบาลกับชุมชน ในการแก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น (คุณนิวัฒน์ เจริญกิจการ, อดีตประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) มีการระดมหุ้น การจัดหางบประมาณจากหน่วยงานมาสนับสนุน การทำกิจกรรม มีการจัดสรรผลประโยชน์ (การปันผล) แก่สมาชิก การคิดต้นทุนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ สินค้าอุปโภค-บริโภค บริการแก่สมาชิก (นายวิชัย ล้อศิริ, นายกเทศมนตรีเมืองท่าเรือพระแท่น. สัมภาษณ์. ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) ในปัจจุบันนโยบายยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ และขั้นตอนที่ชัดเจนในการเข้าช่วยเหลือ

สนับสนุน คุ่มครอง ป้องกัน ร้านค้าปลีกดั้งเดิมของคนไทยให้เกิดการปรับตัวและมีความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมหรือเป็นธรรมกับธุรกิจขนาดใหญ่ การดำรงอยู่ของธุรกิจ หรืออีกนัยหนึ่งธุรกิจร้านค้าปลีกดั้งเดิมเหล่านี้จะสามารถดำเนินธุรกิจของตนต่อไปได้อย่างไรในสภาพที่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน ควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน การควบคุมการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (นายประทีป พงษ์วิทย์ภานุ, ประธานเครือข่ายสภาที่ปรึกษา สศช. จ.กาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.) การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (คุณเมธา ชัยมงคลานนท์, ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

๓.๕ ร้านค้าชุมชนในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา จากการสัมภาษณ์ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน จำนวน ๔ คน สรุปได้มีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ชุมชนต้องรู้ปัญหาของตนเองก่อน โดยการสำรวจข้อมูล พบว่า ปัญหาการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ปัญหาช่วงลูกเปิดเทอม เราจึงคุยกันว่า จะสร้างทุนของชุมชนขึ้นมาในนาม “ธนาคารหมู่บ้าน” ทำให้ชุมชนทราบถึงระบบที่ต้องร่วมแก้ปัญหาทั้งระบบ มีระบบการบริหารจัดการเพื่อความโปร่งใส มีการวางยุทธศาสตร์เพื่อการดำรงอยู่ของการค้าปลีกและบริการในท้องถิ่นจำเป็นต้องมองภาพรวมและความเชื่อมโยงของธุรกิจการค้าปลีกในระบบทั้งหมด รวมทั้งการจำลองภาพของสภาพแวดล้อมในทุกด้านของระบบเศรษฐกิจในอนาคต เพื่อให้สามารถกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมที่พัฒนาและปรับสภาพของธุรกิจการค้าปลีกและบริการในท้องถิ่นให้สามารถดำรงอยู่ร่วมกับผู้อื่นในระบบได้อย่างยั่งยืน (นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง, ประธานศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรีกาญจนบุรี. สทนทากลุ่ม. ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.)

แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา เนื่องจากคนในชุมชนส่วนใหญ่มีความหลากหลายของคนในชุมชนสภาพปัญหาจึงทำให้ปัญหาชุมชนซับซ้อนทั้งด้านวัฒนธรรม การรวมกลุ่มในการแก้ปัญหาชุมชนค่อนข้างยาก คนอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก เช่น ปลูกข้าวโพด มะเขือ พืชไร่เศรษฐกิจอื่น ๆ และมีการเลี้ยงสัตว์ เช่น โค กระบือ ไล่พื้นเมือง ปลา เป็นต้น นอกจากนี้มีอาชีพเสริมนอกภาคเกษตร เช่น การค้าขายไม้ดอกไม้ประดับ ผลผลิตทางการเกษตร รับจ้างทำไร่ ทำสวน และทำงานตามสถานประกอบการ เป็นต้น คนในชุมชนมีรายได้มาจากผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลักและการจำหน่ายไม้ดอกไม้

ประดับแก่นักท่องเที่ยว แต่เกษตรกรยังประสบปัญหาด้านการตลาด ราคาพืชผลทางการเกษตรไม่แน่นอน ต้นทุนการผลิตสูง จึงทำให้รายได้กับรายจ่ายไม่สมดุลกัน ภาระหนี้สินจึงตามมา คนในชุมชนไม่มีเงินออม ขาดหลักประกันในชีวิต แต่ชุมชนก็ไม่ได้ยอมจำนนต่อปัญหาที่รุมเร้า ชุมชนลุกขึ้นมาค้นหาแนวทางในการแก้ปัญหาของตนเอง โดยผสมผสานความรู้ที่มีอยู่ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนอย่างเหมาะสมกับบริบทชุมชน ประเด็นความรู้หนึ่งที่ใช้ในการแก้ปัญหาคือ ความยากจนของชุมชน คือ ศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา ตั้งอยู่ที่ ๘๕ หมู่ที่ ๘ ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี (นายวิชัย ล้อศิริ, นายกเทศมนตรีเมืองท่าเรือพระแท่น. สัมภาษณ์. ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

แนวทางการแก้ปัญหของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน แนวทางการแก้ไขในเบื้องต้นนั้น แนวทางที่ทำได้ขณะนี้คือการนำเสนอข้อมูลที่สำรวจพบให้แก่ผู้นำของแต่ละหมู่บ้านไปนำเสนอจากนั้นก็เปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็นหาทางออกร่วมกัน แต่ที่ผ่านมาก็พยายามปลูกจิตสำนึกให้ลดการใช้บัตรเครดิตเติมเงินลงไปบ้าง แม้จะรู้ว่าเลิกไม่ได้ เพราะบางส่วนก็ใช้ในกรณีจำเป็นจริง ๆ แต่เด็ก ๆ ซึ่งดูแล้วไม่มีความจำเป็นมากมายอะไรนักก็จะขอร้องผ่านผู้นำของแต่ละหมู่บ้านให้เอาข้อมูลที่สำรวจไปเสนอให้ชุมชนในแต่ละหมู่บ้าน (นายวิจิตร แก้วจิตคงทอง, ประธานกลุ่มผู้เลี้ยงโคนม. สัมภาษณ์. ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.)

ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน เป็นปัญหาที่สั่งสมมาของชุมชนคนท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้คนในชุมชนเกิดการรวมตัวกันเพื่อหาทางออกให้กับชุมชน จนได้ข้อสรุปพร้อมกันว่า “ชุมชนของเราจะเน้นการพึ่งตนเองเป็นหลักและยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อคุณภาพชีวิต ตลอดจนการสร้างคุณธรรมร่วมกัน ให้ทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อความหลากหลายทางด้านความคิด และสร้างความสัมพันธ์ต่อกันอย่างยั่งยืน” โดยให้คนในชุมชนที่สนใจบอกเล่าถึงปัญหาที่มีอยู่ เพื่อจะได้หาทางออกร่วมกัน (นายสำราญ แก้วอ่อน, สมาชิก อบต. ท่าเสา หมู่ ๔. สัมภาษณ์. ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.)

สรุปพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants indicators) ประเด็นแนวทางการแก้ปัญหของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน โดยผู้วิจัยสรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับประเด็นการแนวทางการแก้ปัญหของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นความความถี่ในแต่ละประเด็น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔-๓ ความถี่ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจาก
ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ข้อ	ประเด็น	ความถี่	คนที่	ร้อยละ
๑	ปรับตัวกลยุทธ์ของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม	๑๔	๑,๒,๔,๖,๗,๘,๙,๑๑,๑๒,๑๕, ๑๖,๑๗,๑๘,๒๐	๗๐.๐๐
๒	สร้างความสัมพันธ์ต่อกันอย่างยั่งยืน	๕	๔,๕,๘,๙,๑๑,๑๕,๑๖,๑๗,๒๐	๔๕.๐๐
๓	หน่วยงานรัฐควรจัดหาเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงาน	๑๐	๓,๔,๖,๘,๙,๑๑,๑๒,๑๓,๑๔,๑๕	๕๐.๐๐
๔	รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกจำหน่าย	๑๔	๑,๔,๕,๖,๘,๙,๑๑,๑๒,๑๓,๑๔, , ๑๖,๑๘,๑๙,๒๐	๗๐.๐๐
๕	ชุมชนเน้นการพึ่งตนเองเป็นหลักและยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง	๑๑	๑,๒,๔,๕,๖,๘,๙,๑๐,๑๕, ๑๘,๒๐	๕๕.๐๐
๖	เปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็นหาทางออกร่วมกัน	๑๓	๔,๖,๗,๘,๙,๑๐,๑๑,๑๒,๑๓, ๑๔,๑๕,๑๗,๒๐	๖๕.๐๐
๗	มีระบบการบริหารจัดการเพื่อความโปร่งใส	๗	๑,๓,๗,๘,๑๑,๑๕,๒๐	๓๕.๐๐
๘	หน่วยงานรัฐมีการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชน	๑๓	๑,๒,๓,๔,๕,๖,๘,๑๒,๑๓,๑๕, ๑๘,๑๙,๒๐	๖๕.๐๐
๙	ชุมชนรวมตัวกันเพื่อหาทางออกให้กับชุมชน	๕	๓,๖,๘,๑๐,๑๕	๒๕.๐๐
๑๐	คนในชุมชนเกิดสำนึกผิดชอบรักชุมชนของตนเอง	๑๒	๑,๒,๓,๔,๕,๖,๗,๘,๙,๑๕, ๑๘,๒๐	๖๐.๐๐

สรุป

ในโลกปัจจุบันเราไม่อาจปฏิเสธกระแสแห่งโลกาภิวัตน์ได้เลย ชุมชน เป็นปัจจัยแรกที่มีพื้นฐานและโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่รากฐานอย่างเดียวกัน พึ่งพาอาศัยกันอย่างเครือญาติและภายใต้กฎจารีตประเพณีเดียวกัน ดังนั้นชุมชนจึงอาจเป็นฐานในการศึกษาและการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากระดับจุลภาคไปสู่ระดับมหภาคได้อย่างยั่งยืน เพราะฐานทางสังคมแข็งแกร่ง การเสริมสร้างศักยภาพของการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนให้มีความมั่นคง เข้มแข็งให้ได้นั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับระดับคุณภาพและรายได้ของประชาชนในชุมชนโดยอาศัยกระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเปิดโอกาสให้สังคมและชุมชนได้พัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการปัญหาได้ด้วยตนเอง โดยสามารถตอบสนองต่อความต้องการและการกระจายการพัฒนาได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพด้วยการส่งเสริมโอกาสให้มีการกระจายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนในอนาคตควรส่งเสริมให้ชุมชนสร้างความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้โดยการพัฒนาให้ชุมชนมีสถานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงเป็นฐานสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ เป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยชุมชน ในการรับมือกับการเปิดการค้าเสรีที่เริ่มครอบงำเศรษฐกิจภายในประเทศและเป็นตัวกำหนดทิศทางการค้าของภาครัฐและเอกชน

ในขณะเดียวกัน ร้านค้าชุมชน ซึ่งสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง แม้จะไม่มีคำว่า “มูลค่าหรือเงินตรา” มาเป็นตัวล่อก็ตาม ก็สามารถมีอยู่มีกินได้จากเศรษฐกิจเพื่อยังชีพตามภูมิปัญญาท้องถิ่นภายในชุมชน ไม่ต้องรอการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ จึงเป็นรากฐานที่มั่นคงในสมรรถภูมิการค้าเสรีตามทฤษฎีทุนนิยมใหม่อันดุเดือด ซึ่งเป็นอาวุธที่สมศักดิ์ศรีและสมเกียรติของประเทศไทยท่ามกลางภาวะที่แก่งแย่งตลาดและปัจจัยการผลิตต่างๆ (แรงงานราคาถูก ทรัพยากรธรรมชาติ) และเศรษฐกิจชุมชนนำก็อาจพัฒนาทางเศรษฐกิจนำไปสู่การเพิ่มพลวัตให้กับการค้าระหว่างประเทศในแง่มีอัตลักษณ์ตามภูมิปัญญาของท้องถิ่น ภายใต้ความพอเพียงคือพอประมาณ สมดุล ยั่งยืนและภูมิคุ้มกันที่ได้อันเป็นการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

บทที่ ๕

สรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาโดยการทบทวนเอกสารจากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการออกแบบสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการร้านค้าชุมชนเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของสังคมไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ เพื่อศึกษาการดำเนินงานร้านค้าชุมชน เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอ ดังนี้

สรุป

การศึกษาวิจัย เรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

๑. การดำเนินงานร้านค้าชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

ร้านค้าชุมชนเป็นความต้องการของชาวบ้านที่อยากป้องกันเงินไหลออกนอกชุมชน ซึ่งเมื่อก่อนการซื้อสินค้าจะเข้าไปซื้อในเมืองเงินทุกบาททุกสตางค์ก็เอาไป ให้เขาหมดตรงนี้เอง เมื่อทุกคนมองเห็นและมีจิตสำนึกตรงนี้ ร้านค้าชุมชนจึงเกิดจากความร่วมมือร่วมใจกัน ร้านค้าชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านแล้วยังอาจเกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของสถาบันต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชน และฝ่ายวิชาการ ด้วยการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาของชุมชนแต่ทั้งนี้หน่วยงานจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีต่าง ๆ มาสู่ชุมชนได้ ธุรกิจชุมชนไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของแต่ละชุมชน สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ นอกจากนี้การผลิตของร้านค้าชุมชนเป็นการผลิตที่มีได้มุ่งหวัง หรือเน้นผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเท่านั้น หากแต่ยังเน้นให้ผลตอบแทนที่ได้รับกระจายไปสู่สมาชิกของชุมชนให้มากที่สุด นอกเหนือจากการใช้ไปเพื่อขยายกิจการในส่วนของการระดมทุนมีส่วนร่วมนั้นสมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเสนอความคิดเห็นแต่การออกเสียงชี้ขาดเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่แต่ละบุคคลถือครอง ทั้งนี้ สมาชิก

ในชุมชนจะต้องเลือกเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ในกรณีที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัทสำหรับหัวใจของการดำเนินการในแนวทางเลือก “ร้านค้าชุมชน” ได้แก่ การพึ่งตนเองให้มากที่สุดทั้งในด้านการผลิตและที่สำคัญคือ ด้านการตลาด เป็นการรวบรวมสินค้าของสมาชิกก่อนเป็นอันดับแรก ที่เหลือจึงจะเป็นรายการสินค้าทั่วไปที่ต้องกินต้องใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ทั้งนี้พนักงานขายในร้านค้าจะต้องมาจาก ลูก/หลานของสมาชิกเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนร้านค้าชุมชนสามารถแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบ ในช่วงที่สมาชิกในชุมชน ไม่มีรายได้ตามฤดูกาลซึ่งระบบร้านค้า สามารถดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิก และเป็นที่พักของทุกคนในชุมชน

เป้าหมายการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

๑. การดับทุกข์
๒. การสร้างสังคมให้เกิดความสันติสุขและความมั่นคงทางจิตใจ
๓. การสร้างสุขภาวะ ความเอื้ออาทร เศรษฐกิจแบบพอเพียง ลดการบริโภคแบบวัตถุนิยม
๔. การพัฒนาแบบยั่งยืนและการพึ่งตนเองของคนในชุมชน ภายใต้การเรียนรู้ การเอื้ออาทร และการเผยแพร่ความรู้ร่วมกัน
๕. การปลดหนี้สินของคนในชุมชน (ปลดทาสให้เป็นไท ปลดใจจากวัตถุ)
๖. เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ยั่งยืน และมีความสุข โดยทุกคนมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการจัดการดำเนินงานร้านค้าชุมชน

๒. ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน มีรายละเอียด ดังนี้

ธุรกิจช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ถึงครั้งแรกของปี พ.ศ. ๒๕๔๐ เฉลี่ยไตรมาสร้อยละ ๑๑.๓ ส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกไทยประสบปัญหาสภาพคล่อง และมีหนี้ต่างประเทศจำนวนมาก ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องหาผู้ร่วมลงทุนกิจการค้าปลีกและค้าส่งสินค้าอุปโภค เพื่อให้นักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Tradition Trade) มาเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มากขึ้น

ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน สาเหตุหลักเกิดจากการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีผลต่อการปรับปรุงการดำเนินงานของร้านค้าชุมชน หลัก ๆ ๔ ด้าน คือ

๑. ผลกระทบต่อผู้บริโภค ได้ประโยชน์จากการซื้อสินค้าได้ในราคาถูก สินค้ามีหลากหลาย สามารถหาซื้อได้ในสถานที่เดียว ทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก และที่ทำงาน

๒. ผลกระทบต่อร้านค้าดั้งเดิม จำนวนลูกค้า และยอดขาย ของร้านค้าดั้งเดิมลดลง เนื่องจาก ผู้บริโภค เปลี่ยนไปซื้อร้านค้าสมัยใหม่ แต่ก็โอกาสซื้อ ในร้านค้าดั้งเดิมอยู่บ้างแต่จำนวนไม่มากนัก และร้านค้าแบบดั้งเดิม ปรับเปลี่ยนรูปแบบไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากต้นทุนจำกัด นอกจากนี้เองร้านค้ายังหันไปซื้อสินค้าจากห้างค้าปลีกสมัยใหม่ด้วย เนื่องจากรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ

๓. ผลกระทบต่อผู้ค้าส่ง การแข่งขันด้านราคา ในสินค้าบางชนิด เนื่องจากรายการส่งเสริมการขาย การให้เครดิตกับร้านค้าจากที่เคยขายเงินสด ขายสินค้าทางโทรศัพท์ จากเดิมลูกค้าโทรมาเอง และขายสินค้า คนละตัวกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่

๔. ผลกระทบต่อผู้จัดหาสินค้า อำนาจการต่อรองเปลี่ยนไปอยู่ที่ ผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้ต้องเพิ่มการใช้เงินงบประมาณสำหรับ การจัดรายการส่งเสริมการขาย พื้นที่ส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นผลให้กำไรจากการดำเนินการน้อยลง

๓. แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ เป็นการพัฒนาที่เน้นความเป็นชุมชน ให้มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้และเคลื่อนไหวภายใต้การให้ความสำคัญกับความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นหรือเมือง ซึ่งนอกจากจะต้องให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ กิจกรรมด้านการเมือง การปกครองโดยเฉพาะรากฐานที่ดีที่สุด คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของเมืองหรือชุมชนท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่หรือที่ตนกำเนิด ชุมชนในสังคมไทยท่ามกลางสถานะการเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อมและการสาธารณสุขที่เป็นอยู่ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อชุมชน และที่ผ่านมากระแสการสนับสนุนเรื่องความเป็นชุมชนหรือองค์กรชุมชนได้กลายมาเป็นกระแสหนึ่งที่ไหลขนานไปกับกระแสโลกาภิวัตน์

ข้อเสนอแนะ

จากศึกษาวิจัยเรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” ทำให้มีข้อเสนอแนะผู้มีหน้าที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

๑. ข้อเสนอในระดับปฏิบัติ

๑.๑ ข้อเสนอต่อองค์กรชุมชน

๑.๑.๑ ร้านค้าชุมชนต้องเป็นผู้ดำเนินการให้มีการจัดทำแผนชีวิต โดยเริ่มจากการทำบัญชีรายรับและรายจ่าย เงินออม หนี้สินในระบบและนอกระบบ รายจ่ายของครอบครัวและรายจ่ายเพื่อความบันเทิงและอบายมุข ใน ๓ ระดับ คือ ระดับบุคคล ระดับครอบครัว ระดับชุมชน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในการใช้จ่ายในทุกระดับ

๑.๑.๒ ร้านค้าชุมชนต้องบูรณาการทุนการเงิน เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มฌาปนกิจทุนสังคมวัฒนธรรม ทุนสติปัญญา ทุนทรัพยากร กองทุนหมู่บ้าน กองทุน SML ที่มีอยู่ในชุมชนรวมกันเพื่อให้เห็นภาพรวมของความพร้อมในการจัดการร้านค้าชุมชน

๑.๑.๓ ร้านค้าชุมชนควรมีการจัดสรรเงินจากกองทุนออมทรัพย์ กำไรวิสาหกิจ รายได้จากทรัพยากรธรรมชาติ เงินสมทบจากภาครัฐภาคเอกชนเพื่อจัดตั้งกองทุนสวัสดิการชุมชนให้ครอบคลุมผู้ด้อยโอกาสทุกกลุ่มในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกองค์กรชุมชนหรือไม่ก็ตาม

๑.๑.๔ เสริมสร้างองค์กรชุมชนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ในการจัดร้านค้าชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นและเป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่องค์กรชุมชนอื่นๆ

๑.๑.๕ ส่งเสริมให้ปราชญ์ชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้นำชุมชน วิทยากรกระบวนการ เป็นผู้ถ่ายทอดแนวคิดและแนวทางการจัดการร้านค้าชุมชน

๑.๑.๖ องค์กรชุมชนต้องจัดทำแผนสวัสดิการและแผนชีวิตชุมชนบรรจุเข้าไปในแผนแม่บทชุมชนและผลักดันให้เข้าอยู่ใน แผนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและแผนองค์การบริหารส่วนจังหวัดอย่างสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของจังหวัด แผนพัฒนางานสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์แห่งชาติรวมทั้งนโยบายของรัฐบาล

๒.๒ ข้อเสนอต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๑.๒.๑ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องบรรจุ ร้านค้าชุมชนเข้าสู่แผนงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกระดับ โดยใช้แผนแม่บทชุมชนเป็นตัวเชื่อม

๑.๒.๒ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องส่งเสริมสนับสนุนและผลักดันให้มีการจัดสรรงบประมาณสมทบเข้าร้านค้าชุมชน ในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นศักยภาพของชุมชน และค่อยๆ ลดลงเมื่อมีความพร้อมมากขึ้นเพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเอง ในการจัดสวัสดิการร้านค้าชุมชน

๒. ข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย

ข้อเสนอต่อรัฐบาลและกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

๒.๑ รัฐบาลกำหนดให้ร้านค้าชุมชน เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาความยากจนและเป็นวาระแห่งชาติ

๒.๒ รัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้ร้านค้าชุมชน เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ในที่สุดอันเป็นเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพความมั่นคงในการดำรงชีวิตและยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ซึ่งร้านค้าชุมชนจะทำได้ยิ่งกว่า เพราะบริหารจัดการเองโดยใช้ทุนทางสังคมขับเคลื่อน

๒.๓ รัฐบาลจัดสรรงบประมาณจากส่วนกลางไปสู่ร้านค้าชุมชน โดยตรงในสัดส่วนเหมาะสมที่จะก่อให้เกิดการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจและทางสังคมควบคู่กันไปและรัฐบาลต้องลดความสำคัญในการใช้เงินเป็นเครื่องกระตุ้นบริโภคนิยม โดยใช้เงินเป็นเพียงเครื่องมือในการรวมพลัง การสร้างความเชื่อมั่นและความเอื้ออาทรเพื่อฟื้นฟูและพัฒนาทุนทางสังคมที่มีอยู่ในท้องถิ่น

๒.๔ รัฐบาลให้องค์กรชุมชนมีส่วนร่วมในการออกกฎหมายสวัสดิการร้านค้าชุมชน และในการบริหารจัดการร้านค้าชุมชนที่มีอยู่ตามกฎหมาย

๒.๕ รัฐบาลส่งเสริมร้านค้าชุมชนให้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาคประชาชนในการสร้างองค์ความรู้เรื่องร้านค้าชุมชน

๒.๖ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของเจ้าหน้าที่จากการให้สวัสดิการ โดยรัฐเป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริม และเป็นพี่เลี้ยงชั่วคราวให้แก่ร้านค้าชุมชน จนเข้มแข็งสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้โดยการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อปรับกระบวนการทัศน์และติดอาวุธทางปัญญาให้ซึ่งเป็นเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์การปรับระบบการบริหารจัดการเพิ่มประสิทธิภาพความทันสมัยและความโปร่งใสในการทำงาน

๒.๗ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ให้การส่งเสริมสนับสนุน กระตุ้นและผลักดันให้ภาคประชาชน โดยองค์กรชุมชนเข้ามารับบทบาทหลักในการจัดร้านค้าชุมชนตามความพร้อมแต่ละองค์กร ฯลฯ

๓. ข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมสัมมนาวิจัย

๓.๑ การส่งเสริมบทบาทของปราชญ์ชาวบ้าน ในการนำทางความคิดในการจัดการร้านคำชุมชน เพื่อเป็นแกนนำในการขยายผลองค์ความรู้ ความศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา และทรัพยากรในชุมชน

๓.๒ การบริหารและจัดการการร้านคำชุมชนต้องคำนึงถึงคน เวลา สถานที่ วัฒนธรรม ความเชื่อและวิถีชีวิตของชุมชน

๓.๓ การยอมรับในความแตกต่าง เพื่อกำหนดเป้าหมาย รูปแบบ วิธีการ แนวทางในการจัดการร้านคำชุมชนขององค์กรชุมชน

๓.๔ การสรรหาผู้เข้าร่วมทำงานการร้านคำชุมชน ควรขยายงานอย่างกว้างขวางครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนา ทฤษฎีรากหญ้า สู่รากแก้ว

๓.๕ การพัฒนาการร้านคำชุมชนเป็นแนวคิดที่มีความละเอียดอ่อน โดยต้องเริ่มจากการพัฒนาทุนทางจิตใจเฉพาะทุนที่เกิดจากภายใน

๓.๖ ผู้นำการร้านคำชุมชน เมื่อเปลี่ยนสถานะภาพ บทบาท เป็นผู้นำของท้องถิ่น ควรมีจิตสำนึกรักบ้านเกิด บทบาทในการนำและจิตสำนึก จิตวิญญาณจะต้องไม่เปลี่ยนแปลง

๓.๗ สถาบันการศึกษาควรจัดหลักสูตรเกี่ยวกับการจัดการร้านคำชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้ศึกษาเรื่องทุนทางสังคม เอกลักษณะท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สรุปรบเรียนร่วมกัน เพื่อสะสมองค์ความรู้

๓.๘ ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีนักวิจัยจากพื้นที่ และผู้นำขององค์กรชุมชนมีส่วนร่วมในการทำวิจัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

การพัฒนาชุมชน, กรม, กระทรวงมหาดไทย. รายงานการประเมินผลเพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บางกอกบล็อก, ๒๕๔๗.

การพัฒนาชุมชน, กรม, กระทรวงมหาดไทย. รายงานการประเมินผลเพิ่มทุนทางปัญญาพัฒนาชุมชน.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บางกอกบล็อก, ๒๕๔๗.

กษมา ทับทิมทอง และคณะ. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกิจการของร้านค้าปลีกแบบ

ดั้งเดิมในเขต อ.เมือง จ.เพชรบุรี. เพชรบุรี: สำนักพิมพ์แห่งราชภัฏเพชรบุรี, ๒๕๔๓.

เจริญผล สุวรรณโชติ. ทฤษฎีการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : อักษรไทย, ๒๕๔๔.

ดิน ปรัชญพฤทธิ์. หลักการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๕.

ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ ๑๑. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๓.

_____. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๓.

นุกูล พิกุล. (มปป.). การบริหารการค้าปลีก. เชียงใหม่ : คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

พงศ์พันธุ์ เขียวหิรัญ และคณะ. โครงการศึกษาจัดวางรูปแบบแผนงานเกษตรอินทรีย์เชิงท่องเที่ยว

และสุขภาพ ชาติดำรงเวช. ทฤษฎีหลักกว่าด้วยการบริหารนโยบายเศรษฐกิจ.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มีมิตร, ๒๕๔๕.

พัฒนาธุรกิจการค้า, กรม, กระทรวงพาณิชย์. รายงานประจำปี ๒๕๕๒. นนทบุรี, ๒๕๕๒.

พัติรา-ทรงจิตร พูลลาภ. พัฒนาการแนวความคิดการพัฒนาสังคม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เนติกุล

การพิมพ์, ๒๕๔๕.

ไพศาล รวีธงชัย. การศึกษาปัญหาในการดำเนินงานกิจการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาล

เมืองและสุขภาพิบาลรอบนอกในจังหวัดพิษณุโลกและสุโขทัย. พิษณุโลก: ภาควิชา

การตลาด คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม, ๒๕๓๕.

ภัทรกร พลพนาธรรม. การบริหารการค้าปลีกและการค้าส่ง. กรุงเทพมหานคร : คณะวิทยาการ

จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, ๒๕๕๑.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช. การฝึกอบรมให้ความรู้และอาชีพ. นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช, ๒๕๕๐.
- วารุณี ดันตวงศ์วานิช. ธุรกิจการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,
๒๕๕๒.
- วิจิตร ศรีสะอาด. หลักและระบบบริหารการศึกษา. เล่มที่ ๑. หน่วยที่ ๑-๒. นนทบุรี : ฝ่ายการ
พิมพ์สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาชิราช, ๒๕๒๓.
- วิศาล ศรีมหาวโร. การพัฒนาชนบท. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี : สำนักพิมพ์เมืองคนดี, ๒๕๔๒.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา.
กรุงเทพมหานคร: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์, ๒๕๔๑.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. ทฤษฎีองค์การ: ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร, ๒๕๔๕.
_____. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด, ๒๕๔๖.
- สถาพร ขวัญขึ้น. เมืองกาญจนบุรีเก่า. กรุงเทพมหานคร: กรมศิลปากร. ๒๕๓๔.
- สมยศ นาวิการ. การบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า, ๒๕๓๘.
- สนธยา พลศรี. ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๓.
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑-๑๐
(๒๕๐๔-๒๕๕๔). สำนักนายกรัฐมนตรี, ๒๕๐๔-๒๕๕๔.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. รายงานการสำรวจข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
(สถานประกอบการ). กรุงเทพมหานคร : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ๒๕๔๗.
- สุจินดา เขียมศรีพงษ์. กฤษฎาพร พงมาณศิริกุล. เสาวนีย์ สมันต์ศรีพร. สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์ และ
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาการเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๕ (พ.ศ.๒๕๔๕ - ๒๕๔๙). กรุงเทพมหานคร : สำนัก
นายกรัฐมนตรี, ๒๕๔๔.
- สุพิชชา เพ็ชรวัฒนา. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก
กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วศ.ม.
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๖.
- เสนาะ ดิยาว. หลักการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖.

อภิชัย พันธเสน. พัฒนาชนบทไทย: สมุทัยและมรรค แนวคิด ทฤษฎี และภาพรวมของการพัฒนา.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อัมรินทร์พรินต์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง, ๒๕๔๑.

อุทัย คุลเกษม และอรศรี งามวิทยาพงศ์. ระบบการศึกษากับชุมชน : กรอบความคิดและข้อเสนอ

เพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : แพลน พรินต์ติ้ง, ๒๕๔๐.

วารสารและหนังสือพิมพ์

ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์. “แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน”, วารสารการพัฒนาท้องถิ่น.

ปีที่ ๓ (ฉบับที่ ๑), มิถุนายน-กันยายน ๒๕๕๑.

ฐิติพร จาตุรวงศ์. “เจาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่”, ผู้จัดการ, ๒๕๕๑.

ธีรชัย ชุตินันต์, ประชาชาติธุรกิจเศรษฐกิจภูมิภาค. วันที่ ๐๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๗.

นภาพร ประสมทอง. “ปัญหาและแนวทางแก้ไขเพื่ออนาคตการค้าปลีกที่ยั่งยืน”. ทุนอุดหนุนจาก

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา ประเทศไทย (๒๕๕๓). วารสารวิชาการจัดการและ

สารสนเทศศาสตร์. ปีที่ ๖ (ฉบับที่ ๑), เดือน ตุลาคม ๒๕๕๓ – มีนาคม, ๒๕๕๔.

วารสารการวิจัยกาสะลองคำ ปีที่ ๔ (ฉบับที่ ๒), กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๓. หน้า ๑๖-๒๘.

อนุวัต สงสม. “บทความวิจัยเรื่อง แบบจำลองสมการโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อ

ความภักดีของลูกค้า :กรณีศึกษา ลูกค้าของกิจการค้าปลีกประเภทไฮเปอร์มาร์ท

ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา”, วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์. ปีที่ ๕ (ฉบับที่ ๑), มกราคม - มิถุนายน ๒๕๕๖.

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย เอกสารวิจัย

จินดา นุช กอนแสง. “ผลกระทบของร้านสะดวกซื้อต่อร้านค้าปลีกในอำเภอ แม่แตง จังหวัด

เชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๒.

ธนาภรณ์ แสงทอง. “ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล”. วิทยานิพนธ์

ดุขฎิบัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย

อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๕.

นิพนธ์ พวงพงศกร และคณะ. “การค้าปลีกของไทย: ผลกระทบของการแข่งขันจากผู้ประกอบการค้า

ปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ”. สถาบันวิจัย เพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ๒๕๔๕.

- วสันต์ กู้เกียรติกุล. “องค์กรเครือข่ายชุมชนตำบลบาโงยซิแน อำเภอยะหา จังหวัดยะลา”. รายงานการศึกษาวิจัย. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, ๒๕๔๔.
- วิทยา สุหฤทธดำรง (ดร.) และคณะ. “โครงการพัฒนาจำลองแบบโซ่อุปทานในการทำงานร่วมกันระหว่างธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง และการพัฒนาดัชนีชี้วัดสมรรถนะโซ่อุปทานธุรกิจการค้าปลีก”, ๒๕๕๐.
- สุกัญญา อินทะโชติ. “ผลกระทบต่อร้านค้าปลีกรายย่อยจากการเข้ามาของดีสเคาท์สโตร์ในเขต อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช”. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ นครศรีธรรมราช, ๒๕๔๕.
- สุวัฒน์ นิลคำ. “การศึกษาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ร้านจำหน่ายสินค้า ศูนย์บริการทางหลวง เขาโพธิ์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”. สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา, สถาบันภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบทมหาวิทยาลัยมหิดล, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๕๑.
- อรไท การกริตติกุล. “ผลกระทบจากการเติบโตของร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร, ๒๕๔๖.

สัมภาษณ์

- นายชนะ สุขพรหม, อดีตกำนันและนายก อบต.หนองสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๗.
- นายศิวโรจน์ จิตนิยม, สถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย หมู่ที่ ๔. สัมภาษณ์. ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.
- นางสาวบุบผา วัลลา, ผู้ช่วยเลขานุการสถาบันการเงินหนองสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๗.
- นายแรม เชียงกา, แกนนำกลุ่มเกษตรกรทำนาหนองสาหร่ายจังหวัดกาญจนบุรีสาหร่าย. สัมภาษณ์. ๒๖ มีนาคม ๒๕๕๗.
- นายธนู จารุพงษ์, รองนายกเทศมนตรี ตำบลรางหวาย. สัมภาษณ์. ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๗.
- นางพะเยาว์ สระทอง, กลุ่มน้ำพริกแม่พะเยาว์ ตำบลรางหวาย. สัมภาษณ์. ๓๐ มีนาคม ๒๕๕๗.
- นายวิจิต ตันชนสุนทร, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย. สัมภาษณ์. ๒๓ เมษายน ๒๕๕๗.
- นายเอื้อน พรหมชนะ, ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย. สัมภาษณ์. ๒๕ เมษายน ๒๕๕๗.
- นางสนอง สอนใจ, ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีอาสาพัฒนาเกษตรกร. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นายพรเลิศ เลี่ยนเครือ, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี.

สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นางสมหมาย แก้วประดิษฐ์, ประธานคณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัด

กาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นายประเสริฐ ลมพัด, คณะกรรมการเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์.

๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

คุณนิวัฒน์ เจริญกิจการ, อดีตประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๑๕ พฤษภาคม

๒๕๕๗.

นายวิชัย ล้อศิริ, นายกเทศมนตรีเมืองท่าเรือพระแท่น. สัมภาษณ์. ๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นายประทีป พงษ์วิทยานุกูล, ประธานเครือข่ายสภาที่ปรึกษา สศช. จ.กาญจนบุรี. สัมภาษณ์.

๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

คุณเมธา ชัยมงคลานนท์, ผู้ประกอบการ. สัมภาษณ์. ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง, ประธานศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค

จังหวัดกาญจนบุรี. สัมภาษณ์. ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นายอนุ เกตุแดง, รองประธาน อบต. ท่าเสา. สัมภาษณ์. ๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นายวิกิจ แก้วจิตคงทอง, ประธานกลุ่มผู้เลี้ยงโคนม. สัมภาษณ์. ๑๒ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

นายสำราญ แก้วอ่อน, สมาชิก อบต. ท่าเสา หมู่ ๔. สัมภาษณ์. ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗.

สนทนากลุ่ม

คุณพัฒนาพล ศิลปาภิสันท์, บริษัท ดี.เอส.อาร์ แทรเวลกาญจนบุรี. สนทนากลุ่ม. ๕ มิถุนายน

๒๕๕๗.

นายปัญญา วุฒิประจักษ์, เลขานุการหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี. สนทนากลุ่ม. ๕ มิถุนายน

๒๕๕๗.

นางกาญจนา คูหากาญจน์, กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซี.เค.อินคัสทรี (2000) จำกัดกาญจนบุรี.

สนทนากลุ่ม. ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗.

อ.จักรกฤษณ์ โพธิ์แพ่งพุ่ม, อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. สนทนากลุ่ม. ๕ มิถุนายน

๒๕๕๗.

นายพิสิษฐ์ ยินดีวี, กลุ่มต้นน้ำแคว ประชาสังคมจังหวัดกาญจนบุรี. สนทนากลุ่ม. ๕ มิถุนายน

๒๕๕๗.

นางทิวพร ศรีวรกุล, ผู้อำนวยการศูนย์กิจกรรมธรรมชาติและทำมะขามจังหวัดกาญจนบุรี. สนทนา
 อาจารย์สิริมา เจริญศรี, อาจารย์ประจำวิทยาลัยอาชีวศึกษากาญจนบุรี. สนทนากลุ่ม. ๘ มิถุนายน
 ๒๕๕๗.

นายศิวิโรฒ จิตนิยม, ประธานกรรมการสถาบันการเงินชุมชนตำบลหนองสาหร่าย. สนทนากลุ่ม.
 ๘ มิถุนายน ๒๕๕๗.

นายสันตพงษ์, ผู้จัดการหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี. สนทนากลุ่ม. ๘ มิถุนายน ๒๕๕๗.

นางสาวลินดา นครชัย, นายกสโมสรโรตารี E-club ประจำปี ๒๕๕๖ จังหวัดกาญจนบุรี, กรรมการ
 หอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี. สนทนากลุ่ม. ๘ มิถุนายน ๒๕๕๗.

ภาษาต่างประเทศ

Books

Harold Koontz and Weihrich Heize. Essential of Management. 5th. Singapore : McGraw-Hall,
 1990.

Luther Gulick and Lyndall Urwick. Papers on the Science of Administration. New York :
 Institute of Public Administration, 1937.

Price, Alan. Human Resourec Management. In a Business Context. 2 edition. London :
 Thomson Learning, 2004.

Paul Hersey and Kenneth H. Blanchard. Management of Organization Behavior. New Jersey :
 Prantice-Hall, Inc., 1977.

Wrigley. N. and Lowe, M. S. Reading Retail: A Geographical Perspective on Retailing and
 Consumption Spaces. London. UK., 2000.

Journals and Newspapers

Yao-Su Hu, 'Global or Stateless Corporations are National Firms with International Operations',
 California Management Review, Winter 1992.

Thesis

Bhathagar, Amit. “An Inquiry into the Determinants of Store Assortments, Retail Formats and Patronage Patterns (Consumers)”. Ph.D. dissertation, State University of New York at Buffalo, 1998.

Fox, Edward, Joseph. “Analysis of Household Shopping Behavior across Retail Formats” (Chain Stores). Ph.D. dissertation, University of Pennsylvania, 1999.

Jones, R. W. “A Three-Factor Model in Theory, Trade, and History”. in Bhagwati, et al., eds., Trade, Balance of Payments, and Growth: Essays in Honor of C. P. Kindleberger. Amsterdam: North-Holland, 1982.

ภาคผนวก

ผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)

เรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ”

ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนทั้งสิ้น ๒๐ คน ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน ๒๐ คน

คำชี้แจง

๑. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนทั้งสิ้น ๒๐ คน

๒. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ มีทั้งหมด ๔ ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ ๒ ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๓ ส่วนที่ ๓ การดำเนินงานร้านค้าชุมชน

ส่วนที่ ๔ แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลผู้ให้ข้อมูล

๑. ชื่อ..... นามสกุล.....อายุ.....ปี

๒. ที่อยู่เลขที่..... หมู่ที่..... ตำบล.....

อำเภอ..... จังหวัด.....

๓. ระดับการศึกษา.....

๔. ตำแหน่ง.....

๕.....พักอาศัยอยู่ในพื้นที่.....

๖ .จำนวนพื้นที่ถือครอง.....

๗ .สัมภาษณ์เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

๘ .หมายเลขโทรศัพท์.....

ส่วนที่ ๒ ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๑. ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีผลกระทบต่อการทำงานของร้านค้าชุมชน อย่างไรบ้าง?

.....
.....

๒. ท่านคิดว่าสาเหตุที่ก่อให้เกิดผลกระทบจากการขยายตัวของ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชนอย่างไรบ้าง ?

.....
.....

ส่วนที่ ๓ การดำเนินงานร้านค้าชุมชน

๑. ร้านค้าชุมชนได้ก่อตั้งเมื่อใด ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้นกี่คน มีการระดมหุ้นจากสมาชิกคนละเท่าไร และมีการจัดสรรเงินปันผลให้แก่สมาชิก อย่างไรบ้าง?

.....
.....

๒. จากการดำเนินงานจนถึงปัจจุบัน กิจการของร้านค้าชุมชน ของท่านถือว่าประสบความสำเร็จอย่างไรบ้าง?

.....
.....

๓. ท่านมีการจัดการการควบคุมภายในของร้านค้าชุมชนอย่างไร?

๑. ด้านการจัดการสินค้า

.....
.....

๒. ด้านการบริหารงานของคณะกรรมการและคนขายในร้านค้าชุมชน

.....
.....

๓. ด้านการบริหารสินทรัพย์ของร้านค้า

.....
.....

๔. ด้านการส่งเสริมการขาย

.....
.....

๕. ด้านการบันทึกบัญชีของร้านค้า

.....
.....

๔. ท่านมีแนวทางการพัฒนาร้านค้าชุมชนของท่านให้มีความทันสมัย และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ให้มีประสิทธิภาพได้อย่างไร?

.....
.....

ส่วนที่ ๔ แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากรุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

๑. ผลกระทบที่เกิดจากรุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อร้านค้าชุมชนของท่านอย่างไร?

.....
.....

๒. ท่านมีแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากรุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) อย่างไรบ้าง ?

.....
.....

๓. ท่านมีแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากรุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน อย่างไรบ้าง ?

.....
.....

(ลงชื่อ).....

(นายธีรชัย ชุตินันต์)

ผู้สัมภาษณ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เวลา.....น.

ผนวก ข

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๒๐ ท่าน ดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	พื้นที่ศึกษา	หมายเหตุ
๑	นายชนะ สุขพรหม	อดีตกำนันและนายก อบต. หนองสาหร่าย	หนองสาหร่าย	
๒	นายศิวโรจน์ จิตนิยม	สถาบันการเงินชุมชน ตำบลหนองสาหร่าย หมู่ที่ ๔		
๓	นางสาวบุบผา วัลลา	ผู้ช่วยเลขานุการสถาบัน การเงินหนองสาหร่าย		
๔	นายแรม เชียงกา	แกนนำกลุ่มเกษตรกรทำนา หนองสาหร่าย จังหวัดกาญจนบุรีสาหร่าย		
๕	นายธนู จารุพงษ์	รองนายกเทศมนตรี ตำบลรางหวาย	รางหวาย	
๖	นางพะเยาว์ สระทอง	กลุ่มน้ำพริกแม่พะเยาว์ ตำบลรางหวาย		
๗	นายวิจิต ตันชนสุนทร	ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย		
๘	นายเอื้อน พรหมชนะ	ผู้ใหญ่บ้านบ้านรางหวาย		
๙	นางสนอง สอนใจ	ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สตรีอาสาพัฒนาเกษตรกร	อุโลกสี่หมื่น	
๑๐	นายพรเลิศ เลี่ยนเครือ	ประธานคณะกรรมการ เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี		

ลำดับ	รายชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	พื้นที่ศึกษา	หมายเหตุ
๑๑	นางสมหมาย แก้วประดิษฐ์	ประธานคณะกรรมการ เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี		
๑๒	นายประเสริฐ ทมพัด	คณะกรรมการเครือข่าย ท่องเที่ยวเชิงเกษตร จังหวัดกาญจนบุรี		
๑๓	คุณนิวัฒน์ เจริญกิจการ	อดีตประธานหอการค้า จังหวัดกาญจนบุรี	ทำเรือพระแท่น	
๑๔	นายวิชัย ล้อศิริ	นายกเทศมนตรี เมืองท่าเรือพระแท่น		
๑๕	นายประทีป พงษ์วิทยานุก	ประธานเครือข่าย สภาที่ปรึกษา สศช . จังหวัดกาญจนบุรี		
๑๖	คุณเมธา ชัยมงคลานนท์	ผู้ประกอบการ		
๑๗	นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง	ประธานศูนย์สาธิตการเกษตร ร้านค้าชุมชนตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี	ท่าเสา	
๑๘	นายอนุ เกตุแดง	รองประธาน อบต ท่าเสา .		
๑๙	นายวิกิจ แก้วจิตคงทอง	ประธานกลุ่มผู้เลี้ยงโคนม		
๒๐	นายสำราญ แก้วอ่อน	สมาชิก อบต ๔ท่าเสา หมู่ .		

ผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ในวันจันทร์ที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๕๗ เวลา ๑๓.๐๐-๑๕.๐๐ น.

ห้องประชุม สำนักงานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี

ตำบลปากแพรก อำเภอเมืองกาญจนบุรี กาญจนบุรี ๗๑๐๐๐

ดำเนินงานรายการโดย คุณฉัตรพงศ์ เทพวงศ์ - นายธีรชัย ชูติมันต์

ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) สำหรับเก็บข้อมูลจาก
ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๑๐ ท่าน ดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	พื้นที่ศึกษา	หมายเหตุ
๑.	คุณพัฒนาพล ศิลปกิจสันทน	บริษัท ดีแตรเวล เอส.อาร์. กาญจนบุรี		
๒.	นายปัญญา วุฒิประจักษ์	เลขาธิการหอการค้า จังหวัดกาญจนบุรี.		
๓.	นางกาญจนา กุหากาญจน์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซี(เค.อินคัสที) (2000. จำกัดกาญจนบุรี		
๔.	อัครกฤษณ์. โพธิ์แพ่งพุ่ม	อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏ กาญจนบุรี		
๕.	นายพิสิษฐ์ ยินดีวี	กลุ่มต้นน้ำแคว ประชาสังคม จังหวัดกาญจนบุรี		
๖.	นางทิวาพร ศรีวรกุล	ผู้อำนวยการศูนย์กิจกรรม ธรรมชาติท่ามะขาม จังหวัดกาญจนบุรี		
๗.	อาจารย์สิริมา เจริญศรี	อาจารย์ประจำวิทยาลัย อาชีวศึกษากาญจนบุรี		

ลำดับ	รายชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	พื้นที่ศึกษา	หมายเหตุ
๘	นายศิวโรฒ จิตนิยม	ประธานกรรมการสถาบัน การเงินชุมชน ตำบลหนองสาหร่าย		
๙	นายสันตพงษ์	ผู้จัดการหอการค้า จังหวัดกาญจนบุรี.		
๑๐	นางสาวลินดา นครชัย	นายกสโมสรโรตารี E-club ประจำปี ๒๕๕๖ จังหวัดกาญจนบุรี , กรรมการหอการค้า จังหวัดกาญจนบุรี		

ผนวก ง

ประมวลภาพการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview)

สภาพทั่วไป ร้านค้าชุมชน



การบริหารสินทรัพย์ของร้านค้า



ภาพการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกการบันทึกบัญชีของร้านค้า



ภาพการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง ประธานศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี



นายพิพัฒน์ แก้วจิตคงทอง ประธานศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี



สภาพทั่วไปร้านค้าชุมชนการส่งเสริมการขาย



การจัดการสินค้า



สภาพทั่วไปร้านค้าชุมชนการส่งเสริมการขาย



ผนวก จ

ประมวลภาพการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)



การสนทนากลุ่ม)Focus Group Discussion) (ต่อ)



ผนวก ฉ

ข้อมูลลงรายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ที่ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

วาระการประชุมหรือ การพัฒนาชุมชนโอท็อปฯ

ครั้งที่ 3/2557 วันที่ 9 มิถุนายน 2557

ณ ห้องประชุมสำนักงานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี

ลำดับ	ชื่อ สกุล	หน่วยงาน	เบอร์ติดต่อ	อีเมล
1	กัญญา ธีระชัย (พิมพ์)	บริษัท แอลเอที จำกัด	082-8487292	
2	ศิริวิภา นามานนท์	หอการค้ากาญจนบุรี	081-9266769	
3	ประไพพร อธิวงค์	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	091-8572500	asana-ai@hotmail.com
4	พศิณีรัตน์ นนทวิเศษ	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	087918763	
5	พนัสพร อธิวงค์	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	091-856688	perlek@hotmail.com
6	พรวิภา อธิวงค์	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	081-3712073	siamyng@gmail.com
7	สิริมาษา (สิริมาษา)	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	081-9035018	siimasha299@hotmail.com
8	ประไพพร อธิวงค์	มวท.กาญจนบุรี	097-1519771	
9	กัญญา ธีระชัย	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	081-9266769	YINDUEE@YAHOO.COM
10	กัญญา ธีระชัย	หอการค้า	08-1928-9522	kanokos@gmail.com
11	กัญญา ธีระชัย	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	081-7637391	STHNIYOM@gmail.com
12	กัญญา ธีระชัย	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	081-8081725	Justice1987@gmail.com
13	กัญญา ธีระชัย	ศูนย์พัฒนาฯ หนองปรือ	081-9445839	ck_tea@hotmail.com

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นายธีรชัย ชุติมันต์
วัน เดือน ปี เกิด	๒๓ สิงหาคม ๒๕๐๓
การศึกษา	ปริญญาตรี เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปริญญาโท สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ปริญญาเอก รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ประวัติการทำงาน	๑. หัวหน้าผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจือทิพย์ ปี ๒๕๓๓ - ปัจจุบัน ๒. หัวหน้าผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด สยามเนเจอร์แคร์ กรุ๊ป ปี ๒๕๓๕ - ปัจจุบัน ๓. กรรมการผู้จัดการ บริษัท ธีรพัฒนเทรดดิ้ง จำกัด ปี ๒๕๔๐ - ปัจจุบัน ๔. ประธานกรรมการ บริษัท เทพเมืองทอง พรีเมียมเทรดดิ้ง แอนด์ เทรดดิ้ง จำกัด ปี ๒๕๔๒ - ปัจจุบัน
ตำแหน่งปัจจุบัน	ประธานหอการค้า จังหวัดกาญจนบุรี

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นายธีรชัย ชูติมันต์

หลักสูตร ปรอ. รุ่นที่ 26

ตำแหน่ง ประธานหอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลมีนโยบายในการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพื่อมิให้เกิดการกระจุกตัวแต่เฉพาะในส่วนกลางเท่านั้น นอกเหนือไปจากการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาค ในการพัฒนาประเทศยังได้มีการปรับเปลี่ยนโดยมุ่งเน้นความสำคัญของประชาชนเป็นสำคัญ โดยถือว่า “ประชาชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา แนวทางหนึ่งที่จะสามารถนำพาชุมชนไปสู่ความเข้มแข็งได้นั้น คือ ชุมชนต้องสามารถจัดการปัญหาธุรกิจได้ด้วยตัวเอง ซึ่งการจัดการปัญหาธุรกิจชุมชนและพัฒนาคำเนินงาน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชนได้นั้น การจัดการดังกล่าวอาจจะอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่ม เช่นองค์กร “ร้านค้าชุมชน”

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ โดยรวมของประเทศ นับตั้งแต่บทบาท ในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย เป็นแหล่งสร้างการจ้างงานและแหล่งที่สร้างรายได้ที่สำคัญ นอกจากนี้ยังเป็นธุรกิจที่เติบโตควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย มาเป็นเวลานาน ยังมีความใกล้ชิดกับประชาชนโดยตรง ด้วยลักษณะการซื้อขายส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจค้าปลีก หรือมูลค่าของธุรกิจค้าปลีก จะสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมและปริมาณการบริโภคของประชาชนภายในประเทศได้เป็นอย่างดี

การก่อเกิดของ ร้านค้าชุมชน ตั้งอยู่บนการมองถึงผลกระทบที่จะมีต่อร้านค้าอื่นๆ ซึ่งตั้งมาก่อนแล้ว โดยก่อนการตั้งร้านค้าจะมีการสำรวจว่าแต่ละร้านนั้น ขายสินค้าอะไร แล้วร้านค้าชุมชนจะขายอะไร เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนและก่อความเดือดร้อนให้กับคนอื่น ๆ อันเป็นลักษณะของการทำงานที่เอื้อเพื่อต่อกัน และสินค้าที่ร้านค้าชุมชนเลือกขายก็หลีกเลี่ยงที่จะให้ซ้ำกับสินค้าของร้านค้าชุมชนอื่นๆ ด้วยการออกแบบโดยการคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวม ทำให้ร้านค้าชุมชนในขณะนี้กลายเป็นแม่ของร้านค้าอื่นๆ ไปโดยปริยาย คนในชุมชนพากันมาซื้อสินค้าที่ร้านของตัวเองจะขายจากร้านค้าชุมชน นอกจากจะไม่ต้องเสียค่าเดินทางมากแล้ว ยังจะได้รับปันผลจากการเป็นสมาชิกของร้านค้าชุมชนด้วย นอกจากนี้กำไรที่ได้จากการดำเนินการของร้านค้าชุมชน

นอกจากจะกลับคืนสู่สมาชิกแล้วยังมีส่วน เพื่อประโยชน์ของชุมชนด้วย กล่าวคือ ถ้าใครส่วนหนึ่งนำมาช่วยเหลือผู้ที่ยากไร้กว่า อีกส่วนหนึ่งมีไว้สำหรับการพัฒนาชุมชน การระดมทุนมีฐานคิดที่ความเท่าเทียมกัน โดยกำหนดหุ้นเป็นครอบครัว หนึ่งครอบครัวลงหุ้นได้ไม่เกิน 10,000 บาท ในครอบครัวจะมีสมาชิกกี่คนก็ได้ ทั้งนี้เพื่อกำหนดการมีส่วนร่วมทั้งครอบครัว และขอบเขตที่ต้องระบุ เช่นนี้ เพื่อว่าจะเกิดการกระจายหุ้นอย่างทั่วถึง และไม่กระจุกตัวที่คนใดคนหนึ่ง หรือครอบครัวใดครอบครัวหนึ่ง โดยเฉพาะนอกจากนี้ ร้านค้ายังเปิดโอกาสให้สำหรับกลุ่มต่างๆ ที่ตอบสนองต่อการบรรเทาทุกข์สร้างสุขของชุมชน สามารถลงหุ้นได้ไม่เกิน 20,000 บาท ดังจะเห็นได้ว่า หุ้นในร้านค้าชุมชนมีกลุ่มต่างๆ เข้าถือหุ้นอยู่ด้วย และนำส่วนต่างของกำไรเหล่านั้นปันผลเพื่อชุมชน และสร้างกลุ่มให้มีรายได้ขึ้นมา โดยให้แต่ละกลุ่มหนุนเสริมซึ่งกันและกัน มุมมองและวิถีคิดแบบนี้ จึงสร้างความเป็นกลุ่มที่ร้อยกันเป็นพวง สร้างรายได้หลายทาง แต่ผลกำไรทั้งหมดตกอยู่กับสมาชิกทุกคน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ซึ่งศึกษาจากร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน การดำเนินงานร้านค้าชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี และแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการค้ากับ ควบคุมและดูแลระบบร้านค้าชุมชน เพื่อพัฒนาระบบร้านค้าชุมชนของไทยให้เป็นระบบที่เข้มแข็งอันจะส่งเสริมต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานร้านค้าชุมชน
2. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการวิจัย “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” ดังนั้น จึงกำหนดขอบเขตเนื้อหาโดยการ ทบทวนเอกสารจาก หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทาง อินเทอร์เน็ต รวมถึงการออกแบบสัมภาษณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการร้านค้าชุมชนเพื่อความ มั่นคงทางเศรษฐกิจของสังคมไทย

2. ขอบเขตด้านประชากรการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้าน ประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) 2 กลุ่ม คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยผู้วิจัยได้ เก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วย เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยเก็บข้อมูลจาก ตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชน ของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 20 คน และ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการ สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้วิจัยได้คัดเลือก ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิก ร้านค้าชุมชน และสมาชิกร้านค้าชุมชนของหมู่บ้านที่เลิกกิจการไปแล้ว ในจังหวัดกาญจนบุรี รวม ทั้งสิ้น 10 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาการใช้พื้นที่ ในองค์การบริหารส่วนตำบลหนองสาหร่าย, องค์การบริหารส่วนตำบลรางหวาย, องค์การบริหารส่วนตำบลลูโลกสีห์มื่น, เทศบาลตำบลท่าเรือ พระแท่น และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา ในจังหวัดกาญจนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการวิจัย “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้ แบ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยผู้วิจัยได้แบ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) และผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้าง แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้อุปกรณ์เครื่องบันทึกเสียงเพื่อช่วยบันทึกข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) และการวิเคราะห์ข้อมูล การ วิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ซึ่งจะดำเนินการ วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นต่างๆ คือ วิเคราะห์ผลกระทบของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern

Trade) ที่มีต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน, วิเคราะห์การดำเนินงานร้านค้าชุมชน และวิเคราะห์แนวทางการแก้ปัญหาของผลกระทบที่เกิดจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ที่มีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจชุมชน

ผลการวิจัย

ร้านค้าชุมชน เป็นความต้องการของชาวบ้านที่อยากป้องกันเงินไหลออกนอกชุมชน ซึ่งเมื่อก่อนการซื้อสินค้าจะเข้าไปซื้อในเมืองเงินทุกบาททุกสตางค์ก็เอาไปให้เขาหมด ตรงนี้เองเมื่อทุกคนมองเห็นและมีจิตสำนึกตรงนี้ ร้านค้าชุมชนจึงเกิดจากความร่วมมือร่วมใจกัน ร้านค้าชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านแล้วยังอาจเกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของสถาบันต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชน และฝ่ายวิชาการ ด้วยการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาของชุมชนแต่ทั้งนี้หน่วยงานจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีต่าง ๆ มาสู่ชุมชนได้ ธุรกิจชุมชนไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของแต่ละชุมชน สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ นอกจากนี้การผลิตของร้านค้าชุมชนเป็นการผลิตที่มีได้มุ่งหวัง หรือเน้นผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเท่านั้น หากแต่ยังเน้นให้ผลตอบแทนที่ได้รับกระจายไปสู่สมาชิกของชุมชนให้มากที่สุด

การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ เป็นการพัฒนาที่เน้นความเป็นชุมชน ให้มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้และเคลื่อนไหวภายใต้การให้ความสำคัญกับความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นหรือเมือง การพึ่งตนเองให้มากที่สุดทั้งในด้านการผลิต และที่สำคัญคือ ด้านการตลาด เป็นการรวบรวมสินค้าของสมาชิกก่อนเป็นอันดับแรก ที่เหลือจึงจะเป็นรายการสินค้าทั่วไปที่ต้องกินต้องใช้ในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะ

จากศึกษาวิจัยเรื่อง “ร้านค้าชุมชนกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจ” ทำให้มีข้อเสนอแนะผู้มีหน้าที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อเสนอในระดับปฏิบัติ ร้านค้าชุมชนต้องเป็นผู้ดำเนินการให้มีการจัดทำแผนชีวิต โดยเริ่มจากการทำบัญชีรายรับและรายจ่าย เงินออม หนี้สินในระบบและนอกระบบ รายจ่ายของครอบครัวและรายจ่ายเพื่อความบันเทิงและอบายมุข ใน 3 ระดับ คือ ระดับบุคคล ระดับครอบครัว ระดับชุมชน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนในการใช้จ่ายในทุกระดับ

2. ข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย ข้อเสนอต่อรัฐบาลและกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ รัฐบาลกำหนดให้ร้านค้าชุมชน เป็นแนวทางแก้ไขปัญหาความยากจน และเป็นวาระแห่งชาติ รัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้ร้านค้าชุมชน เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ในที่สุดอันเป็นเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพความมั่นคงในการดำรงชีวิตและยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพสมดุลง ซึ่งร้านค้าชุมชนจะทำได้ยิ่งกว่า เพราะบริหารจัดการเองโดยใช้ทุนทางสังคมขับเคลื่อน และรัฐบาลให้องค์กรชุมชนมีส่วนร่วมในการออกกฎหมายสวัสดิการร้านค้าชุมชน และในการบริหารจัดการร้านค้าชุมชนที่มีอยู่ตามกฎหมาย

3. ข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมสัมมนางานวิจัย ส่งเสริมบทบาทของชาวบ้าน ในการนำทางความคิดในการจัดการร้านค้าชุมชน เพื่อเป็นแกนนำในการขยายผลองค์ความรู้ ความศรัทธา ความเชื่อ ศาสนา และทรัพยากรในชุมชน การยอมรับในความแตกต่าง เพื่อกำหนดเป้าหมาย รูปแบบ วิธีการ แนวทาง ในการจัดการร้านค้าชุมชนขององค์กรชุมชน ผู้นำการค้าชุมชน เมื่อเปลี่ยนสถานะภาพ บทบาท เป็นผู้นำของท้องถิ่น ควรมีจิตสำนึกที่รักบ้านเกิด บทบาทในการนำและจิตสำนึก จิตวิญญาณจะต้องไม่เปลี่ยนแปลง