

ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่าย
ในภาคอีสาน

วิทยานิพนธ์
ของ
เอนก อาจวิชัย

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
กันยายน 2557
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

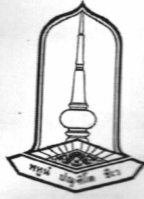


ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่าย
ในภาคอีสาน

วิทยานิพนธ์
ของ
เอนก อาจวิชัย

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์
กันยายน 2557
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม





คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายเอนก อาจวิชัย
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผศ.ดร.ทรงคุณ จันทอร)

ประธานกรรมการ
(กรรมการบัณฑิตศึกษาประจำคณะ)

(ผศ.ดร.พิสิษฐ์ บุญไชย)

กรรมการ
(ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์)

(ดร.ประสาน กำจรงเมณกุล)

กรรมการ
(กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์)

(ผศ.ดร.โสมิต แพงสร้อย)

กรรมการ
(อาจารย์บัณฑิตศึกษาประจำคณะ)

(ว่าที่ พ.ต.ดร.เทอดชัย พันธะไชย)

กรรมการ
(ผู้ทรงคุณวุฒิ)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

(ผศ.ดร.ทรงคุณ จันทอร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมศาสตร์



Mahasarakham University

(ศ.ดร.ประดิษฐ์ เทอดกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 19 เดือน ก.ย. พ.ศ. 2556

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงคุณ จันทจร ประธานสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิษฐ์ บุญไชย ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.ประสาน กำจรเมฆกุล กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โฆสิต แพงสร้อย กรรมการสอบ และว่าที่ พ.ต. ดร.เทอดชัย พันระไชย ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ข้อเสนอแนะตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.สมชาย หทัยสิงหา ประธานกรรมการบริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น คุณภักคณอร กรพลังขญาเอก ประธานกรรมการบริหารบริษัทจีแพทตินัม คุณอัจกิต ทองโสภณ ผู้นำระดับสูงบริษัทแคทตอทคอม คุณจรัสรัตน์ ภิญโญทรัพย์ ผู้บริหารบริษัทยูนิซีดี คุณกฤษ เรืองสวัสดิ์ ผู้บริหารบริษัท เอเจล อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล คุณลออ อาจิวิชัย ผู้บริหารบริษัท 369 ริชพาวเวอร์ คุณเชน ใจเชื้อ ผู้บริหารบริษัทนิวติริช คุณเนตรดาว เพียงแก้ว บริหารบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) คุณสมนึก เพชรเรือง ผู้บริหารบริษัทโอทู คุณนนทิวรรณ ผองขำ ผู้บริหารบริษัทนี้โอไลฟ์ คุณเอกอระ มีประเทศ นิติกรสำนักงานจังหวัดมุกดาหาร นายทวีศักดิ์ ชิวสุทโธ พานิชย์ จังหวัดมุกดาหาร พ.ต.ท. ณัฐ ธิ อภินันท์ธนสมบัติ สวป.สภ.เมืองมุกดาหาร และขอขอบคุณครอบครัว อาจิวิชัย ที่เป็นกำลังใจให้ทุกด้าน ความดี

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูทเวทิตาบูชาดวงวิญญาณของบุพการี ตลอดจนครูอาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

เอนก อาจิวิชัย



ชื่อเรื่อง	ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน
ผู้วิจัย	นายเอนก อัจฉริยะ
กรรมการควบคุม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิสิฐ บุญไชย และ อาจารย์ ดร.ประสาน กำจรเมฆกุล
ปริญญา	ปร.ด. สาขาวิชา วัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีที่พิมพ์ 2557

บทคัดย่อ

ธุรกิจเครือข่ายหรือธุรกิจขายตรงได้เข้ามามีบทบาทในภาคอีสานก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม การวิจัยในครั้งนี้กำหนดความมุ่งหมายไว้ 3 ประการเพื่อศึกษา 1) ความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรง 2) สภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรง 3) แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรง พื้นที่ศึกษาคือ จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี กาฬสินธุ์ มุกดาหาร และจังหวัดร้อยเอ็ด เลือกจำนวน 10 บริษัท เก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม กลุ่มผู้รู้หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก 50 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ 5 คนและ กลุ่มประชาชนทั่วไป 50 คน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงประกอบด้วย กลุ่มผู้รู้หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้าตามความมุ่งหมาย นำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นมาของวัฒนธรรมทางธุรกิจขายตรงธุรกิจขายตรงเกิดขึ้นในต่างประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2429 และแพร่เข้ามายังประเทศไทย ปี พ.ศ.2521 ต่อมาปี พ.ศ.2530 ได้แพร่ออกไปทั่วทั้งประเทศรวมทั้งภาคอีสานปัจจุบันมีบริษัทขายตรงเกิดขึ้นมาก ทั้งของชาวไทยและของต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกชนชั้น ทุกเพศทุกวัย ทุกสังคม ความต่างในระบบขายตรงถึงแม้ว่าขายตรงจะมีความเด่น จากรูปาร่างการจัดองค์กรและการจัดสรรผลประโยชน์แบ่งได้เป็น 2 ระบบคือ 1) ระบบขายตรงแบบขั้นเดียว 2) ระบบขายตรงหลายชั้น มีข้อแตกต่างอยู่ตรงที่ตัวสินค้าและรูปแบบการขาย ซึ่งอาจแบ่งการขายแบบพีรามิดได้เป็น 2 แบบ 1) ระบบพีรามิดถูกออกแบบมาเพื่อจะชักจูงนักลงทุน 2) ระบบพีรามิดแบบที่สองเป็นแบบมีผลิตภัณฑ์

สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ และธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน พบว่า 1) ขาดแคลนทั้งเงินทุนและกระแสเงินสดหมุนเวียน 2) ไม่มีความรู้ด้านบัญชีและกฎหมาย 3) ไม่มีพนักงานที่มีความสามารถมากพอ 4) ไม่มีเครือข่ายสังคมธุรกิจที่กว้างมากพอ 5) ขาดความน่าเชื่อถือเพราะไม่มีประสบการณ์ 6) ธุรกิจขาดทุน สภาพปัญหาของธุรกิจ ในยุคแห่งโลกาภิวัตน์ การซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต หรือที่นิยมเรียกว่า E-commerce นั้น นับว่าเป็นธุรกรรมที่นิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก เนื่องจากอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนจำนวนมากในโลกใบนี้ไปแล้ว ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้ขยายวงกว้างมากขึ้น ทุกวัน ประกอบกับการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตนั้น เป็นวิธีการทำตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ในเวลาอันรวดเร็ว และใช้ต้นทุนในการลงทุนต่ำอีกด้วย ปัญหาที่ตามมาจากการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่มีผู้บริโภคร้องเรียนต่อ



สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สั่งซื้อสินค้าโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารหรือผ่านบัตรเครดิตแล้วแต่ไม่ได้รับสินค้า ได้รับสินค้าชำรุดบกพร่อง สินค้าไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาที่พบบ่อยครั้งคือ ธุรกิจซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตประกอบด้วย 1) กรณีเจ้าของเว็บไซต์ที่จดทะเบียนเว็บไซต์ไว้เพื่อขายสินค้าของตนเองก็ตี สินค้าไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปลอดภัย 2) กรณีบริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลธรรมดา ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ขาย ไม่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย 3) ธุรกิจตลาดแบบตรง ที่มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนต่อ สคบ.

ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แต่โฆษณาเกินจริง 4) บทกำหนดโทษสำหรับผู้กระทำการฝ่าฝืน ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงยังไม่สามารถเอาผิดผู้ฝ่าฝืน

5) ธุรกิจที่ไม่อยู่ในข่ายต้องจดทะเบียน บริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลธรรมดา ที่ถูกต้องตามกฎหมาย

แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมทางธุรกิจในภาคอีสาน การเฝ้าระวังจากธุรกิจเครือข่าย ปัจจุบันรูปแบบการหลอกลวงประชาชนได้มีการพัฒนาออกไปมากขึ้น จึงมีวิธีการเฝ้าระวัง ดังนี้ วิธีสังเกตธุรกิจขายตรงแบบแฝงที่เข้าข่ายเป็นแชร์ลูกโซ่ 1) พิจารณาจากจำนวนสินค้า หรือสิ่งของที่ได้รับจากการร่วมลงทุนในธุรกิจ หากมีการซื้อขายแต่ไม่ได้รับสินค้าหรือสิ่งของใดในการร่วมลงทุน ให้ระวังไว้ว่า ท่านอาจกำลังตกเป็นเหยื่อในการหลอกลวง 2) หากได้รับสินค้าจากการลงทุนทำธุรกิจแชร์ แต่สินค้าที่ได้มาในการลงทุนไม่คุ้มกับจำนวนเงินที่ต้องเสียไปริบดำเนินการแจ้งความเอาผิดทางกฎหมาย 3) ในกรณีการชักชวนทำธุรกิจที่ไม่มีสินค้า แต่แบบแฝงมาในรูปแบบของบริการหรือมีลักษณะที่ไม่เป็นรูปธรรมริบดำเนินการแจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4) พิจารณาจากรายได้ผลตอบแทน จากการประกอบการของธุรกิจที่มีการชักชวนให้ร่วมลงทุนและชี้แนะให้ประชาชนมาลงทุน 5) การทำธุรกิจโดยการชักชวนประชาชนร่วมลงทุนในลักษณะเครือข่าย หรือลักษณะแชร์ลูกโซ่ หากถูกต้องตามกฎหมาย ธุรกิจเหล่านี้จะต้องทำการจดทะเบียนต่อสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยต้องทำการชี้แจงแผนการทำตลาดให้ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค

6) พิจารณาจากที่ทำการที่ตั้งอันเป็นหลักแหล่งของผู้ประกอบการรวมทั้งการติดต่อของผู้ชักชวนให้ประกอบธุรกิจร่วมว่า มีที่ตั้งของสำนักงานในการประกอบธุรกิจที่แน่นอนหรือไม่ให้ริบดำเนินการตามกฎหมาย

สรุป เครือข่ายธุรกิจขายตรงเป็นเครือข่ายที่โยงใยซึ่งมีข้อดีคือผู้คนส่วนหนึ่งมีงานทำได้รับผลประโยชน์จากการประกอบธุรกิจและการใช้สินค้า และประชาชนส่วนหนึ่งถูกบริษัทแสวงหากำไรเกินควรตลอดจนประชาชนอาจมีโอกาสซื้อสินค้าราคาแพงเกินความจำเป็น ดังนั้นหน่วยงานราชการและผู้เกี่ยวข้องควรสนใจการเฝ้าระวังธุรกิจประเภทนี้



TITLE	Business Cultural Wash in Business Network Operation In Isan		
AUTHOR	Mr. A-nek Artwichai		
ADVISORS	Asst. Prof. Dr. Pisit Boonchai and Dr. Prasan Kumchornmenakun		
DEGREE	Ph.D.	MAJOR	Cultural Sciences
UNIVERSITY	Maharakham University	DATE	2014

ABSTRACT

Network marketing or direct sales business to play a role in the Northeast Thailand, causing economic, social and cultural impact. The objectives of this study were: 1) to historical culture of network marketing and direct sales. ; 2) Cultural problems of network marketing and direct sales ; and 3) to the surveillance network marketing and direct sales culture, were chosen for the study. These included: Kalasin, Mukdahan, Ubon Ratchathani, Khon Kaen and Roi Et, Select the number of 10 companies. The research tools were an interview form, an observation form, and a focus group form. Three groups of informants, 50 key-informants, 50 practitioners, and 50 general informants, Data were analyzed in accordance with the given objectives, and the results of the study were presented in a descriptive analytical format.

The results of the study showed that in the past, The culture of the direct sales business direct sales occurred overseas was in 1836 and spread to Thailand 1900 The year 1909 has spread throughout the country, including the Northeast have direct selling companies occur. And the whole of Thailand. Overseas. The direct selling business is a business that is open to people of all ages, all social classes, the difference in direct sales, direct sales, although it is notable. Shape of the organization and allocation of benefits can be divided into two systems: 1) single-layer system, direct sales 2) direct sales multi-layered. The difference lies in the product and sales model. Which may be divided into two types of pyramid selling 1) The pyramid was designed to induce investors 2) The second pyramid is the product.

The problems of the business culture. And direct sales in the Northeast were :
 1) lack of both capital and cash flow 2) No accounting knowledge and law
 3) No employee who is capable enough 4) social networking business is wide enough
 5.) lack credibility because inexperienced 6) loss of business problems.
 In the era of globalization. Commodity trading via the Internet. Or commonly known as the E-commerce is a transaction that is extremely widespread . Because the Internet has become part of everyday life of many people in this world already. Nowadays the Internet has become more widespread every day, along with trading goods over the



Internet as a way to market that can be targeted a lot. In a short time. And low investment costs as well. Problems that followed from trading goods via internet with consumer complaints to the Office of the Consumer Protection Board (CPB) order by bank transfer or credit card, but not the product . The product defect. Non-standard products. Often problems are Business Products & Services 1) the registered owner of the website site to sell their own products better. Non -standard or unsafe 2) If companies or individuals . Who owns the product. Whether the manufacturer. Importers or distributors or sellers not registered legally 3) direct marketing . The obligation to register with the Consumer Protection Act 1924, direct sales and direct marketing but hype 4) Penalties for violation . Any person engaged in the business of direct marketing can not condone the word through 5) that there are no other companies or individuals to be registered. A legitimate .

Guidelines for surveillance business culture in the east. Surveillance of network marketing. Current models have been developed to deceive the public even more. Is there a way to monitor the following : to observe the direct sales network latency that pyramid schemes are 1) the number of products. Or has received from the investment in the business. If I had not been trading, or any of the joint venture. Beware that. You may be a victim of fraud 2) If the product of a shared investment . But the product was not worth the investment amount required to be reported to condone legal action 3) in the event that the business of persuasion. But hidden in the form of services or have a look at the concrete actions immediately inform the relevant agencies 4) the return of income . From operations of the business is to persuade investors and guiding the public to invest. 5) Business by convincing people to invest in a network. Or the pyramid schemes. If legitimate. These businesses must be registered with the Office of Consumer Protection. The need to clarify the marketing plan. Office of Consumer Protection (6) to consider the location of the residence of the operator as well as the contact's business as a tout. With the location of the office in the course of business or not, immediately following the rules.

The direct sales network is the network which has the advantage that unite the people there do not benefit from the operation and use. And poorer people become part of the grab tool to remove the mites. The villagers have been using products that are more expensive than necessary, so all sectors of business and should be monitored by the impact on those in the People.



สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	4
	คำถามของการวิจัย	4
	ความสำคัญของการวิจัย	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	4
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมอีสาน	7
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง	18
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางธุรกิจ	25
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม	50
	บริบทพื้นที่ที่วิจัย	88
	แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	127
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	137
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	138
	งานวิจัยในประเทศ	138
	งานวิจัยต่างประเทศ	149
3	วิธีดำเนินการวิจัย	156
	ขอบเขตการวิจัย	156
	วิธีดำเนินการวิจัย	160
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	162
	ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมทางธุรกิจในภาคอีสาน	162
	ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่าย และขายตรงในภาคอีสาน	181
	ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน	188



บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	199
ความมุ่งหมายของการวิจัย	199
สรุปผล	199
อภิปรายผล	203
ข้อเสนอแนะ	215
บรรณานุกรม	216
ภาคผนวก	223
ภาคผนวก ก รายนามผู้ให้สัมภาษณ์	224
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	231
ภาคผนวก ค ภาพกิจกรรม	250
ประวัติย่อของผู้วิจัย	257



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ประเภทโรงงานอุตสาหกรรม	91
2 ข้อมูลผู้ประกอบการ สถานที่ประกอบการ	167
3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครือข่ายหรือขายตรง	168
4 ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับความเป็นมาของวัฒนธรรมทางธุรกิจเครือข่าย และขายตรงในภาคอีสาน	180
5 แสดงสภาพปัญหาและวิธีดำเนินการ และตัวชี้วัดในการเฝ้าระวังธุรกิจเครือข่าย และขายตรง	193



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2 เครือข่ายแบบแนวตั้ง	39
3 เครือข่ายแบบแนวนอน	40
4 เครือข่ายธุรกิจขายตรงจากอดีตถึงปัจจุบัน	41
5 แผนที่จังหวัดขอนแก่น	89
6 แผนที่จังหวัดอุบลราชธานี	97
7 แผนที่จังหวัดกาฬสินธุ์	103
8 พระยาชัยสุนทร	105
9 วัดกลาง (Wat Klang) อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์	107
10 อุโบสถวัดกลาง และหลวงพ่อองค์ดำ	108
11 วัดศรีบุญเรือง – วัดเหนือ	109
12 พระพุทธสถานภูโป	110
13 พระพุทธไสยาสน์องค์ที่ 1 (องค์ล่าง)	111
14 พระพุทธไสยาสน์องค์ที่ 2 (องค์บน)	111
15 พิพิธภัณฑสถานของดีจังหวัดกาฬสินธุ์ (ตั้งอยู่ศาลากลางหลังเก่า)	112
16 ศูนย์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว	113
17 แก่งดอนกลาง	114
18 งานประเพณีบุญคุณลานสู่ขวัญข้าว	114
19 แผนที่จังหวัดมุกดาหาร	115
20 แผนที่จังหวัดร้อยเอ็ด	119
21 ลักษณะของสังคม	128
22 วัฒนธรรมของวิถีชีวิตของคนในสังคม	129
23 วัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม	130
24 ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงกำลังบรรยายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ	164
25 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน	166
26 ผู้วิจัยและพนักงานที่ดูแลเกี่ยวกับกับธุรกิจเครือข่าย ขายตรง	188
27 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ คุณเจน ใจชื่อ ประธานบริษัทนิวดีลิช	251
28 ศูนย์บริษัทแอมเวย์ จังหวัดร้อยเอ็ด	251
29 ศูนย์บริษัทยูนิซิตี้จังหวัดอุบลราชธานี	252
30 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้นำศูนย์นิโอฟีอินเตอร์เนชั่นแนล สาขาอุบลราชธานี	252
31 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้นำศูนย์บริษัทนิโอฟีอินเตอร์เนชั่นแนล สาขาอุบลราชธานี	253
32 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายสมนึก เพชรเรือง ผู้นำบริษัทโอทู จังหวัดร้อยเอ็ด	253



ภาพประกอบ

หน้า

33	ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นางภัทรภรณ์ เล่าห์ล่อน เจ้าหน้าที่แคตตอทคอมจังหวัดขอนแก่น .	254
34	ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายวิเชียร ศรีวิชัย ผู้นำบริษัทแคตตอทคอมจังหวัดขอนแก่น	254
35	ผู้วิจัยสัมภาษณ์นักธุรกิจบริษัทจอย แอนด์ คอยน์ จังหวัดขอนแก่น	255
36	ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้นำบริษัทจีแพดดินัม จังหวัดกาฬสินธุ์	255
37	ผู้วิจัยสัมภาษณ์นักธุรกิจบริษัท369 ริชพาวเวอร์ จังหวัดมุกดาหาร	256
38	ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายก่อภพ มกรตศรีวรรณ ผู้นำบริษัทจอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่นจังหวัดขอนแก่น	256



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ธุรกิจที่ทำในปัจจุบันมีการแข่งขันในกลไกการตลาด โดยปกติจะไม่ได้กำหนดกฎเกณฑ์ว่าจะใช้กลยุทธ์ใดๆในการขายสินค้าซึ่งถือเป็นเรื่องของความฉลาดและความสามารถของบุคคลที่จะได้ส่วนแบ่งการตลาดไป แต่หากทำในลักษณะของการรังแกผู้อื่น คือให้ข้อมูลสินค้าของคู่แข่งว่าเป็นอันตรายหรือที่ไม่มีมูลความจริงหรือประโคมข่าวว่าเป็นเรื่องที่เสียหายน่ารังเกียจ การใช้รูปแบบนี้ถือเป็นเรื่องไม่คู่ควรกระทำเป็นอย่างยิ่งในการตลาดที่ทำการแข่งขันอย่างเสรีภาพ การแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรมอีกประการที่สำคัญ คือ ไม่มีการขายสินค้า ส่วนคนที่นั่งเฉยๆ บนยอด Pyramid ก็รับผลประโยชน์ไป คนที่อยู่แถวท้ายๆ ไม่ได้อะไรเลยหรือได้ส่วนแบ่งที่น้อยเพราะการเข้าสมัครที่ช้ากว่าซึ่งเรียกว่า ระบบ Pyramid sale ซึ่งหมายความว่า รูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมที่มีแนวโน้มการชำระเงินหรือบริการส่วนใหญ่สำหรับคนอื่น ๆ ลงทะเบียนเข้าโครงการมากกว่าการจัดหาเงินทุนใด ๆ จริงหรือขายสินค้าหรือบริการให้กับประชาชน จุดนี้เป็นปรากฏการณ์ทางการตลาดที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้ค้าขายในธุรกิจนี้ ในประเทศตะวันตกได้มีการห้ามการขายตรงโดยใช้วิธีการเช่นนี้แต่ขณะที่ประเทศตะวันตกเหล่านี้จะนำการขายแบบดังกล่าวเข้ามาดำเนินการขายตรงระบบ Pyramid ในประเทศไทยได้ เพราะข้อห้ามในประเทศตะวันตกมีกฎหมายรองรับแต่ในประเทศไทยยังไม่ได้มีกฎหมายรองรับอย่างที่ประเทศตะวันตกกล่าวคือกฎหมายขายตรงของประเทศไทยยังไม่มี ความชัดเจนในด้านของกฎหมายข้อบังคับ ปรากฏการณ์เช่นนี้เพิ่งเริ่มเกิดขึ้นกับชาวบ้านธรรมดา การที่บอกว่าช่วยเพิ่มรายได้ให้กับคนทั่วไปซึ่งจะเป็นจริงได้นั้นต้องอยู่บนหลักการที่ถูกต้องและสุจริตเท่านั้น การขายตรงในลักษณะปิรามิดเซลล์เช่นนี้หากไม่มีเกณฑ์ใดๆ ก็ถือเป็นต้องระวัง ดังนั้นคนที่เข้าไปสู่ระบบนี้ต้องเข้าใจการแก้ไขปัญหาที่มีแนวโน้มที่จะผลักดันให้มีกฎหมายคุ้มครองในเรื่องดังกล่าวเช่นกัน ซึ่งได้แบบจากหลายๆ ประเทศมาเป็นตัวอย่าง (ศานิต ศรีสังข์. 2547 : 8) การทำธุรกิจจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายเพื่อความเจริญเติบโตขององค์กร

เมื่อธุรกิจเครือข่ายเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนและค่าธรรมเนียมในการเริ่มต้นธุรกิจต่ำเพียงจ่ายเงินค่าสมัครเป็นเงินซื้อสินค้าไปจำหน่าย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีผู้คนจำนวนมากมาทำธุรกิจเครือข่าย การตลาดขายตรงหลายชั้น (Multi- Level Marketing หรือ MLM) เป็นการขายต่อกันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายสามารถทำรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกัน คือ ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ได้ขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค ค่าตอบแทนหรือที่เรียกว่า “คอมมิชชั่น” หรือส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อ (เพื่อบริโภคหรือเพื่อขายให้กับผู้ขายคนอื่นต่อไป) จากผู้ขายที่ได้ชักชวนเข้ามาสมัครร่วมธุรกิจใหม่ในทีมขาย หรือที่เรียกว่า “สปอนเซอร์” ในระดับชั้นต่อไป การทำธุรกิจเครือข่ายไม่ใช้การลงทุนด้านการเงิน เพื่อให้ได้ผลตอบแทนในระยะเวลานานสั้น แต่เป็นการสร้างธุรกิจที่ต้องใช้ความมานะอดทน ต้องมีการพบปะผู้คนเพื่อแนะนำสินค้าและให้บริการลูกค้า (อนพัทธ์ ภัคดิสุขอนันต์. 2546 : 13) ธุรกิจเครือข่ายในไทยมีอิทธิพลจากต่างประเทศเป็นลักษณะธุรกิจขายตรงแต่มีองค์กรสูงสุดเป็นผู้ควบคุมดูแล



ธุรกิจเครือข่ายในประเทศไทยนั้น ได้เข้ามาเปิดตลาดในเมืองไทยเมื่อหลายสิบปีมาแล้ว ซึ่งในขณะนั้นมีบริษัทธุรกิจเครือข่ายยังไม่มากนัก ต่อมาไม่นานก็เริ่มมีบริษัทต่างๆ เข้ามาเปิดทำการในประเทศไทยทั้งของประเทศไทยเองและต่างประเทศ จากเพียงไม่กี่บริษัทก็เพิ่มเป็นหลายบริษัท มีทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค หลายประเภท หลากราคาหลักการของธุรกิจเครือข่ายคือ การที่นักขายได้รับผลตอบแทนทั้งที่จากที่ตนขายปลีก และผลตอบแทนจากการขายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มของตนชวนผู้บริโภคนคนอื่นเข้ามาร่วมกันขาย จนมียอดการขายรวมกันเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนชักชวนผู้อื่นมาร่วมธุรกิจจนทำให้ระบบการตลาดของธุรกิจเครือข่ายเป็นระบบที่มีศักยภาพสูงสุดในธุรกิจเครือข่ายปัจจุบัน (อรรยา สิงห์สงบ. 2547 : 7) ธุรกิจเครือข่ายเริ่มเป็นที่สนใจของนักธุรกิจและแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว

ในประเทศไทย เริ่มจากการที่ บริษัท ทัทเบอร์แวร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์เก็บอาหารสุญญากาศที่ทำมาจากพลาสติก และได้นำวิธีที่เรียกว่า Home Party หรือ การขายถึงบ้านที่เขาเรียกกันว่าขายตรงจุดในปัจจุบัน ทำให้ปัจจุบันเกิดกระแสดังมากในหมู่ผู้บริโภคของหญิงไทย และในปี 2521 บริษัท เอวอนคอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทแบบขายตรงขั้นเดียวหรือ SML จัดขึ้นอย่างเต็มตัว โดยได้ขายสินค้าจำพวกเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม ทำให้ในยุคนั้นนักขายตรงส่วนใหญ่จึงเป็นผู้หญิง จากการที่สินค้าเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิง และต่อมาในปี 2530 บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่เรารู้จักกันดีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับวงการธุรกิจขายตรง เพราะเจ้าแรกที่ระบบการขายตรง ทั้งแบบขั้นเดียวหรือหลายขั้น ได้เกิดขึ้นและไม่ได้มีกฎหมายคุ้มครองผู้ขายและผู้บริโภคแต่อย่างใด จึงทำให้เกิดธุรกิจแชร์ ซึ่งเรียกว่า “แชร์ลูกโซ่” โดยให้อัตราดอกเบี้ยหรือผลประโยชน์ตอบแทนที่สูง จึงมีการชักจูงให้คนทั่วไปเข้ามาเพื่อจะเป็นตัวแทนหรือกระจายสินค้าออกไปในระบบขายตรงเช่นเดียนั้น ตัวแทนขายจะมีความสัมพันธ์กับเจ้าของบริษัทในสัญญากฎหมาย แต่หากมีหลายชั้นผู้ขายอิสระมักจะถูกตัดความสัมพันธ์ทางสัญญากับเจ้าของบริษัทเรียกว่าไม่เกี่ยวกันเลย (อุบลรัตน์ ไวปรีชี. 2545 : 3) สำหรับการทำธุรกิจประเภทนี้เริ่มมีปัญหาเนื่องจากมีกลุ่มผู้ประกอบการโฆษณาเกินจริงและมีประเด็นปัญหาต่างๆตามมา

เมื่อเกิดปัญหาลึ้นระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าคนที่รับผิดคือผู้ขาย แต่ในแง่ความเป็นจริงของกฎหมายปัจจุบันนั้นสามารถจะย้อนกลับไปหาเจ้าของบริษัทที่เป็นเจ้าของสินค้าให้รับผิดชอบได้นั้นคือกฎหมายปัจจุบันผู้ขายอิสระถือเป็นตัวแทนของบริษัทได้ด้วยเพราะกฎหมายไทยระบุว่าบุคคลที่สาม (ผู้ขายคนสุดท้าย) เข้าใจตลอดเวลาว่าคนที่มาขายเป็นตัวแทนของบริษัทเขาก็สามารถเรียกให้บริษัทให้รับผิดชอบตามสัญญาได้ตามกฎหมายเรียกตัวแทนนี้ว่า “ตัวแทนเขต” เท่ากับว่าผู้ขายสินค้าผู้นี้แสดงออกว่าเป็นผู้แทนขายของของบริษัทนั้นๆ กฎหมายจะไม่ยอมให้คนที่ได้รับประโยชน์คนแรก (บริษัท) ปฏิเสธความรับผิดชอบนั้นในระบบการขายตรงแบบหลายขั้นหรือ Multi Level – Marketing (MLM) บริษัทเจ้าของสินค้าจะปฏิเสธความรับผิดชอบไม่ได้ (พิชิตพล เอี่ยมมงคลชัย. 2545 : 5) เมื่อมีการจัดตั้งบริษัทเพิ่มขึ้นจึงเริ่มมีการควบคุมโดยระบบกฎหมาย

ในการคุ้มครองตัวแทนขายจุดๆ หนึ่งคือใครที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ต้องจดทะเบียนให้มีลายลักษณ์อักษรต้องมีกฎระเบียบสำหรับผู้ประกอบการและตัวแทนขาย เพราะเป็นการคุ้มครองพนักงานขายตั้งแต่ต้นทางและผู้ประกอบการของธุรกิจนี้ด้วย และจะไม่มีมีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นตัวเงินโดยตรงให้มีการกล่าวถึงรายละเอียดของระบบขายตรงแบบ MLM ที่ถูกต้องไว้ในกฎหมายและ



ให้มีระบบทำข้อตกลงระหว่างตัวแทนขายกับทางบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ภายใต้ข้อกำหนดที่กฎหมายระบุไว้ว่าห้ามมีข้อตกลงที่“ไวใจไม่ได้”และนำหลักการนี้ไปใส่ไว้ในกฎหมายแม่ที่เรียกว่ากฎหมายป้องกันการกระทำการค้าที่ไม่เป็นธรรมและให้อธิบายโดยละเอียดว่าอาการหรือพฤติกรรมของการไม่ไวใจในทางการค้าเป็นการทำการค้าที่ไม่เป็นธรรมแก่ทั้งผู้ขายและผู้บริโภคเมื่อไหร่ที่จะถูกผู้เสียหายคือคู่แข่งทางธุรกิจหรือผู้แทนการขายฟ้องได้ ประเด็นนี้เป็นเรื่องของแนวโน้มซึ่งไม่แน่ใจว่าจะถูกผลักดันหรือไม่ในฐานะเป็นผู้บริโภคคงจะเป็นเรื่องสัญญาข้อตกลงของการให้ข้อมูลในตัวสินค้าหรือเอกสารกำกับสินค้าซึ่งจะคุ้มครองได้ในระดับหนึ่ง แต่หากเป็นการไปพูดอภิปรายในโรงแรมในบ้านกับกลุ่มองค์กรในส่วนนี้ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคที่ว่าด้วยการโฆษณาจะดูแลได้และถือเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับ รายการสินค้า (แคตตาล็อก) ถือเป็นการโฆษณาทั้งสิ้น แต่การควบคุมโฆษณาโดยตรงจากปากคนนั้นควบคุมได้ยาก ดังนั้นสิ่งที่จำเป็นก็ต้องยอมรับว่าเราคุ้มครองผู้บริโภคในระบบขายตรงในการโฆษณาไม่ได้

ยิ่งไปกว่านั้นการคุ้มครองผู้บริโภคที่มีอยู่ในประเทศไทยมีมากแต่ว่าเป็นการคุ้มครองที่มีลักษณะให้รัฐเข้าไปช่วยกำกับคุ้มครองในลักษณะการป้องกันและมีระบบการป้องกันที่ค่อนข้างเข้มแข็งมากด้วย การคุ้มครองในลักษณะนี้จะเป็นการป้องกันตั้งแต่ด้านแรกแต่ระบบการป้องกันเช่นนี้ยังมีช่องทางที่ไม่เป็นธรรมแก่ผู้ขายและผู้บริโภคได้เช่นกัน โดยเฉพาะการแอบนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศโดยการใส่กระเป๋าดำเนินทางโดยไม่ผ่านการตรวจ เข้ามาในลักษณะผู้ขายอิสระไม่ได้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ แต่เขาเอามาเฉยๆอาการแบบนี้เกิดขึ้นบ่อยมากในปัจจุบันซึ่ง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ก็มีปัญหามิเหมือนกัน เนื่องจากไม่ได้มาตามแนวทางที่ถูกต้องไม่ได้จดทะเบียนบริษัทไม่ได้ยื่นขออนุญาต ดังนั้นผู้บริโภคอาจหลงกับคำโฆษณาได้ง่าย การคุ้มครองผู้บริโภคในแง่นี้จึงค่อนข้างยากดังนั้นจึงควรแก้ไขระบบการป้องกันมาสู่การแก้ไข ตัวอย่างหนึ่งที่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้คือให้มีระยะเวลาที่สัญญาจะมีผลใช้บังคับ (Cooling of Period) ต้องมีมาตรการพิเศษที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนใจได้ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นธรรมทั้งสองฝ่ายภายใต้การกำหนดระยะเวลาแน่นอน

ความสำคัญของธุรกิจเครือข่ายการค้ำระบบขายตรง เป็นการสร้างรายได้ให้กับประชาชนชาวไทยและชาวอีสาน ผู้คนที่อยู่ในวงการที่เป็นผู้ที่มีความขยันทำงานโดยนำเสนอสินค้าถึงผู้บริโภคเมื่อประสบผลสำเร็จได้มีสถานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น สินค้าของธุรกิจประเภทนี้หากเป็นของบริษัทใหญ่ที่เชื่อถือได้สินค้าน่าจะมีคุณภาพดีกว่าสินค้าตามท้องตลาด อีกส่วนหนึ่งผู้บริโภคสามารถทดลองใช้งานได้ผลที่น่าพอใจก็สามารถประกอบธุรกิจประเภทนี้ได้ สิ่งที่เกิดควบคู่กันคือเมื่อสมัครเป็นสมาชิกจะได้ใช้ผลิตภัณฑ์ในราคาถูก และมีโอกาสประกอบธุรกิจอิสระสร้างรายได้เสริม

ปัญหาของธุรกิจประเภทนี้คือผู้ที่ตัดสินใจทำงานก่อนมักจะมีค่าตอบแทนสูง ผู้ที่ทำธุรกิจภายหลังมักมีรายได้น้อย หรือไม่มีเลยและจะเลิกล้มธุรกิจนี้ในที่สุด เมื่อเป็นบริษัทข้ามชาติรายได้จะถูกนำออกนอกประเทศเมื่อเกิดคดีโดยเฉพาะผู้ที่กระทำความผิดไม่สามารถนำตัวมาดำเนินคดีได้ นอกจากนี้พบว่าเครือข่ายธุรกิจขายตรงได้แพร่หลายอย่างรวดเร็วในประเทศไทยโดยเฉพาะภาคอีสาน โดยผู้ประกอบการมุ่งเครือข่ายไปที่วัยรุ่น นิสิต นักศึกษาโดยอ้างจะเป็นการสร้างรายได้ระหว่างเรียน เนื่องจากกลุ่มนี้สามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างกว้างขวางเนื่องจากใช้ระบบสื่อสารในปัจจุบันซึ่งมีความทันสมัยเข้าถึงตัวลูกค้าและมีข้อเสียพบว่ามีกรหลอกลวงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ง่าย ทั้งนี้แต่ละบริษัทที่ทำการค้ามีลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน แต่สำหรับชาวบ้านหรือประชาชนทั่วไปของภาคอีสานพบว่าทั้งสองลักษณะคือ ด้านสุขภาพและด้านการเกษตร สินค้ามีราคาแพงและบ่อยครั้งที่ถูกหลอ



ตกเป็นเหยื่อ ส่วนการประกอบธุรกิจนี้ส่วนหนึ่งประสบความล้มเหลวขายทรัพย์สินเป็นหนี้สินจากการลงทุน ปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายขายได้แพร่กระจายเข้ามายังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยโดยเฉพาะภาคอีสานที่มีพื้นที่และจำนวนประชากรมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งระบบการสื่อสารในสมัยปัจจุบันนี้ในระดับชาวบ้านยังไม่เป็นที่เข้าใจเท่าไรนัก จึงควรมีการเฝ้าระวังธุรกิจเครือข่ายขายตรงโดยอาศัยระบบทางวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทในการจัดการและประยุกต์ใช้ในระบบขายตรง

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวัฒนธรรมทางธุรกิจ ซึ่งได้เห็นความสำคัญว่าธุรกิจขายตรงนี้มีการแทรกเข้าสู่วัฒนธรรมและชีวิตประจำวันของคนอีสานในปัจจุบัน การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมเป็นการดำเนินการในลักษณะการวิเคราะห์ตีความหาแนวทางในการประมวลผล เพื่อการวางแผน การจัดทำมาตรฐานการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจึงเป็นประเด็นที่ต้องศึกษาเป็นหลักการในการเฝ้าระวังเกี่ยวกับธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

คำถามของการวิจัย

1. ความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสานเป็นอย่างไร
2. สภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสานเป็นอย่างไร
3. แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสานเป็นอย่างไร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
2. ทำให้ทราบปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
3. ทำให้ทราบแนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจเครือข่าย (Network Marketing) หมายถึง กระบวนการทำธุรกิจขายสินค้าและบริการร่วมกัน ให้แก่ผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ 1) การรับรู้มุมมองร่วมกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง 5) กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) การพึ่งอิงร่วมกัน 7) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน



การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการ การติดตาม สังเกตการณ์ การให้ข้อมูลที่เป็นอันตราย มีขั้นตอนต่างๆประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูลรวมทั้งการรายงานและการแจ้งข่าว ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึงการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่าย

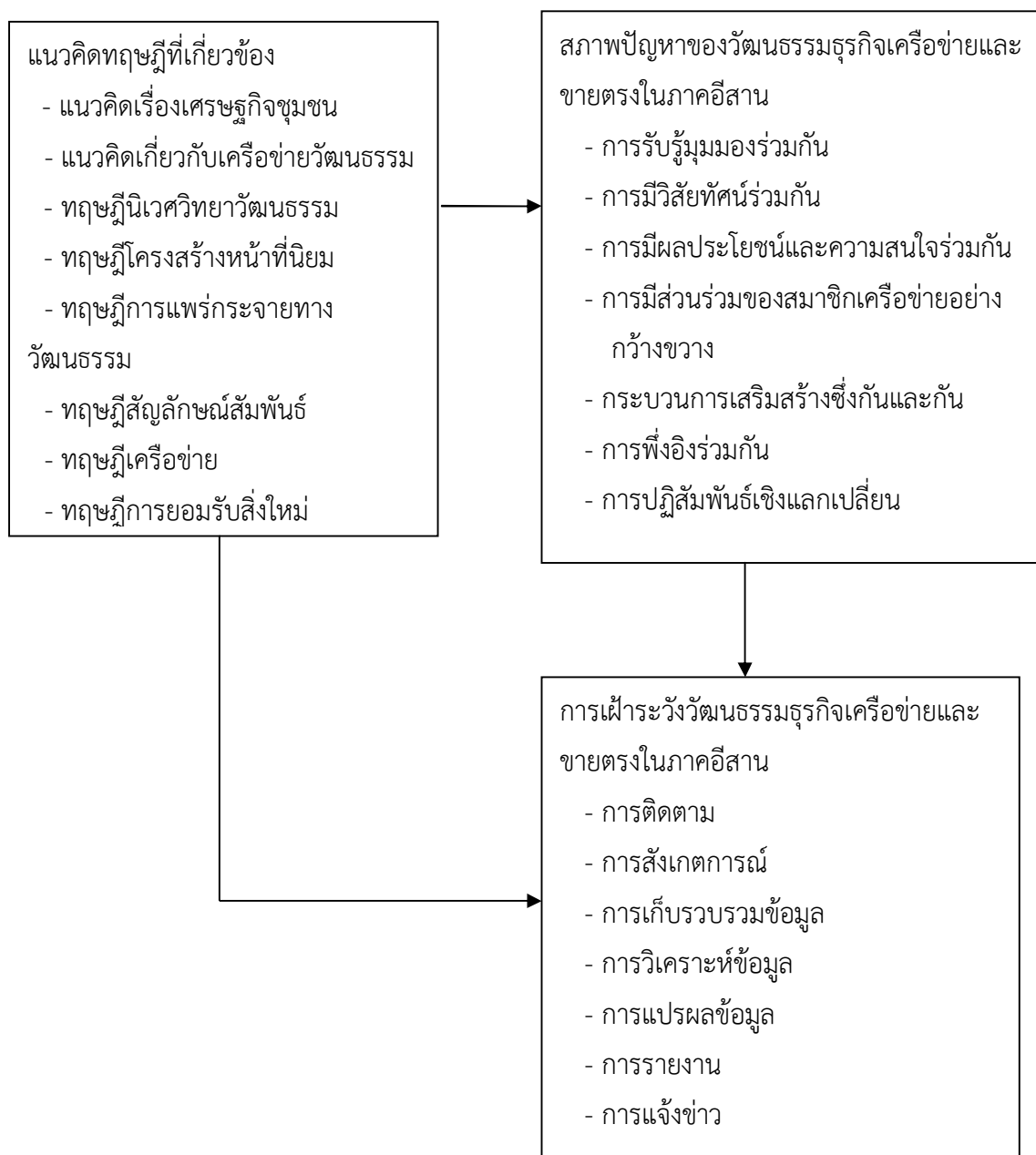
ธุรกิจขายตรง หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการโดยการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย ที่ทำงาน หรือสถานที่อื่นของผู้บริโภคที่มีใช้สถานที่การค้าปกติ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระ ไม่รวมถึงการทำนิติกรรมตามระบบการขายปกติทั่วไปเป็นการทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าให้ผู้บริโภคที่อยู่ห่างไกล มุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายติดต่อกลับ เพื่อซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการอาจใช้วิธีการทางตลาดโดยใช้สื่อกลางให้ผู้บริโภคสนใจสินค้าโดยไม่ใช้พนักงาน เช่น การเสนอขายสินค้าทางไปรษณีย์ โทรทัศน์

คุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การปกป้องดูแลผู้บริโภค ให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม และประหยัด จากการบริโภคสินค้าและบริการ

ธุรกิจขายตรงหลายชั้น หมายถึง ธุรกิจเครือข่าย (Network Marketing) เป็นการตลาดต่อกันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระ นักธุรกิจเครือข่าย สมาชิก หรือ ทีมเมมเบอร์ มีหลายแบบขึ้นอยู่กับแผนการตลาดได้แก่ แบบไบนารี แบบยูนิเลเวล แบบไตรเซ็ป แบบเมตริกซ์ แบบคูอัลลีเนียร์ และแบบผสม โดยนักธุรกิจเครือข่าย สามารถสร้างรายได้จากการทำงาน 3 วิธีรวมกัน คือ 1) รายได้เริ่มต้น ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ได้ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค 2) รายได้สร้างทีม คอมมิชชั่นหรือส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อ (เพื่อบริโภคหรือเพื่อขายให้กับผู้ขายคนอื่นต่อไป) จากผู้ขายที่ได้ชักชวนเข้ามาสมัครร่วมธุรกิจในทีมขาย หรือที่เรียกว่า "สปอนเซอร์" ในระดับเป็นขั้นต่อไป 3) รายได้ผู้นำคอมมิชชั่น หรือส่วนลด ผู้นำ เช่นเปอร์เซนต์จากยอดขายกลุ่ม รางวัลเงินสดจ่ายครั้งเดียว กองทุน



กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังรายละเอียดในข้อต่อไปนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมอีสาน
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางธุรกิจ
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม
5. บริบทพื้นที่ที่วิจัย
6. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
7. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 8.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมอีสาน

สังคมและวัฒนธรรมควบคู่กันไปเสมอ ข้อปลีกย่อยของวัฒนธรรม ของสังคม ที่ใช้ในชีวิตประจำวันย่อมแตกต่างกัน กิจกรรมและพิธีกรรมในสังคมที่ต่างกัน ย่อมมีข้อปลีกย่อยหรือรายละเอียดต่างกัน นั่นมิใช่สิ่งที่จะมองว่าสังคมนั้น มีความสูงต่ำของวัฒนธรรมหรือประเพณี หรือเป็นตัวชี้ว่าสังคมนั้นดี สังคมนั้นเลว เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงระบบการคิดว่า วัฒนธรรมเกิดจากประสบการณ์ มีการสั่งสม สืบต่อแล้วถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยผ่านกระบวนการของสังคม บางอย่างยังคงรักษาเนื้อหาสาระไว้อย่างเหนียวแน่น สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า บางอย่างยังเป็นค่านิยม แนวคิด และคุณค่าที่ยังฝังลึกยากแก่การเปลี่ยนแปลง แม้มองไม่เห็นด้วยตาเปล่า เหล่านี้คือคุณสมบัติและเนื้อแท้ของวัฒนธรรมซึ่งเป็นอุดมการณ์ คุณค่าที่สังคมใช้เป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตและสมาชิกในสังคมถือปฏิบัติอย่างเต็มใจ

1. ความหมายของสังคมและวัฒนธรรม ได้มีนักวิชาการและนักการศึกษาให้ความหมายของสังคมและวัฒนธรรมไว้ดังนี้

ประพิมพร สมณาแขง และคณะ (2529 : 1) กล่าวว่า สภาพการตั้งถิ่นฐานของชาวอีสานทำเลที่ตั้งหมู่บ้านชุมชนมักจะเป็นบริเวณที่เป็นเนินสูงหรือที่โคก มีที่ราบลุ่มสำหรับใช้ทำนา และต้องอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำท่วมในฤดูฝนและมีน้ำใช้สอยในหน้าแล้ง ซึ่งชาวบ้านได้อาศัยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเหล่านี้มาใช้เป็นปัจจัยในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะด้านอาหารการกิน มีอาหารหลายชนิดที่ชาวบ้านสามารถหาได้จากธรรมชาติรอบหมู่บ้าน เช่น ที่นา แหล่งน้ำตามธรรมชาติ ป่าและโคก เป็นต้น การตั้งถิ่นฐานของชาวอีสานบรรพบุรุษที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตั้งหมู่บ้านได้เลือก ทำเลที่เอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตของชาวบ้านเป็นหลัก กล่าวคือการตั้ง



หมู่บ้านมักตั้งตามเนินขนาดใหญ่หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “โคก” มีที่ราบล้อมรอบหมู่บ้าน เพื่อใช้เป็นที่นา อยู่ใกล้กับแหล่งน้ำและป่า อาจกล่าวได้ว่าความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งอาหารเป็น ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจตั้งหมู่บ้าน ทั้งนี้เพราะในอดีตสภาพความเป็นอยู่ของชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นแบบเรียบง่าย และยังต้องพึ่งพาตนเอง มีการเก็บหาสิ่งของจากธรรมชาติ การเลือกทำเลที่อุดมสมบูรณ์ย่อมก่อให้เกิดผลดีต่อการดำรงชีวิตของคนในหมู่บ้าน เพราะสามารถแสวงหาปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะอาหารสำหรับบริโภคในชีวิตประจำวัน ได้อย่างเพียงพอ ในทางตรงกันข้ามถ้าหมู่บ้านใดตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่เหมาะสม ขาดความอุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านขาดปัจจัยสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวัน ปัญหาจึงเกิดขึ้นมากมาย ในที่สุดจำเป็นต้องอพยพเพื่อหาแหล่งที่อยู่ใหม่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากกว่าเดิม

รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ (2530 : 30) กล่าวถึง วัฒนธรรมใน “สังคมวิทยา” สรุปไว้ว่า

1. วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน ล้วนแต่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์

2. วัฒนธรรมไม่ใช่ของคนใดคนหนึ่ง วัฒนธรรมจะมีการโยงใยถึงกันทุกวัฒนธรรม

3. วัฒนธรรม มี 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุหรือรูปธรรม เป็นวัฒนธรรมที่มนุษย์คิดสร้างขึ้น เช่น เครื่องใช้ในครัวเรือน เสื้อผ้า และเครื่องมือประกอบอาชีพ วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุหรือนามธรรม เช่น แบบแผนในการดำเนินชีวิต คำสอน ความคิด ความเชื่อ ภาษา ศิลธรรม และวิถีการกระทำ

อภิศักดิ์ โสมอินทร์ (2537 : 75) ได้กล่าวว่า สังคมอีสานยึดเกาะกันโดยมีฮีตคอง ที่ทำหน้าที่เป็นกฎระเบียบและเป็นบรรทัดฐาน (Social Norm) ให้สังคมประพฤติปฏิบัติตาม ซึ่งจะนำไปสู่ความสงบสุขร่วมกัน สังคมอีสานอบรมสั่งสอนและเน้นเรื่องฮีตคอง โดยสอนกันทุกเพศ ทุกวัย ทุกชั้นวรรณะ ไม่ว่าจะเป็นชั้นผู้ปกครอง หรือผู้อยู่ภายใต้การปกครอง แม้กระทั่งพระภิกษุสงฆ์ ซึ่งถือว่าเป็นบุคคลที่บริสุทธิ์ เพราะพร้อมด้วยศีลวินัยก็ไม่ละเว้น ฮีตคองจึงเหมือนกฎหมายของสังคมที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติตามฮีตคองก็จะอยู่เย็นเป็นสุข ถ้าปฏิบัติไม่สม่ำเสมอหรือบกพร่องจะทำให้เกิดทุกข์ สำหรับบทลงโทษของการผิดฮีตคอง ก็แล้วแต่สังคมนั้น ๆ จะกำหนด และตกลงกันเอง เช่นถ้าผิดน้อยก็จะถูกตราหน้าว่าเป็นคน “ขวง” หรือเป็น “แม่แล้ง” ถ้าทำผิดมากก็จะถูกลงโทษหนักถึงขั้น “อเปหิ” หรือ “เนรเทศ” ออกจากสังคม ฮีตสิบสองคองสิบสี่ เป็นหลักปฏิบัติสำหรับสังคมในสมัยที่กฎหมายยังไม่เจริญหรือยังไม่ตราขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรแน่นอน เพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติให้คนในสังคมอยู่ด้วยกันอย่างสงบและเป็นระเบียบ โดยยึดข้อปฏิบัติทางศาสนาเป็นหลัก ในปัจจุบันแม้ว่ากฎหมายและการศึกษาเจริญแล้วก็ตาม “ฮีตสิบสอง คองสิบสี่” ของชาวอีสานยังมีความสำคัญสำหรับประชาชนในท้องถิ่นมิได้ลดน้อยถอยลงแต่อย่างใด เนื่องจากเป็นขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมอันล้ำค่าที่บรรพบุรุษได้มอบหมายชำนาน โดยเฉพาะฮีตสิบสองคองสิบสี่ ตลอดจนผู้มีหน้าที่ปกครองบ้านเมืองพึงปฏิบัติเป็นจารีตประเพณี 12 เดือนของทุกปี เป็นทำนองคลองธรรมอันดีงามของท้องถิ่นและของบ้านเมือง 14 ข้อ ดังนี้



ฮัตหรือจารีตประเพณีที่ประชาชนปฏิบัติใน 12 เดือนของทุกปี ได้แก่ เดือนอ้าย-บุญเข้ากรรม เดือนยี่-บุญคุณลาน เดือนสาม-บุญข้าวจี เดือนสี่-บุญเผาหรือบุญเทศ มหาชาติ เดือนห้า-บุญสงกรานต์ เดือนหก-บุญบั้งไฟ เดือนเจ็ด-บุญข้าฮะ เดือนแปด-บุญเข้าพรรษา เดือนเก้า-บุญข้าวประดับดิน เดือนสิบ-บุญข้าวสาก เดือนสิบเอ็ด-บุญออกพรรษาและเดือนสิบสอง-บุญกฐิน

คองสิบสี่ที่ประชาชนทั่วไปและชั้นผู้ปกครองพึงปฏิบัติมี 14 ข้อ ได้แก่ ฮัตเจ้าคองขุน ฮัตท้าวคองเพีย ฮัตไพร่คองนาย ฮัตบ้านคองเมือง ฮัตผัวคองเมีย ฮัตพ่อคองแม่ ฮัตลูกคองหลาน ฮัตสะใภ้คองเขย ฮัตปู่คองย่า ฮัตตาคองยาย ฮัตเฒ่าคองแก่ ฮัตปี่คองเดือน ฮัตไยคองนา และฮัตวัดคองสงฆ์

ศรีศักร วัลลิโภดม (2538 : 99-100) ได้สรุปว่า สังคมไทยมีวัฒนธรรมอยู่สองแบบที่เผชิญ คือ วัฒนธรรมหลวง สร้างขึ้นโดยรัฐเพื่อสร้างความเหมือนกัน และอันหนึ่งอันเดียวกันในชาติ กับวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีความหลากหลายในแต่ละแห่ง วัฒนธรรมหลวงเป็นต้นเหตุทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น ในหนังสือสู่คุณภาพ สรุปสาระไว้ว่า

1. ท้องถิ่นจะไม่รับวัฒนธรรมอื่นทันที เขาจะเลือก แนะนำ ปรับเปลี่ยน และยอมรับแบบค่อยเป็นค่อยไป

2. วัฒนธรรมชุมชน ไม่ใช่วัฒนธรรมที่อยู่นิ่ง มีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนอย่างเป็นพลวัต

3. ให้ความสำคัญต่อระบบคุณค่าที่มีคนเป็นหัวใจสำคัญภายใต้ระบบความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ คนกับธรรมชาติ และคนกับคน

อังคณา ใจเหิม (2546 : 11-14) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมไทยกับคุณค่าเอกลักษณ์ไทยในวารสาร “กระแสวัฒนธรรม” ว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เจริญงอกงามจึงมีคุณค่าต่อสังคม ต่อชาติ บ้านเมืองอย่างมาก คุณค่าของวัฒนธรรมไทยจำแนกได้ดังนี้

1. ลักษณะที่แสดงถึงคุณค่าทางวัตถุ เช่น เครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นศิลปหัตถกรรมควบคู่กับมนุษย์มานาน เครื่องปั้นดินเผายังถูกพัฒนาเป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้านและสวน เพื่อให้เกิดความทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมมากทั้งภายในและ ต่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงความเจริญงอกงามและคุณค่าทางวัตถุ

2. ลักษณะที่แสดงถึงคุณค่าทางจิตใจ คุณค่าทางจิตใจเป็นสิ่งที่เปี่ยมนามธรรม ซึ่งไม่สามารถสัมผัสได้ แต่รู้สึกด้วยจิตใจ เช่น ความคิด ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี คุณค่าทางจิตใจ ส่วนใหญ่เกิดจากศาสนาที่หล่อหลอม ศาสนาจึงกลายเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของมนุษย์ให้กระทำแต่ความดี ละเว้นชั่ว เป็นคนที่มีคุณค่าของครอบครัวและสังคม และผลที่ตามมาก็คือก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ

3. ลักษณะที่แสดงถึงคุณค่าด้านภูมิปัญญา คนเราสามารถดำรงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้สร้างสมไว้ นำมาปรับเปลี่ยนให้เกิดความผสมผสานอย่างชาญฉลาด ไม่ละทิ้งเอกลักษณ์เดิม โดยนำสิ่งเป็นสมัยใหม่มาปรับใช้ได้อย่างกลมกลืน เช่น เรื่องของอาหารไทย คนไทยสามารถเลือกสรรและดัดแปลงพืชพรรณธัญญาหารนำมารับประทานในชีวิตประจำวันได้สอดคล้องในแต่ละฤดูและสามารถเป็นยารักษาโรคได้ด้วย



4. ลักษณะที่แสดงถึงคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ไทย เอกลักษณ์ที่บรรพบุรุษได้สร้างสมสืบต่อกันมา เช่น นาฏศิลป์ไทย ซึ่งมีลีลาท่าทางการแสดง อ่อนช้อยงดงาม เครื่องแต่งกายก็ประณีต บรรจง สวยงามยิ่งนัก นับเป็นศิลปวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเป็นชาติที่เจริญรุ่งเรืองมาก่อนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ปู่ ย่า ตา ยาย ได้ถ่ายทอดไว้แก่ลูกหลานสืบไป

บุญสม ยอดมาลี (2547 : 3) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรม ความจริงกับสิ่งที่คนเข้าใจในเอกสารประกอบการสอนทฤษฎีพลวัตรและกระบวนการทัศน์ทางวัฒนธรรมว่า

1. วัฒนธรรมเป็นศิลปะการแสดงทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น เช่น การฟ้อนรำ มวย หมอลำ เชิงกลองยาว ลิเก จำนวนผู้แสดงมีไม่กี่คน เช่น มวย ไปจนถึงจำนวนร้อยหรือกว่านั้น เช่น หมอลำหมู่หรือลำกลอนประยุกต์

2. วัฒนธรรมเป็นวัตถุสิ่งของหรือโบราณสถานที่มาตั้งแต่สมัยโบราณ ผู้คนบางส่วน มีความเชื่อลึกๆ ด้วยว่า อะไรก็แล้วแต่ที่เป็นสิ่งของเก่าแก่ก็ให้ถือว่าเป็นวัฒนธรรมเก่าแก่ของสังคมด้วย

3. วัฒนธรรมหมายถึง การแสดงหรือการโชว์ศิลปะการแสดง การจัดงานเทศกาลประจำปี เช่น การจัดแห่เทียนเข้าพรรษา การแข่งเรือ เทศกาลอาหารหรือผลไม้พื้นเมือง บุญบั้งไฟ การไหลเรือไฟ บุญข้าวสาก บุญกฐิน เป็นต้น

4. วัฒนธรรม หมายถึง การปฏิบัติ ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรมที่แปลกใหม่ที่สังคมหยิบยืมจากสังคมภายนอก อาจจะหยิบยืมเพียงบางส่วนหรือทั้งหมดมาใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อทดแทนสิ่งหรือส่วนที่มีอยู่เดิม ถือว่าเป็นวัฒนธรรมใหม่ ตัวอย่างมีให้เห็นเต็มบ้านเต็มเมือง มีทั้งชื่อเป็นไทยและต่างประเทศ มีหลากหลายลักษณะและมากมายกว่าปัจจัยสี่พื้นฐาน

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2541 : 23-24) ได้เขียนเรื่อง กระบวนทัศน์วัฒนธรรมไทย “ต้นตอ” เศรษฐกิจถดถอย และให้ความหมายของ “วัฒนธรรม” หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของคน ในสังคมที่หล่อหลอมขึ้นผ่านการปฏิสัมพันธ์หรือได้รับถ่ายทอดจากบริบทแวดล้อม เช่น ได้รับการถ่ายทอดจากความเชื่อ ศิลปะ จริยธรรม กฎหมาย ขนบธรรมเนียม ประเพณี การศึกษา สื่อมวลชน เป็นต้น กลายเป็นแบบแผนในความคิดและการกระทำของคนในสังคมส่วนใหญ่ ที่สำคัญวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นกลางสามารถนำมาซึ่งความเจริญงอกงามหรือความเสื่อมแก่สังคมได้

งามพิศ สัตย์สงวน (2543 : 35) ได้นิยามความหมาย “วัฒนธรรม” คือ แบบแผนในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมในสังคมนั้นเป็นผลมาจากการมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันไปทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมจีน วัฒนธรรมญี่ปุ่น เป็นต้น วิถีชีวิตของมนุษย์ในที่นี้หมายถึงว่า มีชีวิตความเป็นอยู่อย่างไรบ้าง มีวัฒนธรรมอย่างไรบ้าง เช่น มีระบบเศรษฐกิจแบบไหน มีการเมืองการปกครองแบบไหน มีการใช้อำนาจและได้อำนาจ มาอย่างไร มีระบบครอบครัวและเครือญาติแบบไหน มีระบบความเชื่อหรือนับถือศาสนาอะไร มีการถ่ายทอด ทางวัฒนธรรมและการขัดเกลาอบรมอย่างไรมีประเพณีพิธีกรรมอะไร และมีชีวิตประจำวันอะไรบ้าง เป็นต้น

จำนงค์ อติพัฒนสิทธิ์ (2543 : 16) ได้ให้ความหมาย “วัฒนธรรม” ไว้ว่าวัฒนธรรมเป็นแบบแผน การดำเนินชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกของสังคมหนึ่งได้ยึดถือเป็นแบบแผน ของชีวิตร่วมกัน วัฒนธรรม จึงเป็นเสมือน เครื่องหมายหรือประจำกลุ่มที่คนอื่นเห็นแล้วรู้ได้ทันที เช่น มีภาษา เครื่องแต่งกาย ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เหมือนกันสำหรับในกลุ่มนั้น ๆ



นิคม มุสิกคามะ (2545 : 4) ได้ให้ความหมายวัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตของคน เกิดจากกระบวนการอันซับซ้อนทางสังคมหรือกลุ่มชน โดยรวมเอามิติทางด้านจิตใจ วัตถุ ภูมิปัญญาและอารมณ์เข้าไว้ด้วยกันจนเป็นรูปแบบเอกลักษณ์ของสังคมนั้น มิใช่เพียงเรื่องของศิลปะและวรรณกรรม หากหมายรวมถึงรูปแบบวิถีชีวิต สิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน ระบบค่านิยม ตลอดจนขนบธรรมเนียมจารีตประเพณี และความเชื่อ

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2533 : 32) ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรม คือ ระบบความสัมพันธ์ของคนกับคน และคนกับธรรมชาติ โดยปกติแล้วระบบความสัมพันธ์ที่มนุษย์ไม่ได้สร้างขึ้นใหม่ทุกช่วงอายุคน แต่มักจะรับระบบความสัมพันธ์ที่ถ่ายทอดมาจากอดีต ระบบความสัมพันธ์ หรือวัฒนธรรมมีความซับซ้อนมาก ต้องอาศัยการถ่ายทอดปลูกฝังกันเป็นเวลานาน แต่ยังสามารถดำเนินชีวิตในระบบความสัมพันธ์หนึ่ง ๆ ได้อย่างดี ไม่ว่าจะสร้างขึ้นเองและขยายให้ผู้อื่นรับระบบนั้นรวมกัน จะต้องใช้เวลาเกินกว่าชีวิตอายุคนไปสักเท่าใด ระบบความสัมพันธ์หรือวัฒนธรรมจึงมีพลังกำหนดชีวิตของคนยิ่งกว่าสิ่งใด และความหมายของวัฒนธรรม คือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ทั้งหมดของสังคม ตั้งต้นแต่ภายในจิตใจของคนมีค่านิยม คุณค่าทางจิตใจคุณธรรม ลักษณะนิสัยแนวความคิด และสติปัญญาออกมา จนถึงท่าทีและวิถีปฏิบัติของมนุษย์ต่อร่างกายและจิตใจของคน ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ตลอดจนความรู้ ความเข้าใจ ท่าทีการมอง และการปฏิบัติของมนุษย์ต่อธรรมชาติแวดล้อม ถ้าพูดให้เข้าใจง่าย วัฒนธรรมเป็นทั้งการสั่งสมประสบการณ์ความรู้ความสามารถ ภูมิธรรมทั้งหมดที่ได้ช่วยมนุษย์ในสังคมนั้น ๆ อยู่รอด และเจริญสืบต่อกันมาได้และเป็นอยู่อย่างที่เป็นบัดนี้ โดยสรุปวัฒนธรรมคือ ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถที่สังคมนั้นมีอยู่หรือเนื้อตัวทั้งหมดของสังคมนั้นเอง

นิยพรรณ (ผลวัฒน์) วรรณศิริ (2540 : 37) ได้ศึกษาในเรื่อง “มานุษยวิทยา สังคมและวัฒนธรรม” และสรุปความหมายของ “วัฒนธรรม” ในมุมมองของนักสังคมวิทยาว่าเป็นกระบวนการอบรม ปลูกฝัง สั่งสอน เรียนรู้ถึงการดำรงวิถีชีวิตที่เป็นรูปแบบเดียวกันแล้วเก็บไว้เป็นมรดกตกทอดส่งต่อให้สมาชิกรุ่นใหม่ๆ ของสังคมต่อไป ส่วนในมุมมองของนักมานุษยวิทยาวัฒนธรรมหมายถึง ความดีงาม ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมของคน หรือสิ่งของจะต้องแสดงออกถึงความดีงาม

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2547 : 1) กล่าวว่า คำว่า “วัฒนธรรม” แปรจากคำว่า “Culture” ซึ่งพลตรี พระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงบัญญัติขึ้น โดยทรงอธิบายว่า คำว่า “วัฒนธรรม” นี้ได้ถูกขึ้นเพื่อให้มีความหมายตรงคำว่า Culture คำว่า Culture ตรงมูลศัพท์หมายความว่า เพาะปลูกให้งอกงาม เป็นการแสดงถึงความเจริญงอกงาม ซึ่งเปรียบได้กับการเพาะปลูกพันธุ์ไม้ให้งอกงาม ผลิดอกออกผลเพื่อประโยชน์แก่มนุษย์ในอนาคตใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ตนได้ และพระยาอนุมานราชธน ได้ให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ไว้อย่างหลากหลายดังนี้

วัฒนธรรม คือ สิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือผลิตสร้างขึ้น เพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตแห่งชีวิตของส่วนรวม

วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตมนุษย์ในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกันได้

วัฒนธรรม คือ สิ่งอันเป็นผลผลิตของส่วนรวมที่รู้มาจากคนแต่ก่อน สืบต่อกันมาเป็นประเพณี



วัฒนธรรม คือ ความคิดเห็น ความรู้ ความประพฤติ และกิริยาอาการ หรือการกระทำใด ๆ ของมนุษย์ในส่วนรวม ลงรูปเป็นพิมพ์เดียวกันและสำแดงออกมาให้ปรากฏเป็นภาษา ศิลปะความเชื่อประเพณี

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2547 : 4) ได้ให้ความหมายวัฒนธรรมไว้ 2 แบบ คือ

1. ความหมายทั่วไป วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตของคนในสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติ และการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจ ชาบซึ่ง ยอมรับและใช้ปฏิบัติร่วมกันอันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมนั้นๆ

2. ความหมายเชิงปฏิบัติการ วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมและสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่สังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลิตรกรรมและผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ พัฒนา ถ่ายทอด ส่งเสริม เสริมสร้าง เติบโตและ แลกเปลี่ยนเพื่อสร้างเสริมคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีสันติภาพ สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ

สรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของคนในสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติ และการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจ ชาบซึ่ง ยอมรับและใช้ปฏิบัติร่วมกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมนั้นๆ มีความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมและสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่สังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลิตรกรรมและผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ พัฒนา ถ่ายทอด ส่งเสริม เสริมสร้าง เติบโตและ แลกเปลี่ยนเพื่อสร้างเสริมคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีสันติภาพ สันติสุข และอิสรภาพ

2. ประเภทของวัฒนธรรม

กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 12) ได้กล่าวในหนังสือ เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรม โดยได้จำแนกระบบความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมไว้ 3 มิติ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนบ้าน หรือระบบเครือญาติเดียวกัน การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งในระดับนี้เป็นการสร้างความสัมพันธ์ภายในหน่วยย่อยของชุมชน จะมีความคุ้นเคยและกระชับแน่นแฟ้นกันมาก ในหมู่เครือญาติเดียวกัน

2. ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นการแสดงถึงศักยภาพในการคิดค้นของมนุษย์ โดยการเรียนรู้จากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับการดำรงชีวิตและสอดคล้องกับธรรมชาติ



3. ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ เป็นการสร้างสัญลักษณ์แทนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีคุณและโทษต่อมนุษย์ เพราะว่ามีมนุษย์มีความปรารถนาที่จะได้รับความปลอดภัย และมีความหวังว่าอำนาจจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายจะช่วยคุ้มครองได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นต่อมาด้วยการประกอบพิธีกรรมที่เคร่งครัด และการกระทำอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นปฏิบัติที่เชื่อมโยงกับอุดมการณ์ ความเชื่อของคนในสังคมนั้น วิธีที่ดีที่สุดในการถ่ายทอดความรู้ที่ได้ปฏิบัติกันมาก คือ อาศัยพิธีกรรมเป็นการบันทึกความรู้ และความทรงจำที่จะถ่ายทอดแก่ชนรุ่นหลังต่อไป

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิศวิชา (2537 : 171) ได้เขียน “แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน” จากการพัฒนาชนบทขององค์กรพัฒนาเอกชน โดยการริเริ่มของบาทหลวงนิพนธ์ เทียนนิหาร ได้มีการแลกเปลี่ยนสัมมนาในกลุ่มนักพัฒนาและนักวิชาการ ตลอดจนชาวบ้านผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรม ทำให้ได้เห็นภาพวัฒนธรรมของชุมชนชนบทในมิติลึกซึ้ง เป็นบทสรุปของความคิด และการปฏิบัติหรือคุณค่าทั้งหมดในสังคมนั้น เป็นโครงสร้างด้านการทำมาหากิน ด้านอุดมการณ์ ความเชื่อและด้านอำนาจการตัดสินใจ ทั้งนี้เกี่ยวโยงกันอย่างแยกไม่ออก ซึ่งเป็นผลจากวิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์ ของชุมชนและสังคม คุณค่าทั้งหมดนี้มี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่ประชาชนสร้างขึ้นเอง และดำรงอยู่ไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากสอดคล้องและรับใช้ชุมชนอยู่

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่ผู้มีอำนาจสร้างขึ้น

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่เกิดจากการปรับหรือสร้างขึ้นใหม่จากการปะทะกันระหว่างส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2

จากกระบวนการดังกล่าวนี้ ทุกครั้งที่เกิดวิกฤติจะมีการปรับเปลี่ยนและสร้างใหม่ทางอุดมการณ์ ซึ่งจะเป็นลักษณะที่ปรับทั้งหมด หรือปรับบางส่วน ต่อต้านหรือปฏิเสธ กระบวนทัศน์แบบวิทยาศาสตร์ยุคใหม่ คือทัศนคติให้ความสำคัญเฉพาะเรื่องวัตถุ มองการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นเครื่องวัดความเจริญก้าวหน้า มองธรรมชาติเป็นวัตถุที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์เป็นกระบวนทัศน์ที่กำหนดสังคมไทยในปัจจุบัน ทำให้เกิดความแตกต่างของปัจเจก ชุมชน และสังคม คนรวยยิ่งรวยขึ้น คนจนยิ่งจนลง ส่วนกระบวนทัศน์ดั้งเดิม คือทัศนคติมองคนเป็นเพียงส่วนหนึ่งของจักรวาล ซึ่งต้องอยู่รวมในสังคมธรรมชาติและจักรวาลอย่างอ่อนน้อมถ่อมตน เป็นกระบวนทัศน์แห่งดุลยภาพและเอกภาพของชีวิตมนุษย์ ซึ่งสังคมดั้งเดิมของไทยได้สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ แต่คนไทยปัจจุบันถือว่าโบราณและล้าสมัย ในขณะที่กระแสวัฒนธรรม ภายใต้กระบวนทัศน์วิทยาศาสตร์ยุคใหม่ ซึ่งเข้ามาเป็นกระแสหลักนั้น กระแสวัฒนธรรมดั้งเดิม ยังไม่ถูกทำลาย เพียงแต่ถูกครอบงำไปส่วนหนึ่ง จึงยังมีการค้นหากระบวนทัศน์ใหม่ อันมีรากฐานอยู่บนกระบวนทัศน์วัฒนธรรมดั้งเดิม นั่นคือ การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมอย่างมีสติปัญญา และเคารพประชาชน ผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมท้องถิ่น กระบวนการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรม มีลักษณะ แยกย่อยได้ 4 ประการ คือ

1. การอนุรักษ์ คือการดำรงรักษาศิลปวัตถุ ประเพณี พิธีกรรม โดยคำนึงถึงคุณค่าแก่ชีวิตโดยรวมของชุมชน หมู่บ้าน รวมถึงการค้นหาและรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาพื้นบ้าน

2. การฟื้นฟู วัฒนธรรมที่ได้เลือนหายไป หรือครอบงำเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนในท้องถิ่น

3. การประยุกต์ คือการปรับปรุงทางวัฒนธรรม โดยสืบทอดคุณค่าดั้งเดิมด้วยรูปแบบใหม่ ซึ่งไม่ได้ทำลายคุณค่าดั้งเดิม กลับเพิ่มคุณค่านั้น หรือไม่ได้ลดคุณค่านั้นลงไป



4. การสร้างใหม่ คือ กระบวนการผลิตซ้ำ หรือผลิตใหม่ โดยรวมกระบวนการ 3 ข้อที่กล่าวมาอย่างมีสัดส่วนของความใหม่มากกว่าความเก่า

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิศวิชา (2541 : 113) ได้เขียน “วัฒนธรรมหมู่บ้านไทย” โดยกล่าวถึงวัฒนธรรมชุมชนหมู่บ้านอีสานว่าเป็นชุมชนหมู่บ้านซึ่งอ่อนตัวลงบ้างตามกาลสมัยแต่ไม่ได้ถูกแทนที่ด้วยวัฒนธรรมชุดใหม่ วัฒนธรรมการผลิต การบริโภค และวัฒนธรรมทางสังคมที่ตามมากับระบบทุนนิยม มักเป็นวัฒนธรรมที่ต้องอาศัยเงินทุนและพื้นความรู้สมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลง รสนิยม ค่านิยม รวมทั้งความเชื่อ ระบบทุนที่เข้ามายังไม่เข้มแข็งพอที่จะหล่อหลอมจิตสำนึกของหมู่บ้านอย่างนั้นได้ สื่อมวลชนนำข่าวสารเรื่องราวมาสู่หมู่บ้านก็จริง แต่สำนึกขบวนการข่าวสารเหล่านั้นค่อนข้างอยู่นอกประสบการณ์ของเขา บางครั้งอาจดูแปลกประหลาดกระจัดกระจายจนยากที่ชาวบ้านจะนำมาจัดให้เข้ากับสาระบบความคิดเป็นวัฒนธรรมของตนเอง การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของชาวอีสานเข้าสู่สมัยใหม่จึงเป็นไปอย่างลุ่ม ๆ ดอน ๆ พ่อค้าจีนที่อยู่ในเมืองหรือหมู่บ้านก็ไม่สามารถเป็นผู้ส่งทอดวัฒนธรรม เพราะในทางวัฒนธรรมแล้ว พ่อค้าชาวจีนถูกปฏิเสธจากชาวอีสาน เนื่องจากสังคมอีสานมีระบบคุณธรรมที่ยกย่องและยอมรับระบบความช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยแต่ไม่ยอมรับการมี และได้โดยผ่านการค้ากำไรอย่างเปิดเผย พ่อค้าจีนไม่สามารถเป็นผู้บุกเบิกหรือนำทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ให้แก่ชาวบ้านได้

จารุวรรณ ธรรมวัตร (2538 : 12-15) ได้กล่าวถึงโครงสร้างทางวัฒนธรรมของชาวนบพวามีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. ระบบการผลิต หรือระบบการทำมาหากิน คือ การต่อสู้เพื่อการมีอยู่มีกิน ก่อให้เกิดวัฒนธรรมทางการผลิต โดยเฉพาะการผลิตแบบกสิกรรม เกิดการคิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องมือเครื่องใช้ เพื่อการทำมาหากิน

2. ระบบความเชื่อ ประกอบด้วยศาสนา คุณค่า และพิธีกรรม เป็นสิ่งที่เกิดจากการต่อสู้เพื่อให้มีชีวิตอยู่รอดในการอยู่ร่วมกันและพึ่งพาธรรมชาติ ประกอบกับต้องการคำอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติรอบตัว ความเป็นมาและความเป็นไปของจักรวาล โลกและชีวิต ความเชื่อในชุมชนประกอบด้วยความเชื่อแบบผี พราหมณ์ พุทธ ซึ่งความเชื่อแบบผีเป็นความเชื่อดั้งเดิมที่เป็นรากฐานความเชื่อของคนชนบทและมีผลต่อวิถีการดำเนินชีวิต แม้กระทั่งจนถึงปัจจุบัน เป็นการให้คุณค่ากับธรรมชาติ ให้ความเคารพต่อบรรพบุรุษ และอำนาจเหนือธรรมชาติ

3. ระบบความสัมพันธ์ในชุมชน ประกอบด้วย ครอบครัว เครือญาติ ชุมชนและความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน ซึ่งทำให้เกิดจารีต ประเพณี ระบบพิธีกรรม เป็นแนวทางให้สมาชิกของชุมชนทั้งรุ่นปัจจุบันและรุ่นต่อ ๆ ไปปฏิบัติ จึงมีกระบวนการเรียนรู้ของสมาชิกในชุมชนโดยผ่านการปฏิบัติเป็นสำคัญ สิ่งที่เรียนรู้คือวิชาการต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการทำมาหากิน

Murdock (พิทยา พิณสาร. 2543 : 10-11 ; อ้างอิงมาจาก Murdock. n.d.) กล่าวว่า วัฒนธรรม เป็นพฤติกรรมร่วมนิสัยของคนในสังคมเกิดขึ้นได้เพราะมีการสืบทอดต่อกันมา โดยผ่านการศึกษาและการควบคุมทางสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาโดย Murdock ได้เสนอรูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไว้ 4 รูปแบบ คือ

1. นวัตกรรม การคิดและทำสิ่งใหม่ขึ้น โดยมีผู้ริเริ่มพฤติกรรมใหม่ขึ้นมา และต่อมาก็มีคนอื่นทำตามและกลายเป็นวัฒนธรรมในที่สุดนวัตกรรมแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ



1.1 ปรับเปลี่ยนจากเดิมเล็กน้อย เช่น พิธีการแต่งงานที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบงานไปบ้างเล็กน้อย

1.2 การประดิษฐ์ขึ้นใหม่ เป็นการสังเคราะห์จากสิ่งที่มีอยู่เดิมให้เป็นของใหม่ เช่น การประดิษฐ์อุปกรณ์การเกษตรขึ้นมาใหม่

1.3 การทดลองปฏิบัติ พฤติกรรมที่มีลักษณะลองผิดลองถูก เมื่อแน่ใจว่าได้ผล ก็จะทำสิ่งนั้นในสถานการณ์ต่อไป พฤติกรรมที่มีลักษณะนี้ส่วนมากจะเป็นเรื่องของการแก้ปัญหา เช่น เมื่อเกิดความอดอยากขึ้นก็จะมีการลองรับประทานอาหารที่ไม่เคยมีมาก่อน

1.4 การยืมทางวัฒนธรรม เป็นการลอกเลียนวัฒนธรรมอื่นมาใช้เพื่อแก้ปัญหาของตน เช่น การยืมภาษามาใช้ ระบบการปกครอง การยืมสถาปัตยกรรม การยืมได้มาจากการติดต่อกับสังคมอื่น การยืมไม่จำเป็นต้องเหมือนของเดิมทุกอย่าง ส่วนมากเป็นการยืมรูปแบบมาแต่ไม่ได้นำสาระมาด้วย

2. การยอมรับทางสังคม นวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นแบบใดหรือริเริ่มโดยใครก็ตาม หากกระทำแล้วสังคมไม่ยอมรับก็ไม่สามารถเป็นวัฒนธรรมได้ สังคมในที่นี้หมายถึง ทุกส่วนของสังคม กลไกที่สำคัญที่ทำให้เกิดการยอมรับของสังคม คือการเลียนแบบซึ่งเกี่ยวกับบุคคลกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มคนทั้งชุมชน ทางเลือกและการเผยแพร่กระจาย บุคคลที่มีความสำคัญในชุมชน เช่น ผู้นำ มีอิทธิพลและส่งผลให้เกิดการยอมรับทางวัฒนธรรมได้มากกว่า ถ้าทำอะไรใหม่ ๆ และคนอื่นจะทำตาม

3. การเลือกรับสิ่งใหม่ที่สังคมยอมรับอาจจะมีประโยชน์มากหรือน้อยต่างกัน ดังนั้นหากมีสิ่งใหม่เข้ามาและเป็นประโยชน์มากก็จะคงอยู่ ที่ไม่เป็นประโยชน์หรือเป็นประโยชน์น้อยก็อาจจะถูกละเลยหรือถูกลืมไป การเลือกรับจึงอยู่ได้ภาวะบริบท ปัจจัยและเงื่อนไขในสังคมนั้น

4. การผสมผสาน วัฒนธรรมของสังคมส่วนมากจะไม่มี ความสมบูรณ์ครบถ้วน และด้วยเหตุนี้จึงมีการต่อเติมให้สมบูรณ์ขึ้น การผสมผสานเป็นการปรับของเก่าให้เข้ากับของใหม่ หรือปรับของใหม่ให้เข้ากับของเก่า อาจด้วยวิธีการหยิбыืมทางวัฒนธรรม การลองผิดลองถูก หรือวิธีการอื่นๆ เช่น การละเล่นทางวัฒนธรรมพื้นบ้าน ที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมจากหลายแห่งเข้าด้วยกัน เป็นต้น

Lenski (จามะรี พิทักษ์วงศ์. 2543 : 10-11 ; อ้างอิงมาจาก Lenski. n.d.) กล่าวถึงปัจจัย 5 ประการที่มีผลกระทบต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

1. ต้นทุนความรู้ที่สังคมสะสมไว้ ยิ่งมีมากยิ่งมีการประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ ได้มาก เพราะการประดิษฐ์ คือ การเอาองค์ประกอบที่มีอยู่แล้วมารวมกันในรูปใหม่ ยิ่งมีชิ้นส่วนองค์ประกอบจำนวนมากก็ยิ่งมีทางที่จะเอามารวมกันเป็นสิ่งใหม่ได้ง่าย

2. จำนวนประชากรในสังคม ยิ่งมีประชากรมากยิ่งมีนักคิดค้นประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ ได้มาก แต่ถ้าจำนวนประชากรมากเกินไปจนขาดสมดุลระหว่างจำนวนทรัพยากรธรรมชาติ กับจำนวนประชากรก็อาจทำให้เกิดการหยุดนิ่งหรือถดถอยได้

3. การติดต่อกับสังคมอื่น ถ้ายิ่งมีการติดต่อระหว่างกันมาก ย่อมเอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงเพราะสามารถหยิбыืมวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน หรือมีการแพร่กระจาย (Diffusion) ของวัฒนธรรมได้



4. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมมีมาก สังคมก็ต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เช่น การยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเกษตรกรรม

5. ทศนคติของสังคมต่อการเปลี่ยนแปลง สังคมที่มีทัศนคติที่เอื้ออำนวยหรือสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงการทดลองสิ่งใหม่ ๆ ย่อมมีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงกว่าสังคมที่ยึดมั่นในประเพณี โดยไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงหรือการทดลองสิ่งใหม่ ๆ เลย

วัชรยา คลายนาท (2530 : 102-103) ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม มีลักษณะที่สำคัญดังนี้ คือ วัฒนธรรมเกิดจากการเรียนรู้ วัฒนธรรมไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยสัญชาตญาณ หรือโดยลักษณะทางชีวภาพของมนุษย์ วัฒนธรรมเป็นการถ่ายทอดจากสมาชิกรุ่นหนึ่งไปสู่สมาชิกอีกรุ่นหนึ่ง วัฒนธรรมได้ถือว่เป็นมรดกทางสังคมมนุษย์ การถ่ายทอดวัฒนธรรมไปสู่สมาชิกรุ่นนั้นเป็นกระบวนการ ที่ใช้เวลาอันยาวนานหลายพันปี วัฒนธรรมเกิดจากการรับรู้ร่วมกันทางสังคม วัฒนธรรมแสดงถึงรูปแบบความคิดในการแสดงพฤติกรรม วัฒนธรรมของสังคมเกิดขึ้นโดยร่วมกันกำหนดรูปแบบความคิดในการแสดงพฤติกรรมของสมาชิก โดยสมาชิกคาดหวังว่าจะประพฤติปฏิบัติตามแนว ความคิดที่รับรู้ร่วมกันขึ้น วัฒนธรรมเป็นการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของสมาชิกวัฒนธรรมเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ ทั้งนี้เป็นความต้องการทางร่างกาย วัฒนธรรมมีการปรับปรุง วัฒนธรรมมีความจำเป็นที่ต้องได้รับการปรับปรุงเพื่อควบคุมสิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสังคมวัฒนธรรมมีบูรณาการ วัฒนธรรมแต่ละอย่างในสังคมหนึ่งย่อมมีความสอดคล้องระหว่างกันเป็นส่วนรวมของสังคม วัฒนธรรมแต่ละส่วนจะเสริมสร้างความมั่นคงระหว่างกัน เพื่อให้การแสดงพฤติกรรมระหว่างสมาชิกมีความกลมกลืนโดยไม่ขัดแย้งต่อไป

ศรีศักร วัลลิโภดม (2536 : 26) กล่าวว่าวัฒนธรรมในฐานะองค์รวม ประกอบด้วยระบบใหญ่ด้วยกัน 3 ระบบซ้อนกันและมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน คือ

ระบบคุณค่า หมายถึง ศีลธรรมส่วนรวมและจิตวิญญาณของความเป็นมนุษย์ที่สร้างสรรค์ ซึ่งในสังคมที่เป็นจริงจะเห็นระบบคุณค่านี้ในรูปของศาสนา และความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ เช่น การนับถือผี ซึ่งจะมีศีลหรือข้อห้าม ไม่ให้เกิดการละเมิดเพื่อนมนุษย์และส่วนรวม ทำหน้าที่เป็นเสมือนกฎเกณฑ์หรือจารีตประเพณี ในสังคมอีสานเรียกข้อห้ามนี้ว่า ฮีต

ระบบภูมิปัญญา ซึ่งจะครอบคลุมวิถีคิดของสังคม มักอยู่ในรูปของกระบวนการเรียนรู้ การสร้างสรรค์ การถ่ายทอดความรู้ผ่านองค์การทางสังคมในท้องถิ่น และเห็นจากแบบแผนทางสังคม เช่น ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ

ระบบอุดมการณ์ หมายถึง ศักดิ์ศรีและสิทธิของความเป็นมนุษย์เป็นสิทธิตามธรรมชาติ ที่เสริมสร้างความมั่นใจและอำนาจให้กับคนในชุมชนหรือในสังคมท้องถิ่น เพื่อเป็นพลังในการเรียนรู้ สร้างสรรค์ ผลิิตใหม่ และการถ่ายทอดภูมิปัญญา

ประเวศ วะสี (2545 : 101-102) ได้ชี้ให้เห็นว่าถ้าเข้าใจความหมายของวัฒนธรรม ในเชิงชีวิตวัฒนธรรมแล้วจะสามารถสรุปคุณลักษณะของวัฒนธรรมได้ 8 ประการ คือ

1. มีความหมายหลากหลาย กระจายอำนาจ จึงส่งเสริมการเมืองระบอบประชาธิปไตยวัฒนธรรมจะมีลักษณะหลากหลายไปตามชุมชนท้องถิ่น ถ้าเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมก็ต้องส่งเสริมความเป็นตัวเองทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นก็เท่ากับเป็นการกระจายอำนาจ และส่งเสริมการเมืองระบอบประชาธิปไตย การเห็นคุณค่าและส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นจึงเป็นการพัฒนาประชาธิปไตย



2. กระจายรายได้และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ จุดแข็งของไทยที่คนอื่นไม่มี คือ วัฒนธรรมไทย ควรคิดเรื่องเศรษฐกิจกับวัฒนธรรมให้เชื่อมต่อกัน เพราะเศรษฐกิจในรูปแบบปัจจุบันมีลักษณะกระจุกรายได้สูง วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการกระจายรายได้

3. ส่งเสริมศักดิ์ศรีของชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรม คือ ภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีรากย้อนไปไกลถ้าเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นย่อมมีศักดิ์ศรี ถ้าชุมชนท้องถิ่นมีศักดิ์ศรีคนทั้งประเทศก็จะมีเกียรติ มีความสุข เป็นการเปิดทางเลือกกว้างขวางให้ผู้คนลดความเครียดและความขัดแย้งในสังคม

4. ความเป็นบูรณาการ วัฒนธรรมเป็นเรื่องของความเชื่อมโยงอย่างเป็นบูรณาการทุกมิติ วัฒนธรรมเป็นเรื่องของคนทั้งหมดในชุมชนหรือสังคมที่มีความเชื่อและระบบคุณค่าและการปฏิบัติร่วมกันเป็นทั้งเรื่องของเศรษฐกิจ จิตใจ การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อมพร้อมกันไปหมดเป็นเรื่องเดียวกัน

5. สร้างความบรรสานสอดคล้อง และความสมดุลยั่งยืน เพราะความเป็นบูรณาการและความที่มีรากลึกยาวนาน วัฒนธรรมจึงมีลักษณะผสานหรือมีความบรรสานสอดคล้องระหว่างมนุษย์ทั้งกายและใจกับสังคมและกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างสิ่งทั้งหลายทั้งปวงตามธรรมชาติ

6. มีการพัฒนาจิตใจและจิตวิญญาณอันลึกซึ้ง การพัฒนาทางวัตถุไม่คำนึงถึงคุณค่าทางจิตใจและจิตวิญญาณ วัฒนธรรมคำนึงถึงเรื่องจิตใจและจิตวิญญาณอันลึกซึ้ง สุนทรียกรรมให้ความสุขทางจิตใจ

7. ส่งเสริมความเข้มแข็งของสังคม ต้องส่งเสริมให้สังคมเข้มแข็งจึงจะถ่วงดุลอำนาจและฟื้นฟูบูรณะศีลธรรมได้ วัฒนธรรมเป็นเครื่องส่งเสริมความเข้มแข็งของสังคม เพราะวัฒนธรรมต้องมีความเป็นชุมชน ความเป็นชุมชนต้องมียุคครชุมชน การมียุคครชุมชนทำให้ชุมชนหรือสังคมเข้มแข็ง

8. เป็นการผดุงศีลธรรมของสังคม เมื่อวัฒนธรรมมีลักษณะทั้ง 7 ประการดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นการผดุงศีลธรรม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542 : 16-17) ได้กล่าวว่าวัฒนธรรม จำแนกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นการกระทำและส่วนที่เป็นความคิด ส่วนที่เป็นการกระทำ เช่น ประเพณีต่าง ๆ และส่วนที่เป็นการคิดที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง แต่สามารถจะดูได้จากการแสดงออก เช่น การแสดงออกทางภาษา การแสดงออกทางการปฏิบัติ ความเชื่อทางลัทธิศาสนาและค่านิยมทางสังคม ซึ่งวัฒนธรรมทั้งสองส่วน มีความสัมพันธ์กันคือ การแสดงออกใด ๆ ทางวัฒนธรรมจะมีความคิดอยู่เบื้องหลังหรือในทางกลับกันความคิดจะนำไปสู่การปฏิบัติ หรือการแสดงออกแต่ละสังคมมีแนวความคิดและการปฏิบัติของตน จึงทำให้เกิดวัฒนธรรมของชุมชนขึ้น วัฒนธรรมมีการสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่ง กล่าวถึงลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมว่า

1. มีการค้นพบสิ่งใหม่ (Culture is Invented) โดยบุคคลสร้างขึ้นใหม่
เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมใหม่

2. มีการเรียนรู้ (Culture is Learned) ใช้ชีวิตและเกี่ยวข้องกับอารมณ์ มีส่วนร่วมในการสืบทอดจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง



3. เป็นกิจกรรมร่วมทางสังคม (Culture is Solely Shared) เหตุการณ์ซึ่งมีส่วนร่วมโดยมนุษย์ที่อยู่ในสังคมนั้นกำหนดรูปแบบโดยอิทธิพลของสังคม เช่น ครอบครัว

4. มีลักษณะเฉพาะของแต่ละสังคม (Cultures are Similar but Different) คือ การที่แต่ละสังคมมีรายละเอียดแตกต่างกัน

5. ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และมีลักษณะคงทนต่อเนื่อง (Culture is Gratifying and Persistent) คือสามารถตอบสนองความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ ประพฤติสม่ำเสมอเป็นเวลานาน เกิดความพึงพอใจ จึงถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง

6. มีการปรับตัว (Culture is Adaptive) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม

7. มีการจัดโครงสร้างและมีการประสานประสาน หรือบูรณาการ (Culture is Organized and Integrated) เพื่อให้มีความเหมาะสม

นิคม มุสิกคามะ (2545 : 41) ได้กล่าวใน “วัฒนธรรมบทบาทใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์” ว่า วัฒนธรรมจำแนกโดยพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2495 ฉบับปรับปรุง จำแนกวัฒนธรรมออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. คติธรรม คือ วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับหลักในการดำเนินชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจ และได้มาจากทางศาสนา

2. เนติธรรม คือ วัฒนธรรมทางกฎหมาย รวมทั้งระเบียบประเพณี ที่ยอมรับนับถือกันว่ามีความสำคัญต่อกฎหมาย

3. วัตถุธรรม คือ วัฒนธรรมทางวัตถุ เช่นที่เกี่ยวกับปัจจัย 4 การกินดีอยู่ดี เครื่องนุ่งห่ม บ้านเรือน และอื่น ๆ

4. สหธรรม คือ วัฒนธรรมทางสังคม นอกจากหมายถึงคุณธรรมที่ทำให้คนอยู่ร่วมกันเป็นผาสุก ถ้อยทีถ้อยอาศัยแล้ว ยังรวมทั้งระเบียบมารยาทที่จะติดต่อเกี่ยวข้องกับสังคม

สรุปได้ว่า วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่หล่อหลอมขึ้นผ่านการปฏิสัมพันธ์หรือได้รับถ่ายทอดจากบริบทแวดล้อม เช่น ได้รับการถ่ายทอดจากความเชื่อ ศิลปะ จริยธรรม กฎหมาย ขนบธรรมเนียม ประเพณี การศึกษา สื่อมวลชน เป็นต้น กลายเป็นแบบแผนในความคิดและการกระทำของคนในสังคมส่วนใหญ่ ที่สำคัญวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นกลางสามารถนำมาซึ่งความเจริญงอกงามหรือความเสื่อมแก่สังคมได้ วัฒนธรรมเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความเจริญ รุ่งเรืองหรือความก้าวหน้าของแต่ละสังคม การศึกษาวัฒนธรรมก็เพื่อให้เข้าใจวิถีชีวิตส่วนรวมของชาวบ้าน เข้าใจถึงพลังที่มีอยู่ในชุมชน แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นระบบคุณค่าที่มีความสัมพันธ์กัน และเป็นโครงสร้างที่มีผลต่อพฤติกรรมของ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง

ธุรกิจขายตรง หมายถึง การขายสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ การทำนิติกรรมตามระบบการขายปกติทั่วไป



ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยนั้นได้เข้ามาเปิดตลาดในเมืองไทยเมื่อหลายสิบปีที่แล้ว ซึ่งในขณะนั้นมีบริษัทธุรกิจเครือข่ายยังไม่มากนัก แล้วต่อมาไม่นานก็เริ่มมีบริษัทต่างๆ เข้ามาเปิดทำการในประเทศไทยทั้งของต่างประเทศ และของไทยด้วยกันเอง จากเพียงแค่ไม่กี่บริษัทก็เพิ่มเป็นหลายสิบบริษัท มีทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค หลายประเภท หลากราคา หลักการของธุรกิจเครือข่ายคือ การที่นักขายได้รับผลตอบแทนทั้งจากที่ตนเองขายปลีกและผลตอบแทนจากการขายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มของตนชวนมาร่วมกันขาย จนมียอดขายรวมเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากการสポンเซอร์หรือชักชวนผู้เข้ามาเข้าร่วมธุรกิจ อันทำให้ระบบการตลาดของธุรกิจเครือข่ายเป็นระบบที่มีศักยภาพสูงสุดในธุรกิจเครือข่ายปัจจุบัน

เนื่องจากธุรกิจเครือข่ายเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนและค่าธรรมเนียมในการเริ่มต้นธุรกิจต่ำ เพียงจ่ายเงินค่าสมัครเพื่อรับคู่มือความรู้ เอกสารฝึกอบรม และผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเท่านั้นก็สามารถเริ่มงานได้ทันที ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีผู้คนจำนวนมากมาทำธุรกิจเครือข่าย ระบบการตลาดหรือ การเครือข่ายหลายชั้น (Multi- Level Marketing หรือ MLM) เป็นการขายต่อกันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายสามารถสร้างรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกัน คือ ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ได้ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค คอมมิชชั่นหรือส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อ (เพื่อบริโภคหรือเพื่อขายให้กับผู้ขายคนอื่นต่อไป) จากผู้ขายที่ได้ชักชวนเข้ามาสมัครร่วมธุรกิจ

ในทีมขาย หรือที่เรียกว่า “สポンเซอร์” ในระดับเป็นขั้นต่อนี้ไป การทำธุรกิจเครือข่ายไม่ใช่ว่าการลงทุนด้านการเงิน เพื่อให้ได้ผลตอบแทนในระยะเวลานานสั้น แต่เป็นการสร้างธุรกิจที่ต้องใช้ความมานะอดทน ต้องมีการพบปะผู้คนเพื่อแนะนำสินค้าและให้บริการลูกค้า ต้องฝึกฝนตนเองและถ่ายทอดแบบอย่างที่ดีให้กับผู้ที่ตนได้เชิญชวนมาร่วมทีมบริษัทต้นสังกัดต้องมีความน่าเชื่อถือ มีการลงทุนในระบบบริหารจัดการภายใน มีการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนานักขายทั้งในด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าและการดำเนินธุรกิจ จ่ายค่าตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทนอย่างถูกต้องตรงเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อนักเครือข่ายในสังกัดและผู้บริโภค

ความเป็นมาของการขายสินค้าระบบเครือข่าย

การขายสินค้าระบบเครือข่ายถึงผู้บริโภคเป็นรูปแบบการค้าปลีกที่แพร่หลายในสมัยยุโรป ยุคกลางและอเมริกา รูปแบบการเครือข่ายแบบขั้นเดียวและพัฒนาเป็นเครือข่ายแบบหลายชั้นซึ่งเกิดขึ้นครั้งแรกในสหรัฐอเมริกา ค.ศ.1940 หรือ พ.ศ. 2483 ส่วนประเทศไทยได้นำมาใช้กับธุรกิจการขายประกันชีวิตเมื่อ 50 ปีที่แล้ว และได้มีบทบาทมากยิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคจึงจัดตั้งสมาคมการเครือข่ายขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม 2526

ส่วนปัญหาการเครือข่ายมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและผู้บริโภคกฎหมายที่มีอยู่ยังไม่สามารถนำมาปรับใช้ในลักษณะควบคุม กำกับ ดูแล ธุรกิจเครือข่ายได้เพียงพอ เช่น ในการเสนอขายสินค้าที่อวดอ้างสรรพคุณหรือบริการจนถึงขนาดที่อาจมีการกล่าวเท็จหรือเกินความจริง

รูปแบบการเครือข่าย มี 3 แบบ

1. การเครือข่ายแบบขั้นเดียว คือ การขายแบบเคาะประตูบ้านถึงผู้บริโภคโดยตรง
2. การเครือข่ายแบบหลายชั้น คือ การขายที่พนักงานขายสินค้าซื้อสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจนำไปขายปลีกให้ลูกค้า และขายส่งให้ทีมขาย



3. การเครือข่ายแบบพีรามิด คือ รูปแบบการลงทุนที่ผู้เป็นสมาชิกจะได้รับผลตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์จากเงินลงทุนของสมาชิกคนใหม่ที่เข้ามาได้ โดยการหาสมาชิกจะไม่มีส่วนสัมพันธ์กับปริมาณการขายผลิตภัณฑ์โดยการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคนสุดท้าย โดยไม่ผ่านการขายปลีก มาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการขายสินค้าระบบเครือข่าย

ความจำเป็นในการประกอบธุรกิจขายสินค้าระบบเครือข่ายเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภคได้ เป็นปัญหาที่เกิดจากการขาดแนวทางกฎหมายที่ชัดเจนและเหมาะสม รัฐต้องเพิ่มบทบาทในการเพิ่มมาตรการที่จะทำหน้าที่ควบคุม ดูแลการดำเนินธุรกิจและผลประโยชน์ของประชาชนกลไกทางกฎหมายในส่วนของการเครือข่าย ในการปรับใช้กฎหมายยังไม่สามารถที่จะคุ้มครองผู้บริโภคเพียงพอต่อระบบการเครือข่าย แนวทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการเครือข่าย คือ มาตรการขออนุญาตในการประกอบธุรกิจให้อยู่ภายใต้กฎหมาย กำหนดรายละเอียดการเปิดเผยข้อมูล ให้มีกฎระเบียบในการโฆษณา กำหนดรายละเอียดในการจัดตั้งบริษัทผู้ประกอบการ

ความหมายของเครือข่ายและตลาดแบบตรง

เครือข่าย (Direct Selling หรือ Direct Sales) หมายถึง ระบบการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย หรือตัวแทนขาย เพื่อนำเสนอขายสินค้า หรือบริการต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือ สถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติ

เครือข่ายจึงเป็นยุทธวิธีที่เจาะจงถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความเหมาะสมกับสภาพของตลาดปัจจุบัน เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี

ตลาดแบบตรง (Direct Marketing) หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้า หรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรงจึงเป็นวิธีการทางตลาดที่ใช้สื่อต่าง ๆ (Media) เป็นสื่อกลางให้ผู้บริโภคสนใจในตัวสินค้าหรือบริการโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Non-Personal Selling) เช่น การเสนอขายสินค้าทางไปรษณีย์ (T.V.Direct) เป็นต้น

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการขาย

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนเครือข่าย ผู้ประกอบธุรกิจเครือข่าย หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระตัวแทนเครือข่าย ผู้ประกอบธุรกิจเครือข่ายหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้า หรือรับบริการ

ผู้จำหน่ายอิสระ หมายถึง บุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจเครือข่าย และนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอเครือข่ายต่อผู้บริโภค

ตัวแทนเครือข่าย หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจเครือข่ายให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอเครือข่ายต่อผู้บริโภค

ผู้ประกอบธุรกิจเครือข่าย หมายถึง เจ้าของกิจการเครือข่าย



การประกอบธุรกิจเครือข่าย

พระราชบัญญัติเครือข่ายและตลาดแบบตรง บัญญัติส่วนของการประกอบธุรกิจเครือข่ายไว้ดังนี้ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจเครือข่าย เว้นแต่จะได้จดทะเบียนประกอบธุรกิจเครือข่ายตามพระราชบัญญัติผู้ประกอบธุรกิจเครือข่ายต้องดำเนินการให้เป็นไปตามแผนการจ่ายผลตอบแทนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียนและแผนการจ่ายผลตอบแทนต้องมีลักษณะดังนี้

1. ต้องไม่กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนเครือข่ายที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ได้รับผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักจากการรับสมัครบุคคลหรือแนะนำผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนเครือข่ายที่ไม่ใช่ลูกจ้างอื่น เข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจเครือข่าย
2. ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนเครือข่ายที่ไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นอยู่กับยอดขายสินค้า หรือบริการแก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริโภคเอง
3. ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า
4. ต้องไม่ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่สมเหตุผล
5. ต้องแสดงวิธีการคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริงหรือเป็นไปได้จริงและอย่างเปิดเผยชัดเจน

6. ลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด

นอกจากนี้ตามพระราชบัญญัติห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจเครือข่าย เรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจเครือข่ายจากผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนเครือข่ายที่ไม่ใช่ลูกจ้างในอัตราสูงกว่าที่คณะกรรมการประกาศกำหนด สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจเครือข่ายให้ทำเป็นหนังสือ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. กำหนดเงื่อนไขชัดเจนเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทน
2. กำหนดเงื่อนไขชัดเจนเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ
3. กำหนดเงื่อนไขชัดเจนเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบธุรกิจเครือข่ายจะรับซื้อสินค้า วัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือ หรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตลอดจนกำหนดระยะเวลาที่ผู้จำหน่ายอิสระสามารถใช้สิทธิ ดังกล่าว

การเครือข่ายสินค้าหรือบริการ

การนำสินค้า หรือบริการไปเสนอเครือข่ายต่อผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระต้องดำเนินการตามเงื่อนไขและแผนการขายที่ผู้ประกอบธุรกิจเครือข่ายกำหนดการเข้าไปติดต่อเพื่อเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนเครือข่ายจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภค หรือผู้ครอบครองสถานที่นั้นก่อน และต้องไม่กระทำการอันเป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่บุคคลดังกล่าว ซึ่งผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนเครือข่ายแสดงบัตรประจำตัวประชาชน และบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระ หรือตัวแทนเครือข่ายซึ่งออกโดยผู้ประกอบธุรกิจเครือข่ายด้วย



ปัจจุบันธุรกิจเครือข่ายในประเทศไทยมีส่วนสร้างความเจริญรุ่งเรือง และความมั่นคงทางเศรษฐกิจต่อบุคคล สังคมและประเทศชาติโดยเฉพาะในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายจำนวนมาก เช่น ผู้แทนจำหน่ายอิสระผลิตภัณฑ์แอมเวย์ ผลิตภัณฑ์ทัฟเพอร์แวร์ ตัวแทนขายเครื่องใช้ไฟฟ้าลัซซ์ เครื่องสำอางเอนออนหรือมิสทิน ตลอดจนสินค้าและบริการอื่น ๆ จำนวนมาก ธุรกิจเครือข่าย จึงเป็นช่องทางการขายปลีกรูปแบบหนึ่งซึ่งผู้บริโภคคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน

จรรยาบรรณธุรกิจเครือข่ายไทย

จรรยาบรรณธุรกิจเครือข่ายไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องคุ้มครองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ส่งเสริมการแข่งขันอย่างยุติธรรมในขอบเขตของธุรกิจการค้าเสรี เพื่อยกระดับภาพพจน์ของธุรกิจเครือข่ายในสายตาสาธารณชนทั่วไป โดยได้รับหลักการและแนวทางจากจรรยาบรรณธุรกิจเครือข่ายโลก ซึ่งบัญญัติขึ้นสำหรับใช้เป็นบรรทัดฐานที่จะยอมรับเป็นมาตรฐานขั้นต่ำในสมาคมขายโดยตรงของประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกสมพันธ์เครือข่ายโลก เมื่อผู้บริโภคร้องเรียนไปยังสมาคมกาเครือข่ายไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์เสนอขายสินค้า และการให้บริการอันไม่เหมาะสมของบริษัทสมาชิกของสมาคม สมาคมจะพิจารณาและหาวิธีการแก้ไขหากการกระทำดังกล่าวผิดต่อจรรยาบรรณ เมื่อบริษัทสมาชิกได้รับแจ้งจากสมาคมให้แก้ไขแล้ว หากไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณและข้อบังคับของสมาคมจะได้รับการพิจารณาให้พ้นจากสภาพการเป็นสมาชิกของสมาคม

จรรยาบรรณธุรกิจเครือข่ายโลก

จรรยาบรรณธุรกิจเครือข่ายโลก เพื่อให้บรรดาสมาคมเครือข่ายในประเทศต่าง ๆ ได้ปฏิบัติ

จรรยาบรรณต่อผู้บริโภค

1. ไม่ใช้กลยุทธ์การขาย ตัวแทนขายจะต้องไม่ใช้กลยุทธ์การขายในรูปลักษณะที่ชวนให้เข้าใจผิดลวงล่อหรือไม่ยุติธรรม
2. แสดงสถานภาพประกอบแท้จริงของตน ตัวแทนขายจะต้องแสดงสถานภาพประกอบแท้จริงของตน ให้ผู้บริโภคที่สนใจได้รับทราบโดยผู้บริโภคไม่ต้องร้องขอตั้งแต่เริ่มทำการเสนอขาย และจะต้องระบุชื่อกิจการที่ตนสังกัด สินค้าที่นำเสนอและจุดประสงค์ของการเชิญชวน ในกรณีการขายแบบเป็นกลุ่มตัวแทนขายต้องระบุจุดประสงค์ของการชุมนุมให้เจ้าภาพ และผู้เข้าร่วมฟังได้ทราบอย่างชัดเจน
3. การอธิบายและการสาธิตสินค้าที่นำเสนอ จะต้องมีความสมบูรณ์ครบถ้วนและถูกต้อง โดยเฉพาะเรื่องของราคาสินค้า ราคาสินค้าเงินเชื่อ วิธีการชำระเงิน ระยะเวลาการพิจารณาสินค้า สิทธิการรับคืนสินค้า ระยะเวลาการรับประกัน การบริการหลังการขายและการส่งมอบสินค้า
4. ต้องตอบคำถามของผู้บริโภค ตัวแทนขายจะต้องตอบคำถามทุกคำถามเกี่ยวกับสินค้า และข้อเสนอโดยถูกต้องตามความเป็นจริง และเป็นที่เข้าใจโดยทั่วกัน
5. ยินใบสั่งซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่ผู้บริโภค ขณะที่เสนอขายสินค้าหรือบริการ ตัวแทนขายจะต้องยื่นใบสั่งซื้อเป็นลายลักษณ์อักษรให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะต้องระบุชื่อบริษัทและตัวแทนขาย ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และเงื่อนไขการขายให้ชัดเจน
6. ให้คำมั่นสัญญาด้วยวาจาตามที่ได้รับความเห็นชอบจากกิจการเท่านั้น
7. ตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ ธุรกิจเครือข่ายและตัวแทนขายจะต้องตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ ที่ใช้ในการขาย เช่น ใบสั่งซื้อ แค็ตตาล็อก คู่มือแนะนำสินค้า เงื่อนไขเกี่ยวกับเวลาในการส่งมอบสินค้า การขอรับเงินคืน ฯลฯ เอกสารทุกชนิดจะต้องมีความถูกต้อง



8. การรับประกันหรือการรับรองของตัวแทนขาย เจื่อนไชรายละเอียดย และข้อจำกัดของการให้บริการหลังการขาย ชื่อและที่อยู่ของผู้รับประกัน ระยะเวลาการรับประกันและมาตรการการแก้ไขในส่วนของผู้ซื้อจะระบุไว้อย่างชัดเจนในใบสั่งซื้อ หรือใบรอกสารอื่น ๆ ที่ส่งมาด้วย หรือในเอกสารที่แนบมาพร้อมกับสินค้า

9. เอกสารส่งเสริมการขาย การโฆษณา หรือเอกสารที่จัดส่งทางไปรษณีย์จะไม่มีข้อความบรรยาย รายละเอียดคุณสมบัติหรือภาพประกอบของสินค้า หรือชี้ทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือมีลักษณะลวงล่อจะระบุชื่อ และที่อยู่ หรือหมายเลขโทรศัพท์ของธุรกิจหรือตัวแทนขายไว้

10. ไม่กล่าวคำอวดอ้าง ธุรกิจเครือข่าย และตัวแทนขายจะไม่กล่าวคำอวดอ้าง หรือคำยืนยันที่มีได้รับอนุญาตหรือไม่เป็นความจริงล้ำสมัยหรือไม่สามารถนำมาใช้ได้อีกต่อไป ไม่เกี่ยวข้องกันสินค้าที่นำเสนอหรือนำมาใช้ในลักษณะชี้ให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด

11. ละเว้นไม่ใช้การเปรียบเทียบ ธุรกิจเครือข่ายและตัวแทนขายจะละเว้นไม่ใช้การเปรียบเทียบอันอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและขัดต่อหลักการว่าด้วยการแข่งขันที่ยุติธรรม การเปรียบเทียบจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงสามารถพิสูจน์ได้ จะไม่ให้ร้ายป้ายสีธุรกิจหรือสินค้าใด ๆ โดยไม่ยุติธรรมไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม และจะไม่นำชื่อหรือสัญลักษณ์การค้าของสินค้าหรือบริษัทอื่น ตลอดจนชื่อเสียงที่ผนวกกับสิ่งเหล่านี้มาหาผลประโยชน์โดยไม่ยุติธรรม

12. การติดต่อโดยส่วนตัวหรือทางโทรศัพท์ จะกระทำในลักษณะพอเหมาะพอดีในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อมิให้เกิดผลการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวส่วนตัวของผู้อื่น ตัวแทนขายจะหยุดการสาธิตหรือการเสนอขายเมื่อผู้บริโภคร้อง

13. ไม่นำเอาความไว้วางใจของผู้บริโภคมอบให้มาแสวงหาผลประโยชน์ ธุรกิจเครือข่ายและตัวแทนขายจะไม่นำเอาความไว้วางใจของผู้บริโภคที่มอบให้มาแสวงหาผลประโยชน์ในทางมิชอบ จะให้ความเคารพต่อการขาดประสบการณ์ด้านธุรกิจของผู้บริโภคและจะไม่ฉวยโอกาสหาผลประโยชน์จากภัยความเจ็บป่วย การขาดความเข้าใจหรือความรู้ทางด้านภาษาของผู้บริโภค

14. ไม่นำมาโน้มน้าวให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ ธุรกิจเครือข่ายและตัวแทนขายจะไม่นำมโน้มน้าวให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ โดยอ้างกับผู้บริโภคว่าจะได้รับส่วนลดบางส่วนหรือเต็มราคา หากสามารถชักชวนให้ผู้บริโภคคนอื่น ๆ สั่งซื้อสินค้าอย่างเดียวกันนั้นกับตัวแทนขาย

15. ส่งมอบสินค้าในเวลาที่เหมาะสม ธุรกิจเครือข่าย และตัวแทนขายจะต้องส่งมอบสินค้าตามใบสั่งซื้อของผู้บริโภคภายในระยะเวลาที่เหมาะสมหรือกำหนดไว้

การดำเนินธุรกิจเครือข่ายของตัวแทนขายยังมีจรรยาบรรณธุรกิจเครือข่ายโลก ต่อตัวแทนขาย ระหว่างตัวแทนขายและระหว่างบริษัทสมาชิก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องคุ้มครองตัวแทนขาย เพื่อส่งเสริมการแข่งขันอย่างยุติธรรมในขอบเขตของธุรกิจการค้าเสรี เพื่อยกระดับภาพพจน์ของธุรกิจเครือข่ายในสายตาของสาธารณชนทั่วไป และเพื่อนำเสนอโอกาสทางอาชีพในวงการธุรกิจเครือข่ายในด้านจริยธรรม

ระบบการเครือข่าย (Direct Sales System) หมายถึง การทำตลาดสินค้าในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ โดยผู้เครือข่ายใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ระบบการเครือข่ายในเมืองไทยนับเป็นกลยุทธ์การตลาดแบบหนึ่ง



ที่ได้รับความนิยมในวงการธุรกิจประเภทต่างๆมากขึ้น (ซึ่งระบบการเครือข่ายมีได้จำกัดอยู่เฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคเท่านั้น) ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่ธุรกิจประเภทต่างๆ ประสบความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ แต่ธุรกิจเครือข่ายในประเทศไทยเจริญเติบโตสวนกระแสธุรกิจ ด้วยปริมาณเงินที่หมุนเวียนอยู่ในตลาดอย่างมหาศาล ทำให้บริษัทที่ใช้ระบบการเครือข่ายต่างระดมกลยุทธ์การตลาดเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดอย่างกว้างขวาง

ระบบการเครือข่ายหลายชั้น (Direct Selling-Multi Level Marketing : MLM) เป็นการขายต่อกันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัทโดยนักขายสามารถสร้างรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกัน คือ

1. ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ได้ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค

2. คอมมิชชั่นหรือส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อ (เพื่อบริโภคหรือเพื่อขายให้กับผู้ขายคนอื่นต่อไป) จากผู้ขายที่ได้ชักชวนเข้ามาสมัครร่วมธุรกิจใหม่ในทีมขาย หรือที่เรียกว่า “สปอนเซอร์” ในระดับเป็นขั้นต่อไป

หลักการของระบบการตลาดหลายชั้นคือ การที่นักขายได้รับผลตอบแทนทั้งจากที่ตนเองขายปลีก และผลตอบแทนจากการขายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มของตนชวนมาร่วมกันขาย จนมียอดขายรวมเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากการสปอนเซอร์หรือชักชวนผู้อื่นมาเข้าร่วมธุรกิจ อันทำให้ระบบการตลาดหลายชั้นเป็นระบบที่มีศักยภาพสูงสุดในธุรกิจเครือข่ายปัจจุบันปัจจุบันบริษัทเครือข่ายในประเทศไทยส่วนมากใช้ระบบการตลาดหลายชั้น เช่น บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท เฮอร์บาไลฟ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, บริษัท นูสกิน เพอร์ซันแนลแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท สปอร์ตทรอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ฯลฯ จึงทำให้มีบริษัทธุรกิจเครือข่ายเปิดตัวขึ้นมารองผู้ที่ต้องการมีรายได้มากขึ้น แต่ละบริษัทก็มีจุดขายของตนเองแตกต่างกันไปในด้านต่างๆ เช่น สินค้า หรือแผนรายได้ นอกนั้นยังมีการโปรโมททีมหรือสายงานเพื่อต้องการให้ผู้คนสนใจมาเข้าทีมอีกด้วย

ธุรกิจเครือข่ายกับอินเทอร์เน็ต

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้นจึงเริ่มมีนักธุรกิจเครือข่ายหันมาให้ความสนใจในการทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยผ่อนแรงในการหาผู้ที่สนใจมาเข้าทีม หรือแม้กระทั่งการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต ต่างจากเมื่อยุคเริ่มแรกที่นักธุรกิจเครือข่ายจะต้องเดินทางด้วยรถยนต์ไปนำเสนอธุรกิจ หรือนำสินค้าไปขายถึงที่บ้านของผู้คาดหวัง ด้วยเหตุนี้ทางทีมงานจึงได้ทำการสืบค้นรวบรวมเว็บไซต์ธุรกิจเครือข่ายในประเทศไทยแล้วนำมาจัดทำสารบัญรวมเว็บไซต์ธุรกิจเครือข่ายหลายร้อยเว็บไซต์ เพื่อที่จะได้เป็นศูนย์กลางในการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจเครือข่ายมาหาข้อมูลก่อนตัดสินใจทำธุรกิจเครือข่ายนั้นๆ ทางทีมงานคาดหวังว่าสารบัญเว็บไซต์ธุรกิจเครือข่ายแห่งนี้จะสามารถทำประโยชน์ให้กับทุกท่านไม่มากนักน้อย



ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางธุรกิจ

องค์ความรู้เกี่ยวกับเครือข่าย

เสรี พงศ์พิศ (2548 : 197-198) เครือข่าย คือ หัวใจของวิถีชีวิตชุมชนในอดีต ซึ่งผู้คนอยู่ร่วมกันแบบพึ่งพาอาศัยทั้งในชุมชนและชุมชนอื่นๆ มีความสัมพันธ์แบบเครือข่ายที่แสดงออกทางกิจกรรมที่ทำกันสม่ำเสมอหรือครั้งคราว ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของชุมชน เพราะแม้ว่ามีอำนาจรัฐอยู่แต่ก็ไม่ได้ครอบคลุมไปถึงวิถีปฏิบัติของชุมชน เครือข่ายยุคใหม่มาพร้อมกับแนวคิดทางการเมืองในรัสเซียและบางประเทศในยุโรปในนามของอนาธิปไตย (Anarchism) โดยเครือข่ายเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงประสานชุมชน กลุ่ม องค์กรต่าง ๆ เข้าด้วยกันให้เป็นขบวนการ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นสถาบันที่มีอำนาจในตัวเอง และแข่งตัวด้วยกฎระเบียบต่าง ๆ

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547 : 12) เครือข่าย คือ สิ่งที่เชื่อมโยงกันอย่างไร้ระเบียบและมีการจัดการตนเอง ยิ่งถ้าเราศึกษาถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอย่างมากมายในตัวเราทั้งในด้านกายภาพประกอบเริ่มต้นจากจุดเล็กที่สุดในระบบของเซลล์ มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องจนเป็นองคาพยพที่สมบูรณ์ และในด้านจิตใจที่มีความซับซ้อนกันอย่างยิ่ง รวมถึงกระบวนการทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นระบบการขับถ่าย การสืบพันธุ์ ระบบการย่อยอาหารหรือแม้กระทั่งระบบการคิด ซึ่งบางครั้งอาจเป็นเรื่องที่ยากแก่การเรียนรู้ เราจึงเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ว่า ทุกอย่างเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่เสมือนมีแรงดึงดูดระหว่างกันและกัน

(เสถียร จิรรังสินันต์. 2549 : เว็บไซต์) เครือข่าย คือ การเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายามและการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อปฏิบัติภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันโดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติภารกิจหลักของตนต่อไปอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์ และปรัชญาของตนเอง การเชื่อมโยงนี้อาจเป็นรูปของการรวมตัวกันแบบหลวม ๆ เฉพาะกิจตามความจำเป็น หรืออาจอยู่ในรูปของการจัดองค์กร ที่เป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน Schuler (พระมหาสุทิตย์ อาภากร. 2547 : 37 ; อ้างอิงมาจาก Schuler. n.d.) เครือข่าย คือ สายใย (Web) ของความสัมพันธ์ทางสังคม มีความเป็นเอกภาพ มีพลังความยึดโยง (Cohesive) และการสนับสนุนเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ทำนองเดียวกันกับเทคโนโลยี ก็คือสายใย (Web) ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ และการสื่อสารของผู้คนต่าง ๆ ในสังคม โดยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบการสื่อสารผ่านวิทยุ โทรศัพท์ โทรทัศน์ จะมีบทบาทในการสร้างเครือข่ายในรูปแบบต่าง ๆ ที่สมาชิกในเครือข่าย มารวมตัวกันโดยไม่จำกัดเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ เพศ วัย ศาสนา และฐานะทางเศรษฐกิจ

ความหมายของเครือข่าย

ชินสัคค สุวรรณอัจฉริยะ (2549 : 12) ให้ความหมายเครือข่ายทางสังคมว่า เครือข่ายเป็นรูปแบบจำลองที่มันคงในความสัมพันธ์ระหว่างคนโดยตรงต่อกิจกรรมร่วมกันสถาบันเป็นบรรทัดฐานหรือกฎควบคุมความสัมพันธ์ต่อกันความน่าเชื่อถือ เป็นสิ่งที่คาดหวังว่าคนอื่นนั้นมิจิจกรรมในผลประโยชน์ของเรา เครือข่ายทางสังคมคือ ช่องทางของการกระจายทรัพยากรใหม่ระหว่างพื้นที่ทางสังคม เครือข่ายทางสังคมคือ ชุดความสัมพันธ์ทางสังคมร่วมกันระหว่างปัจเจกและตัวปัจเจกเอง



เสรี พงศ์พิศ (2548 : 12-23) ให้ความหมายของคำว่า “เครือข่าย” คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน ระหว่างกลุ่มองค์กร เป็นความสัมพันธ์ที่อยู่เบื้องลึกในชีวิตและจิตใจของผู้คน ทำให้เห็นอกเห็นใจและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน หัวใจของเครือข่ายคือ “จิตวิญญาณ” เครือข่ายเป็น “ขบวนการ” เครือข่ายจัดการตัวมันเองได้ เครือข่ายเป็นความสัมพันธ์เชิงชีวิตที่มีพลวัตในตัวมันเอง ต้องการคนเชื่อมประสานให้เกิดขึ้นและสนับสนุนอย่างเหมาะสม โดยไม่เข้าไปก้าวก่ายจนเครือข่ายสูญเสียความเป็นตัวของมันเอง

ชินสัค สุวรรณอัจฉริยะ (2549 : 12) อ้างในพจนานุกรมของสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของเครือข่ายทางสังคมคือ “การขยายตัวของกลุ่มคนที่มีผลประโยชน์ซึ่งกันและกันกับการกระทำที่เกี่ยวข้องกัน และให้การสนับสนุนความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการเพื่อสนับสนุนความช่วยเหลือต่อกันและกัน” ส่วนคำว่า เครือข่าย หมายถึง ชุมชนแห่งสำนึก (Conscious Community) ที่สมาชิกต่างเป็นส่วนหนึ่งของระบบ โดยรวมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น อาจจะด้วยพื้นฐานของระบบคุณค่าเก่า หรือเป้าประสงค์ใหม่ของการเข้ามาทำงานร่วมกัน ซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัตรที่บุคคลและกลุ่มคนต่างมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน มีความสัมพันธ์และการตัดสินใจร่วมกันโดยมีพันธะเชื่อมโยงระบบใหญ่บนพื้นฐานแห่งความเป็นอยู่ที่มีส่วนร่วม มีการติดต่อสื่อสาร ด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลุ่มหรือเครือข่ายมีความยั่งยืน (Communication and Network)

เครือข่าย คือรายการเชื่อมโยงกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกันหรือว่าทำกิจกรรมร่วมกันโดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนของมวลชนอีกด้วย ความเป็นอิสระเท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทร ซึ่งกันและกัน

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) ได้ให้ความหมายของคำว่า “เครือข่าย” จากการวิเคราะห์เครือข่ายรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งปรากฏอยู่ในประเทศไทย ทั้งเครือข่ายในทางบวกและลบ อาทิเครือข่ายห้วคณะแนวทางการเมือง เครือข่ายชุมชน เครือข่ายสังคมสงเคราะห์ เครือข่ายเพื่อสุขภาพ เครือข่ายการคอร์รัปชัน เครือข่ายห้วยเถื่อน เครือข่ายการขายตรง ฯลฯ โดยสรุปความหมายของเครือข่าย หมายถึง “การที่ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันใด ๆ ได้ตกลงที่จะประสาน เชื่อมโยงเข้าหากันภายใต้วัตถุประสงค์ หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ” นพ. ธนา ประมุขกุล ได้ให้ความหมายถึงคำว่า “เครือข่าย” เป็นมโนภาพประกอบเห็นว่าสามารถสร้างความเข้าใจในเบื้องต้นได้โดยง่าย คือ ภาพข่ายใยแมงมุม ซึ่งแสดงให้เห็นการถักทอโยงใยกัน ของเส้นใยที่พาดผ่านกันไปมาหลายเส้น หลากทิศทาง

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ (2546 : 5) เครือข่าย หมายถึง การที่คนมาพบปะกัน มาประชุมกัน และทำสิ่งที่เป็ประโยชน์ต่อกัน เพราะมีสิ่งที่ยึดโยงใจระหว่างสมาชิกเข้าด้วยกันคือ สัมพันธภาพของสมาชิกในเครือข่าย โดยบุคคลจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธภาพของสมาชิกในเครือข่าย โดยบุคคลจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างกันบนพื้นฐานของความเท่าเทียมในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านโอกาสในการสื่อสารการเข้าถึงแหล่งข้อมูลแหล่งข้อมูลข่าวสาร และการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ร่วมกัน

Michel (พระมหาสุทิตย์ อาภาโกโร. 2547 : 39 ; อ้างอิงมาจาก Michel. n.d) กล่าวว่า เครือข่ายคือ ความร่วมมือที่เป็นไปได้ทั้งในระดับบุคคล องค์กร และสถาบันอาจมีขอบข่ายและขนาดตั้งแต่เล็ก ๆ ภายในชุมชนไปจนถึงระดับจังหวัด ภูมิภาค ประเทศ และระหว่างประเทศ เป็นสายใยของความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่น ๆ และอีกหลาย ๆ คน



ซึ่งเป็นการมองในมิติของการจัดโครงสร้างทางสังคมที่เอื้อต่อการเสริมสร้างและความสำเร็จตาม วัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่มคนในสังคมที่มีต่อกัน

กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 60-63) เครือข่าย หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการ ประสานงานบุคคล กลุ่มหรือองค์กรหลายๆ องค์กรที่แตกต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงานและมีกลุ่มเป้าหมายของตนเอง บุคคลกลุ่มหรือองค์กรเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกัน อย่างมีระยะยาวนานพอสมควรแม้ว่าจะไม่ได้มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็มักจะมีการ วางรากฐานเอาไว้ (เปรียบเสมือนการมีสายโทรศัพท์ต่อเอาไว้) เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะ ของความช่วยเหลือ หรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหาที่สามารถติดต่อไปได้

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547 : 39) ได้สรุปถึงความเป็นเครือข่ายภายใต้กระแส แนวคิดประชาสังคมว่า เครือข่าย หมายถึง ชุมชนแห่งสำนึก (Conscious Community) ที่สมาชิกต่าง เป็นส่วนหนึ่งของระบบโดยรวมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่นอาจจะด้วยพื้นฐานของระบบคุณค่า เก่า หรือเป้าประสงค์ใหม่ของการเข้ามาทำงานร่วมกัน ซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัตรที่บุคคลและกลุ่มคนต่าง มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน มีความสัมพันธ์และการตัดสินใจร่วมกันโดยมีพันธะเชื่อมโยง ระบบใหญ่บนพื้นฐานแห่งความเป็นอยู่ที่ตีร่วมกัน และมีการติดต่อสื่อสาร ด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลุ่มหรือเครือข่ายมีความยั่งยืน (Communication and Network)

สุวิทย์ วิบุลย์ผลประเสริฐ (2540 : 11) ให้ความหมายของเครือข่ายทางสังคมว่า เครือข่ายเป็นเครื่องมือทางสังคมในรูปแบบของประชาสังคม ที่ผู้คนในสังคมเห็นวิกฤตการณ์หรือสภาพ ปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนที่ยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีจิตสำนึกร่วมกัน มารวมตัว กันเป็นกลุ่มหรือองค์กร (Civic GroupหรือOrganization) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือ ภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน (Partnership) เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหรือกระทำการ บางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ ด้วยความรัก ความสมานฉันท์ ความเอื้ออาทรต่อกัน ภายใต้ระบบการจัดการ โดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายและประชาคมที่รวมกลุ่มขององค์กรอิสระ สาธารณประโยชน์ ปังเจกชนและสาธารณชนเข้าด้วยกัน โดยในเครือข่ายประชาสังคมนั้น กระบวนการเชื่อมประสานการถ่ายทอดความคิดเห็น ทศนคติและประสบการณ์ทางการเมืองจะช่วย ยกกระตือรือร้นของปัจเจกบุคคลจากการเป็นฝ่ายถูกกระทำมาเป็นฝ่ายกระทำต่อสังคม

อรรถพร พงษ์วาท (พระมหาสุทิตย์ อาภากร. 2547 : 38 ; อ้างอิงมาจาก อรรถพร พงษ์วาท. ม.ป.ป.) กล่าวถึงเครือข่ายว่า เป็นการเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายามและการ ดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อปฏิบัติการกิจอย่างใด อย่างหนึ่งร่วมกัน โดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติการกิจหลักของตนต่อไปอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์และ ปรัชญาของตนเอง การเชื่อมโยงนี้อาจเป็นรูปของการรวมตัวกันแบบหลวม ๆ เฉพาะกิจตามความจำเป็น หรืออาจอยู่ในรูปของการจัดองค์กรที่เป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543 : 28) กล่าวถึงเครือข่ายว่า หมายถึงการที่ปัจเจก บุคคล องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันใด ๆ ได้ตกลงที่จะประสานเชื่อมโยงเข้าหากันภายใต้วัตถุประสงค์ หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดหมายเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การปฏิรูป การศึกษา โดยกลุ่มเครือข่ายนี้ ต้องมีการแสดงออกเป็นการลงมือกระทำกิจกรรมร่วมกัน



นฤมล นิราธร (พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ. 2547 : 43 ; อ้างอิงมาจาก นฤมล นิราธร. 2543) กล่าวถึงเครือข่ายว่า เป็นการทำงานที่เป็นรูปแบบของความร่วมมือหรือการพึ่งพาอาศัยกันและกัน ดังนั้น เครือข่าย จึงหมายถึง รูปแบบการประสานงานกลุ่มของคน หรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน ช่วยเหลือกันโดยการติดต่อสื่อสาร อาจทำได้ทั้งการผ่านศูนย์กลางหรือแม่ข่ายและการติดต่อโดยตรงระหว่างกลุ่ม ซึ่งมีการจัดรูปแบบหรือจัดระเบียบที่ยังคงความอิสระ โดยมีรูปแบบการรวมตัวแบบหลวม ๆ ตามความจำเป็น หรือเป็นโครงสร้างที่มีความชัดเจนซึ่งนอกจากคำว่า เครือข่าย (Network) ยังมีคำใกล้เคียงที่ใช้ความหมายคล้ายคลึงกัน เช่น แนวร่วมเชิงกลยุทธ์ (strategic alliance) หุ้นส่วนในการทำงาน (Partner) หรือคำในอดีตร เช่น คำว่า การประสานงานระหว่างองค์กร (Inter Organizational Coordination) ซึ่งสิ่งสำคัญในการทำงานแบบเครือข่าย คือ การแสวงหารูปแบบขององค์กรที่มีความยืดหยุ่น มีโครงสร้างแนวราบ ความเป็นอิสระต่อกัน สามารถตอบสนองต่อโลกที่มีปัญหาที่มีความสลับซับซ้อนเปลี่ยนแปลง และมีการแข่งขันสูง

เสถียร จิรรังสินันต์ ให้ความหมาย เครือข่าย ดังนี้

1. ตาข่าย (Net) ที่โยงใยถึงกันและพร้อมที่จะ “Work” เมื่อต้องการใช้งาน เป็นรูปแบบหนึ่งของการประสานงานของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลายองค์กร ที่ต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงาน และมีกลุ่มเป้าหมายของตนเอง บุคคล กลุ่มหรือองค์กรเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลาแน่นอนพอสมควร แม้อาจจะไม่ได้มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็จะมีการวางรากฐานเอาไว้ เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือ หรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่นๆ เพื่อแก้ปัญหาที่สามารถติดต่อไปได้
2. การเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายามและการดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อปฏิบัติการกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันโดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติการกิจหลักของตนต่อไปอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์ และปรัชญาของตนเอง การเชื่อมโยงนี้อาจเป็นรูปของการรวมตัวกันแบบหลวมๆ เฉพาะกิจตามความจำเป็น หรืออาจอยู่ในรูปของการจัดองค์กรที่เป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน
3. สายใยของความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่นๆ อีกหลายๆ คน
4. ระบบความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ ที่ว่าด้วยความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรม ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
5. ความสัมพันธ์ที่อิงอาศัยที่เป็นไปตามกฎของการไหลเลื่อนไปมาระหว่าง ความรู้ ระเบียบกับการจัดระเบียบ และระหว่างการพัฒนาต่อกับการเกิดขึ้นใหม่ที่พร้อม จะสานต่อกับสิ่งต่างๆ โดยมุ่งเน้นการสานต่อกับปัจเจกบุคคล กลุ่มและองค์กรเครือข่าย เพื่อเข้ามาสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ ความรู้ใหม่ หรือสังคมใหม่อย่างเหมาะสม โดยยึดหลักของความไว้วางใจที่มีต่อกัน ในฐานะที่ทุกกระบวนการเป็นระบบเปิดที่มีการเชื่อมโยงต่อกัน และเพื่อให้เกิดการกระทำตามภารกิจนั้นๆ จนบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. สายใย (Web) ของความสัมพันธ์ทางสังคมมีความเป็นเอกภาพมีพลังความยึดโยง (Cohesive) และการสนับสนุนเกื้อกูลซึ่งกันและกัน



7. การที่คนมาพบปะกัน มาประชุมกัน และทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อกัน เพราะมีสิ่งที่ยึดโยงใจระหว่างสมาชิกเข้าด้วยกัน คือ สัมพันธภาพของสมาชิกในเครือข่าย โดยบุคคลจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างกันบนพื้นฐานของความเท่าเทียมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านโอกาสในการสื่อสาร การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร และการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ร่วมกัน

8. การเชื่อมต่อระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ แล้วขยายผลออกไปเป็นวงกว้าง เพื่อให้สังคมเกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น และในการเชื่อมต่อระหว่างมนุษย์นั้น จะเป็นความสัมพันธ์กลับในเชิงบวก ที่จะส่งผลให้เกิดพลังทวีคูณ (Reinforcing) เกิดการขยายผลแบบก้าวกระโดด (Quantum Leap) เป็นพลังสร้างสรรค์ที่เปลี่ยนคุณภาพอย่างฉับพลัน (Emergence) โดยเป้าหมายที่ปรารถนาในการสร้างเครือข่าย คือ การนำเอาจิตวิญญาณที่สร้างสรรค์ของมนุษย์มาถักทอเชื่อมโยงกัน ซึ่งการสร้างเครือข่าวนั้นสามารถพิจารณาได้จากระบบสิ่งมีชีวิต ที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ดังนั้นจะต้องสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงเครือข่ายและมีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา (ลองผิด-ลองถูก) โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการสื่อสารจะต้องเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการสร้างเครือข่าย

9. ความร่วมมือที่เป็นไปได้ทั้งในระบบบุคคล องค์กรและสถาบัน อาจมีขอบข่ายและขนาดตั้งแต่เล็กๆ ภายในชุมชนไปจนถึงระดับจังหวัด ภูมิภาค ประเทศและระหว่างประเทศ เป็นสายใยของความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่น ๆ และอีกหลาย ๆ คน ซึ่งเป็นการมองในมิติของการจัดโครงสร้างทางสังคมที่เอื้อต่อการเสริมสร้างและความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่มคนในสังคมที่มีต่อกัน

10. ชุมชนแห่งสำนึก (Conscious Community) ที่สมาชิกต่างเป็นส่วนหนึ่งของระบบโดยรวมที่มีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น อาจจะด้วยพื้นฐานของระบบคุณค่าเก่าหรือเป้าประสงค์ใหม่ของการเข้ามาทำงานร่วมกัน ซึ่งมีลักษณะเป็นพลวัตรที่บุคคลและกลุ่มคนต่างมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน มีความสัมพันธ์และการตัดสินใจร่วมกัน โดยมีพันธะเชื่อมโยงระบบใหญ่บนพื้นฐานแห่งความเป็นอยู่ที่ดีร่วมกัน และมีการติดต่อสื่อสารด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลุ่มหรือเครือข่ายมีความยั่งยืน (Communication and Network)

11. เครื่องมือทางสังคมในรูปแบบของประชาสังคม ที่ผู้คนในสังคมเห็นวิกฤตการณ์หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนที่ยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กร (Civic Group หรือ Organization) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน (Partnership) เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหรือกระทำการบางอย่าง ให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ด้วยความรัก ความสมานฉันท์ ความเอื้ออาทรต่อกันภายใต้ระบบการจัดการ โดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายและประชาคมที่รวมกลุ่มขององค์กรอิสระ สาธารณประโยชน์ ปังเจกชนและสาธารณชนเข้าด้วยกัน โดยในเครือข่ายประชาคมนั้น กระบวนการเชื่อมประสานการถ่ายทอดความเห็น ทศนคติ และประสบการณ์ทางการเมืองจะยกระดับ จิตสำนึกของปัจเจกบุคคลจากการเป็นฝ่ายถูกกระทำมาเป็นฝ่ายกระทำต่อสังคม

12. การที่ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงานหรือสถาบันใด ได้ตกลงที่จะประสานเชื่อมโยงเข้าหากันภายใต้วัตถุประสงค์ หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดหมายเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การปฏิรูปการศึกษา โดยกลุ่มเครือข่าวนี้นี้ต้องมีการแสดงออกออกเป็นการลงมือกระทำกิจกรรมร่วมกัน



13. รูปแบบการประสานงานกลุ่มของคนหรือองค์กร ที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน หรือกิจกรรมร่วมกัน ช่วยเหลือกัน โดยการติดต่อสื่อสารอาจทำได้ทั้งการผ่าน ศูนย์กลางหรือแม่ข่าย และการติดต่อโดยตรงระหว่างกลุ่ม ซึ่งมีการจัดรูปแบบหรือจัดระเบียบที่ยังคงความอิสระ โดยมีรูปแบบการรวมตัวแบบหลวมๆ ตามความจำเป็น หรือเป็นโครงสร้างที่มีความชัดเจน

14. ความร่วมมือและการเปิดรับของฝ่ายต่าง ๆ ที่จะมีข้อตกลงร่วมกันในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งข้อกำหนดที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความพยายามที่จะระดมทรัพยากร กระบวนการ ความรู้และวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จจากการร่วมมือและการเปิดรับในสิ่งใหม่นั้นเสมอ

15. การสร้างสัมพันธ์ภาพทางสังคมในการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อยกระดับแนวคิดและกิจกรรมที่ทำร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ โดยเป็นการเชื่อมโยงสายสัมพันธ์อย่างหลวม ๆ ของปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กรและสถาบัน ซึ่งสมาชิกในเครือข่ายเข้าร่วมกิจกรรมตามความเหมาะสม ภายใต้กฎเกณฑ์หรือเป้าหมายร่วมและมีการปฏิบัติอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์และปรัชญาของตน รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันทั้งในงานเฉพาะหน้า และการประสานผลประโยชน์ที่ขยายวงกว้างออกไป

16. สังคมแห่งกัลยาณมิตร หรือเครือข่ายสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Social Networks) โดยเครือข่ายสังคม จะต้องมีความสามารถในการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง หรือมีการขยายแนวคิดกระบวนการออกไปจึงจะสามารถปรับตัวให้อยู่ในดุลยภาพได้

17. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในชุมชนที่กว้างขวาง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมที่ยุติธรรม และกาสร้างเครือข่ายที่กว้างขวางมากกว่าในอดีต เพื่อสอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาที่ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน และเครือข่ายหรือเพื่อรู้เท่าทันการเชื่อมโยงเครือข่ายของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ไร้พรมแดน

สรุป เครือข่าย คือ ระบบที่สร้างขึ้นโดยต้องมีการเชื่อมโยงกัน ระหว่างกลุ่มของบุคคลหรือองค์กร โดยมีการประสานงาน เพื่อปฏิบัติกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งแก่ระบบ ซึ่งอธิบายถึงการแลกเปลี่ยนประโยชน์ระหว่างกันว่า หลักที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้นได้โดยสมัครใจ ก็คือ แต่ละฝ่ายมองเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความเต็มใจที่จะประสานกันหรือเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

การเกิดและวงจรชีวิตเครือข่าย

การเกิดเครือข่าย

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547 : 109-110) กล่าวถึง การก่อตัวของเครือข่ายว่า คล้ายกับการเกิดขึ้นของสรรพสิ่งที่มีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย กล่าวคือ เมื่อมีการเกิดขึ้น มีการขยายตัว มีการเคลื่อนไหวและการใช้ประโยชน์ สุดท้ายก็อยู่ในภาวะที่ถดถอย ดังนั้น จะต้องมีการพลิกฟื้นและรักษาสัมพันธ์ภาพประกอบติดต่อกันเพื่อให้เครือข่ายนั้นมีความต่อเนื่อง ซึ่งการก่อตัว ขั้นตอนกระบวนการ และวงจรชีวิตของเครือข่ายเป็นสิ่งที่น่าศึกษา เพราะจะนำไปสู่การจัดการเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพได้การก่อตัวของเครือข่ายดังกล่าวในสังคมไทยโดยจำแนกออกเป็น 3 ด้านตามลักษณะการก่อตัว ดังนี้



1. เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการจัดตั้งและการสนับสนุนของภาคส่วนต่าง ๆ การก่อตัวของเครือข่ายในลักษณะนี้ ส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายที่ภาครัฐหรือหน่วยงานบางแห่งต้องการส่งเสริมหรือเข้าไปจัดตั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาตามแนวนโยบายของภาครัฐ และเพิ่มเพิ่มศักยภาพให้กับชุมชนในการพึ่งพาตนเอง เช่น เครือข่ายกองทุนหมู่บ้าน เครือข่ายพัฒนาชุมชน เป็นต้น โดยเครือข่ายเหล่านี้ อาจแบ่งประเภทของการจัดตั้งได้อีก 2 ประการ คือ เครือข่ายที่เป็นนิติบุคคล เช่น เครือข่ายสหกรณ์ออมทรัพย์ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาไท ฯลฯ และเครือข่ายที่ไม่เป็นนิติบุคคล เช่น เครือข่ายชาวบ้าน เครือข่ายชมรมลูกเสือชาวบ้าน เป็นต้น ซึ่งโครงสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายที่เกิดจากการจัดตั้งนี้ จะมีลักษณะกิจกรรมและกระบวนการทำงานที่เป็นทางการ มีระบบ ระเบียบ และมีโครงสร้างความสัมพันธ์ในแนวดิ่ง ที่เป็นไปตามกระแสของแหล่งทุนและนโยบายของหน่วยงานนั้น

2. เครือข่ายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากความสมานฉันท์การร่วมแรงร่วมใจของฝ่ายต่าง ๆ ที่มองเห็นความจำเป็นในการเรียนรู้และการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน แล้วมารวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประสบการณ์ตลอดจนถึงการพึ่งพาอาศัยโดยเป็นเครือข่ายที่มีการสื่อสารและความผูกพันที่มีชีวิตชีวา มีกระบวนการที่ประสานสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการอย่างแท้จริงของสมาชิกมีแนวทางการดำเนินการที่เป็นอิสระจากการครอบงำของฝ่ายต่าง ๆ และจะเกิดขึ้นในชุมชนปฏิบัติการที่ใช้ความสมานฉันท์และการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการทำกิจกรรมร่วม ส่วนโครงสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายในลักษณะนี้จะมีความสัมพันธ์ที่ไม่ซับซ้อน อยู่ในแนวราบบนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการพึ่งพาอาศัย มีความยืดหยุ่นและมีความสอดคล้องกับบริบทที่เกิดขึ้นในสังคม

3. เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์เป็นตัวกำหนด ได้แก่ เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์และประเด็นปัญหาที่ทุกฝ่ายเห็นว่า จำเป็นต้องใช้ความเป็นเครือข่ายในการแก้ไขปัญหาและสร้างพลังในการเรียนรู้หรือการต่อรอง เพื่อให้เกิดการพัฒนากิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เครือข่ายที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นหลังจากที่สถานการณ์นั้นเกิดความสุกงอมอย่างเต็มที่และมีผู้ประสานงานเพื่อให้เครือข่ายมีความต่อเนื่อง เช่น เครือข่ายผู้ได้รับผลกระทบจากโครงการพัฒนาของภาครัฐ ซึ่งโครงสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายในลักษณะนี้ จะมีการรวมพลังอย่างแน่นหนา บนพื้นฐานของการต่อสู้และการเรียกร้องเพื่อปกป้องและรักษาสีสิทธิของตนเองในการพัฒนาและมีการปรับบทบาทต่อการพัฒนาในแง่มุมที่หลากหลาย โดยเป็นกระบวนการเรียนรู้จากสถานการณ์และบริบททางสังคม

ธนา ประมุขกุล (2544 : 30-31) กล่าวว่า เครือข่ายแต่ละเครือข่ายต่างก็มีจุดเริ่มต้น หรือถูกสร้างมาได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ กัน สรุปเป็นหลัก ๆ ไว้ 3 ลักษณะ ดังนี้

1. เครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติ เครือข่ายนี้มักเกิดจาก การที่ผู้คนมีความคิดตรงกัน ทำงานคล้ายคลึงกันหรือประสบกับสภาพปัญหาเดียวกันมาก่อนมารวมตัวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ ไปจนถึงร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า ในการดำรงอยู่ของกลุ่มสมาชิก อันเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มเอง เครือข่ายเช่นนี้ มักเกิดในพื้นที่ชุมชน ที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกัน มารวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรมก่อน ต่อเมื่อมีการเพิ่มขึ้นของสมาชิก มีการขยายพื้นที่ดำเนินการออกไปหรือมีการขยายเป้าหมาย(วัตถุประสงค์)ของกลุ่มมากขึ้น กลุ่มก็มักจะพัฒนาขึ้นมาเป็นเครือข่าย เพื่อให้เกิดความครอบคลุมต่อความต้องการของสมาชิก เครือข่ายเช่นนี้ มักมีเวลาการก่อร่างสร้างเครือข่ายนานแต่เมื่อเกิดแล้ว ก็จะมีคามเข้มแข็งยั่งยืน และมีแนวโน้มที่เครือข่าย



จะขยายตัวเพิ่ม เมื่อเปรียบเทียบกับเมื่อเริ่มก่อตั้งซึ่งตัวอย่างเครือข่ายที่ได้ไปพบเห็นเรียนรู้ ได้แก่ เครือข่ายอินแปง ที่จังหวัดสกลนคร เป็นเครือข่ายที่เริ่มต้นจากครอบครัว เพียงไม่กี่ครอบครัว ในการ มุ่งปลดภาระหนี้สิน จนกระทั่งปัจจุบันนี้ ได้เกิดการขยายเครือข่ายออกไปสู่หลายอำเภอในจังหวัด ข้างเคียงและยังขยายวัตถุประสงค์ของเครือข่ายออกไปได้อีกหลายประการ

2. เครือข่ายจัดตั้ง เครือข่ายจัดตั้งนี้ มักจะมีความเกี่ยวข้องกับนโยบาย หรือการ ดำเนินงานของภาครัฐอยู่เป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ก็เป็นไปตามแนวคิดเดิมที่อาศัยกลไกของรัฐผลักดันให้เกิด รูปธรรมของงานโดยเร็วและโดยมากเข้าไว้ก่อน ที่ภาคีสมาชิกที่เข้าร่วมเครือข่าย มิได้มีพื้นฐานความ ต้องการความคิด ความเข้าใจที่ตรงกันมาก่อนการรวมตัวกันจึงเป็นลักษณะชั่วคราวชั่วคราว เป็นการเฉพาะกิจไม่มีความต่อเนื่อง และมักจะจางหายไปในที่สุด ยกเว้นว่าเครือข่ายจะได้รับการ ชี้แนะที่ดีอย่างสมควร จนสามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครือข่ายที่แท้จริง ได้ อย่งไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มจะยังคงรักษาสถานภาพเครือข่ายไว้ได้ แต่แนวโน้มเครือข่ายก็มักจะลด ขนาดลง เมื่อเปรียบเทียบกับเมื่อเริ่มก่อตั้ง

3. เครือข่ายวิวัฒนาการ เครือข่ายวิวัฒนาการนี้ เป็นอีกรูปแบบการกำเนิด เครือข่ายที่มีได้เป็นไป โดยธรรมชาติแต่แรกเริ่มและก็ได้ถูกจัดตั้งโดยตรง แต่จะเป็นไปในลักษณะของ กระบวนการพัฒนา ผสมผสานอยู่ โดยเริ่มที่กลุ่มบุคคลหรือองค์การ มารวมกันด้วยวัตถุประสงค์กว้างๆ ในการที่จะสนับสนุนกันและเรียนรู้ไปด้วยกันก่อนโดยอาจจะยังมิได้มีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ร่วม เฉพาะใด ๆ อย่างชัดเจนนัก หรือในอีกลักษณะหนึ่งถูกจุดประกายความคิดจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็น การได้รับฟัง หรือการได้ไปเห็นเครือข่ายอื่น ๆ แล้วเกิดความคิดที่จะรวมตัวกัน สร้างพันธสัญญาเป็น เครือข่ายเพื่อช่วยเหลือพัฒนาตนเองบ้าง เครือข่ายที่ว่านี้แม้ว่าจะมิได้เกิดจาก แรงกระตุ้นภายใน โดยตรงแต่แรก แต่ถ้าหากสมาชิกมีความตั้งใจจริง ที่เกิดจากจิตสำนึกที่ดี ได้รับการกระตุ้นนี้ สามารถร่วมกันกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนได้ โดยสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกแล้ว เครือข่าย นี้ก็จะสามารถพัฒนาตนเองต่อไป จนสร้างเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง เหมือนเครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติ ได้เช่นเดียวกัน เครือข่ายวิวัฒนาการที่กำลังพัฒนาตนเองอยู่ในขณะนี้ มีตัวอย่างมากมาย เช่น เครือข่ายประชาคมหมู่บ้าน เครือข่ายผู้สูงอายุ เครือข่ายโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น (ธนา ประมุกุล. 2544 : 30-31)

เครือข่ายทางสังคมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของคนที่มี ความตั้งใจจริงในการร่วมกันแก้ไขปัญหา หรือส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการรวมคนที่ ทำงานในด้านเดียวกัน โดยมีได้มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเหมือนเครือข่ายทางธุรกิจ

เสรี พงศ์พิศ (2548 : 209) ขั้นตอน 8 ขั้นตอนเพื่อการก่อตั้งเครือข่าย มีดังนี้

1. ร่างเป้าหมาย (Purpose) ให้ชัดเจน เพื่อให้รู้ว่าสาเหตุความเป็นมาของการก่อตั้ง เครือข่ายคืออะไร ทำไมจึงต้องมีเครือข่ายนี้ ตั้งแล้วจะทำอะไร
2. บอกเป้าหมาย (Goals) และวัตถุประสงค์ (Objectives)
3. การกำหนดกฎระเบียบ กฎเกณฑ์ขั้นพื้นฐาน
4. กำหนดกระบวนการในการตัดสินใจ (Define decision Making)
5. กำหนดกระบวนการในการตัดสินใจ (Define Decision Making Process)
6. เตรียมแผนการสื่อสารระหว่างสมาชิก
7. เลือกโครงสร้างการจัดการองค์กร



วงจรชีวิตของเครือข่าย

พิชัย เพชรรัตน์ (2547 : 3) กล่าวถึงพัฒนาของกลุ่มและเครือข่ายว่า อาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมและบริบททางสังคม เช่นภาคเหนือ ภาคใต้ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งพัฒนาการและวงจรชีวิตของเครือข่ายจะมี 4 ขั้นตอนใหญ่ คือ

ขั้นที่ 1 ขั้นเกิดแรงจูงใจ คือ คนที่เข้ามารวมกลุ่มอาจจะเกิดแรงกระตุ้นจากฝ่ายต่าง ๆ ทั้งเจ้าหน้าที่รัฐ การชักชวนของผู้นำชาวบ้าน และความต้องการของตนเองที่เห็นปัญหาและต้องการแก้ไข รวมทั้งความพร้อมในการที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งแรงกระตุ้นดังกล่าวทำให้คนแสวงหาการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนากิจกรรมที่เกิดขึ้น

ขั้นที่ 2 ขั้นวางใจกลุ่ม เป็นขั้นตอนที่ปัจเจกบุคคลเกิดความไว้วางใจกลุ่ม องค์กรว่าจะสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาและความต้องการนั้นได้จึงดำเนินการเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะกลายเป็นพลังของกลุ่ม และเครือข่ายในที่สุด

ขั้นที่ 3 ขั้นขยายผล หลังที่ได้ดำเนินการมาระยะหนึ่ง กลุ่ม เครือข่ายเกิดความเข้มแข็ง จึงมีการสานต่อและเชื่อมโยงกับทุกฝ่าย ในการจัดการกับประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในระดับพื้นที่และประเด็นกิจกรรม เป็นขั้นการขยายผลที่นำไปสู่การพัฒนาที่ต่อเนื่อง

ขั้นที่ 4 กลุ่มสัมพันธ์ เป็นการบริหารเครือข่าย หลังจากที่ได้ดำเนินการจนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากิจกรรมความสัมพันธ์เพื่อร่วมรักษาเครือข่ายให้ยั่งยืน

พลเดช ปิ่นประทีป (2543 : 8-10) ได้กล่าวถึงวงจรการพัฒนาประชาสังคมและเครือข่ายว่า มีขั้นตอนและกระบวนการที่หลากหลาย ที่ผู้ศึกษาควรทำความเข้าใจ รวมถึงการเข้าไปสนับสนุนตามขั้นตอนพัฒนาการต่าง ๆ ให้เหมาะสม โดยมีแนวทางและวงจรชีวิตของกลุ่ม และเครือข่ายดังนี้

ขั้นที่ 1 มีการรวมตัวกันชั่วคราว ขั้นนี้อาจจะเกิดขึ้นโดยบุคคลภายในกลุ่ม องค์กร ชุมชน หรือบางหน่วยงานที่เข้าไปส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวอย่างเช่น การประชุมสัมมนา การพบปะ สนทนา การเยี่ยมเยียน ฯลฯ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นแบบใดก็ตาม การรวมตัวกันชั่วคราวนี้ได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน

ขั้นที่ 2 ได้ความคิด ได้แก่ คนที่เข้ามารวมตัวกันชั่วคราวนั้นเกิดแนวคิด วิธีการที่เหมาะสมกับตนเอง และมีแรงบันดาลใจอยากจะทำในกิจกรรมนั้น

ขั้นที่ 3 เกิดการรวมกลุ่มช่วยเหลือกัน เมื่อเกิดความคิดดี ๆ ที่จะลงมือทำแล้ว การมีเพื่อนร่วมคิดนั้น จะช่วยทำให้เกิดการสานต่อ และการรวมกลุ่มกันตามธรรมชาติ

ขั้นที่ 4 ร่วมคิดร่วมวางแผน การรวมกลุ่มในขั้นที่ 3 จะมีการพัฒนาไปอีกขั้นก็ต่อเมื่อได้มีการคิดและการวางแผนอย่างเป็นรูปธรรมว่า จะทำอะไร ทำอย่างไร ทำที่ไหน ทำเมื่อไร จนเกิดเป็นแผนงาน โครงการ ของเครือข่ายที่จะดำเนินการต่อ

ขั้นที่ 5 มีโอกาสได้ทำกิจกรรม โครงการที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะโดยทางใดก็ตาม เช่น ได้รับการสนับสนุนหรือระดมทุนมาดำเนินการเอง เป็นสิ่งที่ทำให้สมาชิกมีโอกาสได้ทำกิจกรรม

ขั้นที่ 6 ร่วมกิจกรรม ร่วมประชุม ร่วมเรียนรู้ โครงการของชุมชนหรือหน่วยงานเป็นที่มาของโอกาสในการพบปะ การประชุมสนทนา และการเรียนรู้ เป็นการดึงผู้คนในองค์กร เครือข่ายให้เกิดการเชื่อมโยงผูกพัน



ขั้นที่ 7 เกิดความเป็นชุมชน องค์กรที่เข้มแข็งขึ้นเรื่อย ๆ สิ่งนี้ค่อย ๆ สะสมขึ้นมา และเป็นการดำเนินการจริง มีการตกผลึกทางความคิด มีการปรากฏตัวของผู้นำตามธรรมชาติ มีการทดสอบกลั่นกรองจากสถานการณ์และเป็นการสั่งสมภูมิปัญญาจนเกิดการพึ่งตนเองของกลุ่ม

ขั้นที่ 8 เป็นกลุ่มพึ่งตนเองได้ (Self –Reliance Group) ด้วยภูมิปัญญาพึ่งตนเองของกลุ่มที่สะสมจนถึงระดับหนึ่ง เครือข่ายจะมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะพึ่งพาตนเอง และนำพากลุ่มขับเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยตนเองในเรื่องต่าง ๆ

ขั้นที่ 9 พัฒนาศักยภาพกลุ่มและขยายกลุ่มออกไป กลุ่มและผู้นำจะมีทักษะในการทำงานมากขึ้น สมาชิกกลุ่มมีการขยายตัวออกไป หรือเผยแพร่แนวคิดไปสู่กลุ่มอื่น ๆ ด้วยผลงานที่กลุ่มได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

ขั้นที่ 10 เชื่อมโยงกลุ่มอื่น ๆ เป็นเครือข่าย การร่วมกิจกรรมกับกลุ่มที่แข็งแรง และคนที่เข้มแข็งอื่น ๆ จะนำมาซึ่งความรู้และความคิดใหม่ ๆ ตลอดจนโอกาสในการพัฒนาของกลุ่มของตน การเรียนรู้ร่วมกันในลักษณะเครือข่ายเช่นนี้ พบว่า เป็นตัวเร่งที่สำคัญของกระบวนการชุมชนเข้มแข็ง และประชาสังคมเครือข่าย

จากการจัดขั้นตอนดังกล่าว จะเห็นได้ว่า วงจรชีวิตของเครือข่ายนั้นมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ความสนใจจากกลุ่มเล็ก ๆ ที่ได้สะสมความรู้ ความคิด ประสบการณ์ และการปฏิบัติการบนพื้นฐานของความรู้จริง แล้วก่อตัวเป็นเครือข่าย มีการสร้างแนวร่วมและกิจกรรมความสัมพันธ์ต่อกัน หลังจากนั้นจึงมีการขยายผลให้กว้างขวางออกไป มีการใช้ประโยชน์จากเครือข่าย หลังจากนั้นจึงมีการขยายผลให้กว้างขวางออกไป มีการใช้ประโยชน์จากเครือข่าย และในช่วงหนึ่งก็มีการถดถอยหลังจากที่ได้ดำเนินการจนภารกิจนั้นประสบผลสำเร็จ

ประเภทและรูปแบบโครงสร้างของเครือข่าย

ประเวศ วะสี (พิทยา ว่องกุล. 2541 : 21 ; อ้างอิงมาจาก ประเวศ วะสี. ม.ป.ป.) กล่าวถึงเครือข่ายทางสังคมที่มีการขยายตัวออกไปว่า เครือข่ายทางสังคมจะคล้ายเครือข่ายในสมอง โดยโครงสร้างของสมองนั้นจะทำให้เกิดการเรียนรู้ในระดับที่สูงเพื่อการมีชีวิตรอด และโครงสร้างทางสังคมจะมีวิวัฒนาการไปเหมือน โครงสร้างทางสมองมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของสังคม จากสังคมใช้อำนาจไปเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ และการที่จะเกิดสังคม จากสังคมใช้อำนาจไปเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และการที่จะเกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ได้นั้น โครงสร้างทางสังคมต้องปรับเปลี่ยนจากโครงสร้างอำนาจในแนวดิ่ง ไปเป็นเครือข่ายสังคม ที่มีการโยงใยความสัมพันธ์ในทุกทิศ และสรุปว่า เครือข่ายทางสังคม คือ สังคมแห่งกัลยาณมิตร หรือเครือข่ายสังคมแห่งการเรียนรู้ (learning social Networks) โดยเครือข่ายสังคม จะต้องมีความสามารถในการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องหรือมีการขยายแนวคิด กระบวนการออกไปจึงจะสามารถปรับตัวให้อยู่ในดุลยภาพได้

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547 : 84-92) จัดประเภทและรูปแบบของเครือข่าย ดังนี้

1. เครือข่ายเชิงพื้นที่ (Area)
2. เครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรม (Issue)
3. เครือข่ายแบ่งตามโครงสร้างหน้าที่



1. เครือข่ายเชิงพื้นที่ (Area) หมายถึง การรวมตัวของ กลุ่มองค์กรเครือข่าย ที่อาศัยพื้นที่รูปธรรมหรือพื้นที่ดำเนินการเป็นปัจจัยหลักในการทำงานร่วมกัน เป็นกระบวนการพัฒนาที่อาศัยกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เป็นเป้าหมายนำทาง และเป็นการพัฒนาแบบบูรณาการที่ไม่แยกส่วนต่าง ๆ ออกจากกัน โดยยึดเอาพื้นที่เป็นที่ตั้งแห่งความสำเร็จในการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย ลักษณะและโครงสร้างของเครือข่ายเชิงพื้นที่มี ดังนี้

1.1 การแบ่งเครือข่ายตามระบบการปกครองของภาครัฐ เช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบล และเครือข่ายระดับอำเภอ เช่น เครือข่ายประชาคม อำเภอแม่สอด จังหวัด ตาก เครือข่ายระดับจังหวัด เช่น เครือข่ายประชาคม จังหวัดน่าน เครือข่ายระดับภูมิภาค เช่น เครือข่ายป่าชุมชนภาคเหนือ เครือข่ายระดับระดับประเทศ เช่น เครือข่ายสมานพันธ์เกษตรกรแห่งประเทศไทย และเครือข่ายองค์กรระหว่างประเทศ เช่น เครือข่ายการพัฒนาของ UNDP เป็นต้น

1.2 การแบ่งพื้นที่ตามความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ เช่น เครือข่ายลุ่มน้ำแม่ปิงเครือข่ายอ่าวปัตตานี เครือข่ายป่าเขาสกก ฯลฯ

กิจกรรมและความสัมพันธ์ของเครือข่ายเชิงพื้นที่นั้น จะอาศัยพื้นที่ทางกายภาพเป็นฐานกำหนดกิจกรรมและประเด็นปัญหา กล่าวคือ จะมีการเชื่อมโยงกลุ่ม องค์กร และเครือข่ายย่อยในพื้นที่ให้เข้ามาร่วมปรึกษาหารือและหาแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในพื้นที่ให้เข้ามาร่วมปรึกษาหารือและหาแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในพื้นที่ร่วมกัน โดยใช้กระบวนการที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของคณะกรรมการร่วม การบูรณาการการจัดการเชิงพื้นที่ และการใช้ประเด็นกิจกรรมเป็นภารกิจในการทำงานร่วมกัน กิจกรรมที่เกิดขึ้นของเครือข่ายดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์ทั้งด้านวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ และการใช้ทรัพยากรที่มาจากพื้นที่เป็นสำคัญ ส่วนโครงสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายเชิงพื้นที่นั้น จะมีลักษณะกระบวนการทำงานทั้งในแนวดิ่งและแนวราบ โดยมีการรวมศูนย์กิจกรรมเข้าสู่ส่วนกลางในระดับพื้นที่ขนาดใหญ่ และมีศูนย์ประสานย่อยในพื้นที่ขนาดเล็ก เพื่อให้เกิดกิจกรรม การสื่อสาร และความเคลื่อนไหว มีแกนนำผู้ประสานงาน และคณะทำงานในเครือข่ายมาร่วมผลักดันกิจกรรมให้กลุ่มองค์กรและเครือข่ายย่อยอื่น ๆ ทำงานตามหน้าที่และภารกิจของตน ในขณะที่ความสัมพันธ์ในแนวราบจะมีการประสานเครือข่ายย่อยตามประเด็นที่มีอยู่ในพื้นที่แล้วมากำหนดกิจกรรมร่วมกัน

2. เครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรม (Issue Network) ได้แก่ เครือข่ายที่ใช้ประเด็นกิจกรรม หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นปัจจัยหลักในการรวมกลุ่มองค์กร โดยมองข้ามมิติในเชิงพื้นที่ มุ่งเน้นการจัดการในประเด็นกิจกรรมนั้น ๆ อย่างจริงจัง และพัฒนาให้เกิดความร่วมมือกับภาคีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะและโครงสร้างของเครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรมนั้นสามารถแบ่งลักษณะและโครงสร้างของเครือข่ายได้อย่างมากมาย ตามประเด็นกิจกรรมและความสนใจที่เกิดขึ้นของฝ่ายต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน โดยไม่ได้ยึดติดกับพื้นที่ดำเนินการ แต่ใช้หลักของกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นตัวกำหนด ความเป็นเครือข่าย เช่น เครือข่ายป่าชุมชน เครือข่ายภูมิปัญญาชาวบ้าน เครือข่ายธนาคารหมู่บ้าน เครือข่ายผู้สูงอายุ เครือข่ายด้านคุ้มครองผู้บริโภค เครือข่ายสิ่งแวดล้อม เครือข่ายปฏิรูปการศึกษา เครือข่ายสิทธิมนุษยชน เครือข่ายสุขภาพ ฯลฯ เครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรมนั้น ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากประเด็นปัญหาและความสนใจของผู้ที่ทำงานในกิจกรรมนั้น แล้วหาแนวร่วมและพัฒนาเครือข่ายขึ้นมา ดังนั้น กิจกรรมความสัมพันธ์ของเครือข่ายจึงเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของหลาย ๆ ฝ่ายที่ต้องการจะแก้ไขประเด็นปัญหาเหล่านั้นและใช้ความเป็นเครือข่านั้น



เป็นเครื่องมือในการพัฒนากิจกรรม โดยใช้วิธีการที่หลากหลาย ในการสร้างโอกาสและการแก้ไขปัญหา รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์แบบพหุภาคี ซึ่งมีข้อสังเกตว่า เครือข่ายเชิงประเด็นนี้จะมีการตั้งชื่อของ เครือข่ายที่สื่อความหมายของการทำงานในประเด็นนั้น ๆ

3. เครือข่ายแบ่งตามโครงสร้างหน้าที่ ได้แก่ เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยอาศัยภารกิจหรือ กิจกรรม และการก่อตัวของกลุ่มผลประโยชน์ในสังคมเป็นแนวทางในการแบ่งเครือข่าย ซึ่งอาจแบ่งเป็น เครือข่ายภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจเอกชน และภาคองค์กรพัฒนาเอกชน โดยเครือข่ายต่าง ๆ ดังกล่าวมุ่งเน้นการดำเนินการ ภายใต้กรอบแนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของ หน่วยงานหรือโครงสร้างหลักของกลุ่มผลประโยชน์นั้น ๆ ลักษณะและโครงสร้างของเครือข่ายประเภท นี้ มีการก่อตัวตามภารกิจของกลุ่มผลประโยชน์ โดยกลุ่มผลประโยชน์อาจให้การสนับสนุนในจัดตั้ง เครือข่ายหรือเข้าไปเสริมสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และมีกระบวนการพัฒนาที่สอดคล้องกับ ภารกิจ กิจกรรม และเป้าหมายหลักของกลุ่มหรือหน่วย งานนั้น ๆ ซึ่งเครือข่ายในแต่ละภาคส่วนนั้น อาจมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเชิงพื้นที่และเครือข่ายประเด็นกิจกรรมได้ ถ้าแต่ละฝ่ายเห็น ความสำคัญในการรวมพลังเพื่อการแก้ไขปัญหาในภาพรวม สำหรับสังคมไทยนั้น อาจแบ่งกลุ่ม ผลประโยชน์ได้ 4 ภาคส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่ เครือข่ายภาครัฐ เช่น เครือข่ายสถาบันการศึกษา เครือข่าย กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เครือข่ายองค์กรอิสระของภาครัฐเช่น สถาบันพระปกเกล้า สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นต้น เครือข่ายภาคธุรกิจเอกชน เช่น เครือข่ายสภา หอการค้า สภาอุตสาหกรรม สมาคมผู้ส่งออก เครือข่าย SME ฯลฯ เครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชน เช่น เครือข่ายเพื่อนตะวันออก เครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนภาคเหนือ เครือข่ายด้านแรงงานสวัสดิการ สังคม เครือข่ายมูลนิธิ YMCA ฯลฯ และเครือข่ายภาคประชาชน เช่น เครือข่ายปราชญ์อีสาน เครือข่ายประมงพื้นบ้าน เครือข่ายสมัชชาคนจน เป็นต้นกิจกรรมและความสัมพันธ์ของเครือข่ายแบ่ง ตามโครงสร้างหน้าที่อาจมีกิจกรรมและความสัมพันธ์ที่ทับซ้อนกันอยู่ ซึ่งอาจมองได้ในหลายมิติโดย กิจกรรมที่เกิดขึ้นของเครือข่ายดังกล่าวนี้ ส่วนใหญ่เป็นความพยายามของฝ่ายต่าง ๆ ที่ต้องการสร้าง จุดยืนสร้างพื้นที่ทั้งสังคมและการมีส่วนร่วมในการพัฒนา โดยแต่ละกลุ่มผลประโยชน์ต่างก็พัฒนากิจกรรม ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในภาคส่วนของตน ดังนั้น กิจกรรมที่เกิดขึ้นของ เครือข่ายประเภทนี้ จึงมีความหลากหลายตามภารกิจของภาคส่วนนั้น ๆ ส่วนความสัมพันธ์ของ เครือข่ายประเภทนี้ ก็มีความหลากหลายเช่นกันโดยเครือข่ายภาครัฐ ส่วนใหญ่จะมีโครงสร้าง ความสัมพันธ์กับเครือข่ายอื่น ๆ ในแนวดิ่ง มีกระบวนการส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งให้กับเครือข่ายภาค ประชาชนหรือภาคส่วนอื่น ๆ ที่เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งอาจมีการครอบงำในเรื่องของทุน ทรัพยากร และการบริหารจัดการ ส่วนเครือข่ายของภาคประชาชน จะมีลักษณะความสัมพันธ์ที่ เชื่อมโยงกันภายใต้ระบบความเชื่อและวัฒนธรรมชุมชน มีลักษณะความสัมพันธ์ในแนวนอนที่เกิดจาก การเรียนรู้ร่วมกันและการพึ่งพาอาศัย ในขณะที่เครือข่ายของภาคธุรกิจเอกชนจะมีความทำงานใน ลักษณะของการประสานผลประโยชน์ต่างตอบแทน ส่วนเครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชน จะมีรูปแบบ ความสัมพันธ์ในลักษณะของการประสานงานและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายอื่น ๆ

อริยา เศวตามร์ (2542 : 205) กล่าวถึงความเป็นเครือข่ายว่า สำหรับผู้นำชุมชนและ นักพัฒนาแล้ว ความเป็นเครือข่ายหมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในชุมชนที่กว้างขวาง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมที่ยุติธรรมและการสร้างเครือข่ายที่กว้างขวางมากกว่าในอดีต



เพื่อสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาที่ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย หรือเพื่อรู้เท่าทัน การเชื่อมโยงเครือข่ายของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ไร้พรมแดน

สีลาภรณ์ บัวสาย (2547 : 16) ประเภทของความสัมพันธ์ที่ยึดโยงคนเอาไว้ด้วยกันเป็น เครือข่าย ในการทำให้กลุ่มมีความผูกพันกันเหนียวแน่น สมควรสมานสามัคคี ช่วยเหลือกันและกันได้ นั้น ต้องการเครื่องผูกมัด (bondages) การยึดโยงบางส่วนเกิดขึ้นเพราะเครือญาติ การมีระบบความ เชื่อร่วมกัน การสร้างเครือข่ายสายสัมพันธ์ของคนที่อยู่ในท้องถิ่นมีนัยยะที่สำคัญยิ่งต่อการระดมแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ผูกสัมพันธ์เพื่อระดมแรงงานมาช่วยกัน ทำงานของชุมชนหรือครัวเรือน วัฒนธรรมเป็นเครื่องยึดโยงความสัมพันธ์ของกลุ่มคนเอาไว้ด้วยกันในระดับวงกว้าง กลุ่มชาติพันธุ์เป็น กลุ่มที่เห็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มได้ชัดเจน มากกว่าคนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นหนึ่งใด การมี ปฏิสัมพันธ์กับฐานทรัพยากรและระบบนิเวศของท้องถิ่นในที่นั้น ก่อให้เกิดเป็นวิถีทางวัฒนธรรมของ กลุ่มชนนั้น ๆ วัฒนธรรมจึงเป็นทั้งเครื่องมือเช่น วิธีการแต่งกาย การกินอยู่ ประเพณี พิธีกรรม จารีตต่าง ๆ ที่ควบคุมกำกับพฤติกรรมของคนในกลุ่มให้เหมือน ๆ กัน

เสรี พงศ์พิศ (2548 : 52) เครือข่ายระยะแรกมีลักษณะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยน ความคิดและประสบการณ์ แล้วมาแลกเปลี่ยนทรัพยากร พันธุ์ไม้ พันธุ์สัตว์ เงินทุนให้กู้ยืมข้ามชุมชน ข้ามจังหวัด ทำกันหลายรูปแบบรวมทั้งการทอดผ้าป่า การทำบุญประเพณีข้าวเปลือก เครือข่ายต่อมา ได้ร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ มีรูปแบบการลงทุนร่วมกัน การทำโรงสี การทำโรงแปงขนมจีน การทำ การจัดซื้อสินค้า ทำอุตสาหกรรมและธุรกิจชุมชนร่วมกัน ในอดีต ชุมชนต่าง ๆ พึ่งพาอาศัยกันหลาย ๆ รูปแบบชาวบ้านคิริวงค์อาศัยอยู่ในหุบเขา เป็น “ไพร่หนินาย” ตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ เดินทางเท้า หรืออาศัยล่องเรือออกสู่โลกภายนอก เพื่อเอาของป่ามาแลกข้าวแลกเกลือ กะปิและ ข้าวของเครื่องใช้ที่ไม่มีในหมู่บ้าน ปกติพวกเขาจะไปหาคนที่เป็ญญาติเป็นเกลอที่สนิทสนมมาก่อน ถ้าหากคนเหล่านี้ไม่มีจริง ๆ จึงค่อยไปหาญาติของญาติเกลอของเกลอต่อไป จึงมีคำว่า “เกลอเหนือ เกลอใต้” คล้ายกับที่พูดกันทั่วไปว่า “พริกบ้านเหนือ เกลือบ้านใต้” ภาคเหนือผู้คนอยู่ได้ด้วย ความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายหลายรูปแบบ เช่น การจัดการน้ำมีลักษณะเป็นการจัดการความสัมพันธ์ ระหว่างผู้คน ที่ต้องพึ่งพาอาศัยจากสายน้ำเดียวกัน คนที่อยู่ต้นน้ำ คนที่อยู่กลางน้ำ และคนที่อยู่ปลาย น้ำ จะต้องได้รับส่วนแบ่งปันน้ำอย่างเท่าเทียมกันและยุติธรรม การจัดการตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อใน เรื่องผี จึงมีคำเรียกว่า “ผีปันน้ำ” มี “แก่งฝ่าย” ซึ่งเป็นอาวุธที่ดูแล ประหนึ่งเป็น “ผู้แทนผี” เพื่อให้ การจัดการเรื่องน้ำเป็นไปอย่างยุติธรรม ยังประโยชน์สุขแก่ทุกคน เครือข่ายวัด แต่ละเครือข่ายจะมี สมาชิกเป็นจำนวนมาก เพื่อมาร่วมพิธีกรรมเฉลิมฉลองสำคัญอย่างเช่นงานฝังลูกนิมิตและอื่น ๆ นำธูปธูป ผ้าป่ามาทอด นับเป็นการดำเนินงานแบบเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้คนช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ร่วมกันสร้างวัดสร้างศาสนสถาน และร่วมกันกันทำโครงการที่ยังเป็นประโยชน์แก่สาธารณะได้เป็นอย่างดี ในภาคอีสาน เครือข่ายการแลกเปลี่ยนข้าวของเป็นประเพณีที่เห็นได้ชัดเจนทุกแห่ง และหลายแห่ง ยังทำกันอยู่อย่างแพร่หลายมาจนถึงทุกวันนี้ ชาวบ้านท่านจะเก็บข้าวของเอาไว้เพื่อหลายวัตถุประสงค์ เอาไว้กินปีนี้และสำหรับปีหน้า เพื่อน้ำท่วมฝนแล้ง เอาไว้เผื่อญาติพี่น้องใกล้เคียงที่ยากลำบากขาดแคลน ข้าว และเอาไว้เพื่อนำไปแลกข้าวของเครื่องใช้หรืออาหารการกิน (เช่น ปลา ร้า ปลา ส้ม ปลา ร้อย ๆ จากแหล่งอื่น เนื้อสัตว์หรือเนื้อสัตว์ป่า) การแลกเปลี่ยนมักทำกันเป็นประจำ มีการไปมาหาสู่กัน “เอาของไปฝากไปตอน” “ไปเยี่ยมไปยาม” ซึ่งอีกความหมายหนึ่งก็เป็นการไปแลกข้าวของกัน เพียงแต่ ไม่มีใครคิดในลักษณะการค้าแบบทุนนิยม ไม่มีใครมานั่งเทียบราคากัน ทุกอย่างวัดกันที่น้ำใจที่ต่างฝ่าย

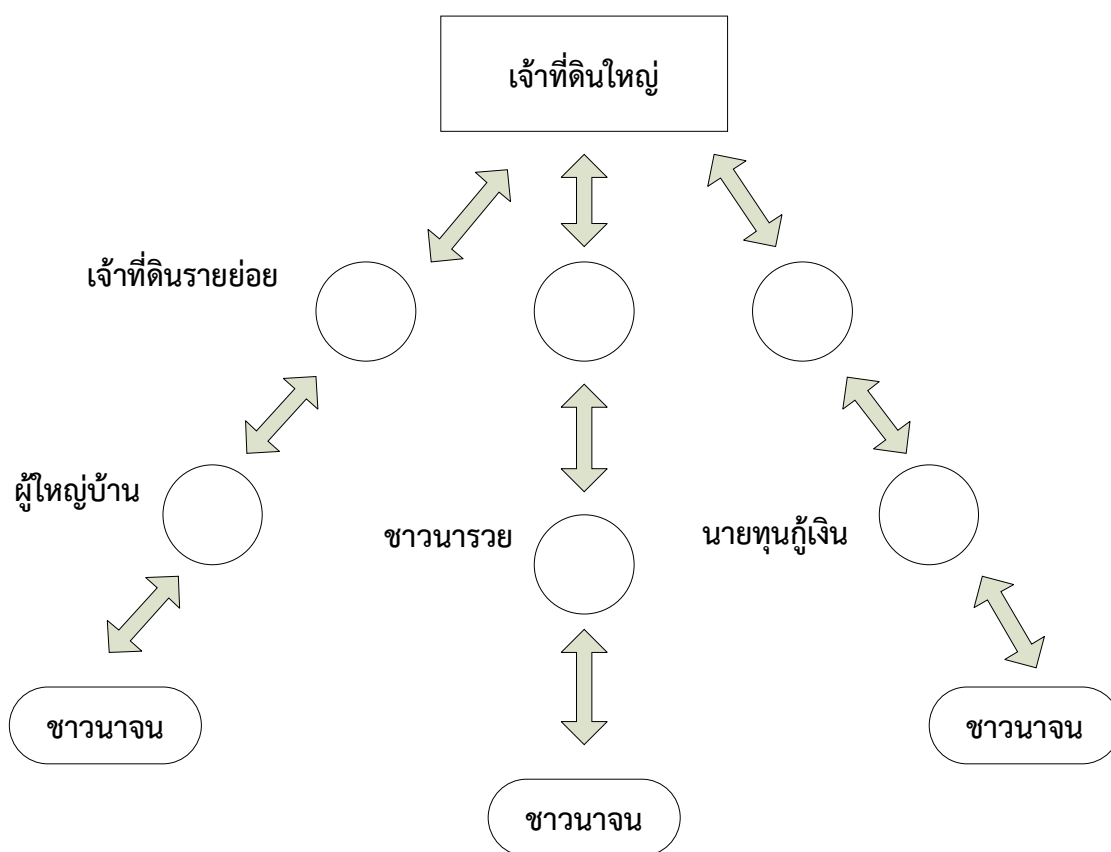


ต่างมีต่อกัน เป็นระบบเศรษฐกิจคุณธรรม (Moral Economy) เป็นคนช่วยเหลือกันในยามลำบากขัดสน การแลกข้าวของกันมักทำกันในกลุ่มเครือญาติ กลุ่มคนรู้จักและที่สำคัญที่สุดมักจะเป็นคนที่มี ความสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้นที่เรียกกันว่า “เสี้ยว” เครือข่ายผู้คนในอาชีพเดียวกัน เช่น หมอยาที่ไป มาหาสู่กัน แลกเปลี่ยนหยูกยาที่หายาก หรือหาไม่ได้ในท้องถิ่นตน หมอยาเก่งๆ มักมีลูกศิษย์จำนวนมาก กลายเป็นสำนัก ศิษย์จะเป็นเครือข่ายกันเพราะเป็นศิษย์สำนักเดียวกัน

เครือข่ายมีหลายประเภท ขึ้นอยู่กับสมาชิก พื้นที่ กิจกรรมหลัก วัตถุประสงค์ และ โครงสร้างการดำเนินงานในลักษณะองค์กรเครือข่ายเอง มีเครือข่ายแนวราบโดยประสานบุคคลที่อยู่ใน ระดับเดียวกัน ให้มาเชื่อมประสานเป็นเครือข่ายกัน เช่น เครือข่ายเกษตรกร เครือข่ายนักวิจัย เครือข่าย สถาบัน เครือข่ายศูนย์ข้อมูล เครือข่ายที่มีลักษณะแนวตั้ง เช่น การนำผู้คนจากหลากหลายอาชีพที่ แตกต่างกันมาเป็นเครือข่ายกัน เช่น เกษตรกร นักพัฒนา นักวิชาการ นักธุรกิจ นักการเมือง องค์กร ทุน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือกันโดยเน้นที่การให้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าการ ดำเนินกิจกรรมร่วมกัน เครือข่ายนี้มีมากขึ้นเพราะการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตช่วยให้คนไม่ว่าอาชีพ อะไร ฐานะไหน ระดับใด สามารถเป็นสมาชิกอย่างเท่าเทียมกันเครือข่ายส่วนใหญ่เกิดขึ้นเพื่อทำให้ การสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ดีขึ้น ง่ายขึ้น และมีการร่วมมือกันในเรื่องต่าง ๆ ได้สะดวกและดียิ่งขึ้น และอีกบางส่วนทำให้เป็นพลังต่อรองกับอำนาจต่าง ๆ ได้ดีขึ้น ปัจจุบันมี เครือข่ายที่พัฒนารูปแบบมากมายที่พร้อมกับการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีคือ เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ คือการกระจายข้อมูลข่าวสารผ่านทางอีเมล เพื่อให้สมาชิก ได้ถกเถียงอภิปราย แสดงความคิดเห็น และเป็นการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) จำนวนหนึ่งเกิดขึ้นเพื่อก่อให้เกิด ความร่วมมือ

กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 63-75) ได้นำเสนอเครือข่ายมีหลายรูปแบบ เช่น เครือข่ายแนวตั้งหรือเครือข่ายแบบแนวนอน ดังภาพประกอบ

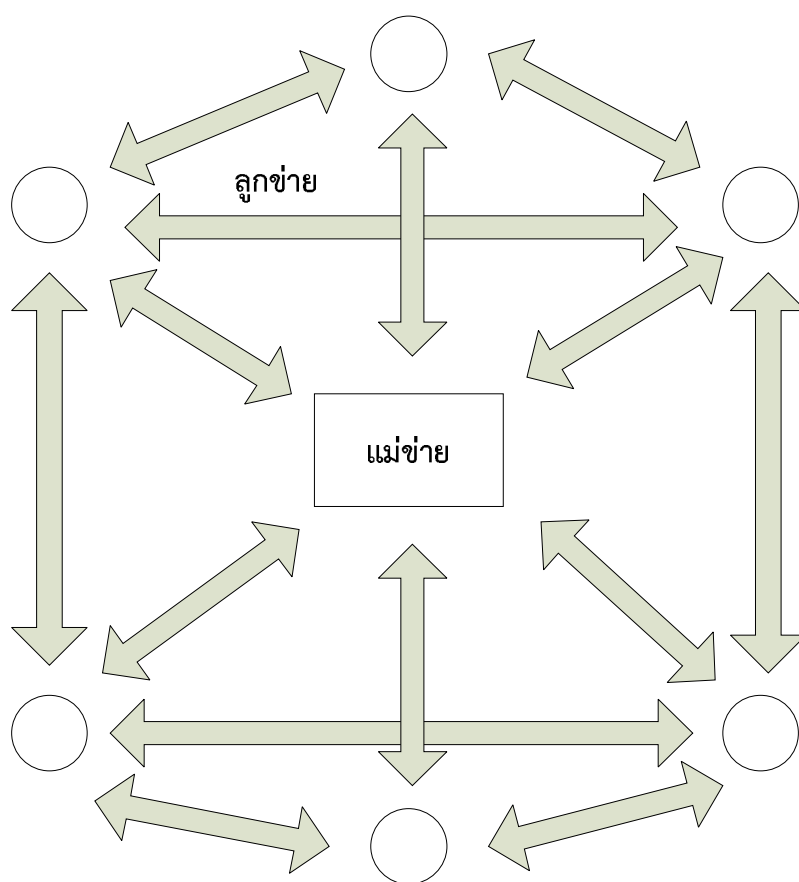




ภาพประกอบ 2 เครือข่ายแบบแนวตั้ง

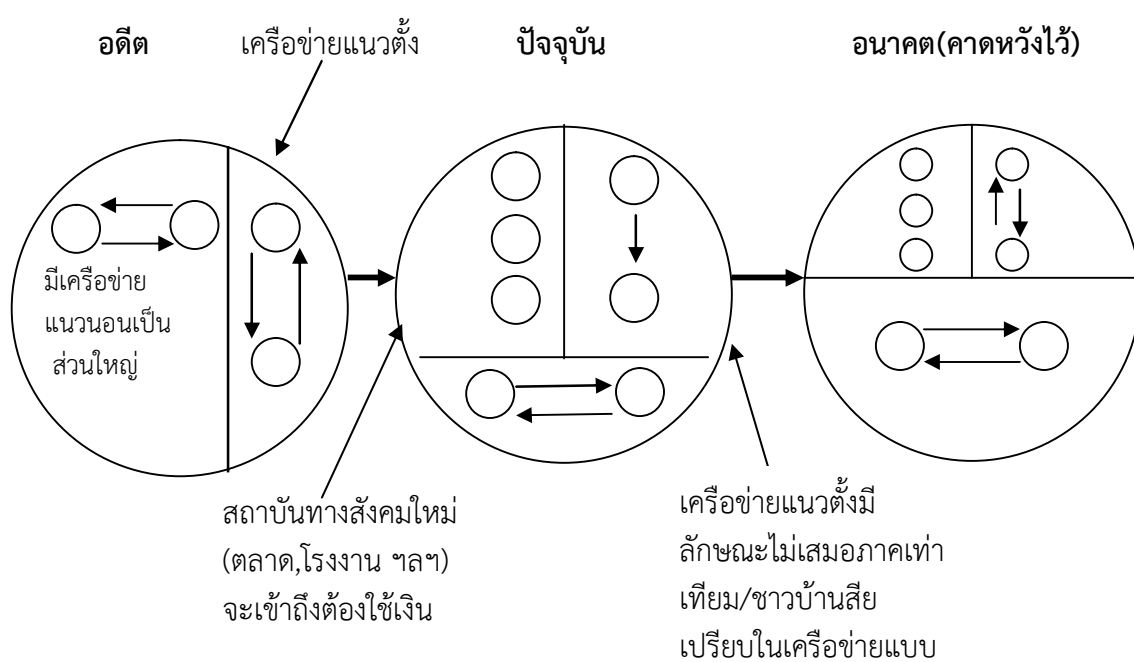
ตัวอย่างในภาพประกอบ 2 เป็นเครือข่ายแนวตั้ง โดยที่สถานภาพและฐานะของคนในแต่ละลำดับชั้นจะเรียงจากสูงไปต่ำ ฝ่ายที่อยู่ในลำดับสูงจะมีฐานะเป็นผู้อุปถัมภ์ และผู้อยู่ข้างล่างก็มีฐานะเป็นผู้ใต้อุปถัมภ์ และเมื่อผู้อุปถัมภ์ต้องการความร่วมมือบางอย่างจากผู้ใต้อุปถัมภ์ ก็สามารถระดมได้จากลูกข่ายของตน ส่วนผู้อยู่ข้างล่างก็สามารถจะขอทรัพย์สินเงินทอง หรือบริการบางอย่างเมื่อตนขาดแคลนได้ เป็นที่น่าสังเกตว่า การแลกเปลี่ยนระหว่างชั้นนี้ มีลักษณะไม่เสมอภาคเท่าเทียมกัน





ภาพประกอบ 3 เครือข่ายแบบแนวนอน

ตัวอย่างในภาพประกอบ 3 เป็นเครือข่ายแบบแนวนอน โดยที่ฐานะและสถานภาพของคนในทุกกลุ่มที่เข้ามาเป็นเครือข่ายกันนั้นมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน การแลกเปลี่ยนทรัพยากรสินหรือบริการต่าง ๆ มีลักษณะช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ถ้อยทีถ้อยอาศัย เครือข่ายแบบแนวนอนนี้อาจจะเป็นการติดต่อกันเองระหว่าง 2 กลุ่ม ในกรณีที่ไม่ซับซ้อนนัก โดยต้องมีตัวกลาง (เช่น การติดต่อกันระหว่างบ้านพี่เมืองน้อง) หรืออาจจะมีแม่ข่ายประสานงาน แต่สถานภาพของแม่ข่ายก็เสมอภาคเท่าเทียมกับคนอื่น ๆ



ภาพประกอบ 4 เครือข่ายธุรกิจขายตรงจากอดีตถึงปัจจุบัน

เครือข่ายแนวนอนมีลักษณะเสมอภาคเท่าเทียม เป็นหลักประกันที่ไว้ได้ของคนจน เป็นเรื่องความสัมพันธ์ไม่ใช่เงิน พร้อมเป็นฐานให้ความช่วยเหลือเมื่อจำเป็น

กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 76-77) รูปแบบของการจัดองค์กรเครือข่ายในระดับต่าง ๆ

1. การจัดเครือข่ายระหว่างกลุ่มเก่ากับกลุ่มใหม่ พี่ช่วยน้อง เกิดผลดีหลาย ๆ มิติ เช่น ทางด้านเศรษฐกิจปากท้องก็มีกินมีอยู่ดีขึ้น ความสามัคคีภายในกลุ่มและภายในชุมชนก็มากขึ้น มีความรับผิดชอบและมีการเอื้อเฟื้อเอาใจใส่กับทุกข์สุขของกันมากขึ้น พบว่า ชาวบ้านในกลุ่มเก่าจะเริ่มขยายเครือข่ายออกไปตามความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ

2. การจัดเครือข่ายระหว่างกลุ่มเก่าด้วยกัน (เพื่อนช่วยเพื่อน)

3. การจัดเครือข่ายบนกิจกรรมด้านศาสนาและวัฒนธรรม (หมุ่นเวียนกัน

ทอดผ้าป่า)

4. การสร้างเครือข่ายด้านศาสนา-วัฒนธรรมระหว่างชาวบ้าน

5. การซ่อมแซมบูรณะเครือข่ายที่เคยมีอยู่ในชุมชน

เสรี พงศ์พิศ (2548 : 203-208) ลักษณะกิจกรรมของเครือข่ายเป็นกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมที่เครือข่ายองค์กรชุมชนทำร่วมกัน ร่วมกันดำเนินการตั้งแต่เรียนรู้ถึงการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นร่วมกันคือ การจัดการป่าชุมชน จัดการน้ำ จัดการแหล่งอาหารต่าง ๆ อนุรักษ์ป่า ดิน น้ำ ปลา สิ่งแวดล้อมโดยรวม การจัดประเด็นร่วมของชุมชนเช่น สุขภาพ กองทุน ระบบสวัสดิการ การจัดการแก้ปัญหาสังคม เช่น เอดส์ ยาเสพติด การละเมิดสิทธิเด็ก เป็นต้น สำหรับโครงสร้างของเครือข่ายมีลักษณะแบบเป็นทางการกับไม่เป็นทางการ เครือข่ายเป็นทางการมีโครงสร้างการประสานงานอย่างเป็นทางการ เครือข่ายไม่เป็นทางการไม่มีโครงสร้าง โครงสร้างเครือข่ายเป็นอย่างไร



ขึ้นอยู่กับเป้าหมาย ทรัพยากร (เวลา เงิน คน) และขึ้นอยู่กับสมาชิกเครือข่ายว่าต้องการให้มีการจัดองค์ประกอบอย่างไร เช่น ชมรมขององค์กร หรือบุคคลที่มีอาชีพ หรือสถานภาพเดียวกัน เช่น สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มฌาปนกิจ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อบต. โดยลักษณะเป็นไปตามโครงสร้าง ถ้าให้สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของงานก็จะเดินได้

สรุป การเกิดของเครือข่าย เกิดจากการขยายตัว มีการเคลื่อนไหวและการใช้ประโยชน์สุดท้ายก็อยู่ในภาวะที่ถดถอย ดังนั้น จะต้องมีการพลิกฟื้นและรักษาสัมพันธ์ภาพประกอบดีต่อกันเพื่อให้เครือข่ายนั้นมีความต่อเนื่อง ซึ่งการก่อตัว ขั้นตอน กระบวนการ และวงจรชีวิตของเครือข่ายเป็นสิ่งที่น่าศึกษา เพราะจะนำไปสู่การจัดการเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพได้

องค์ประกอบและกระบวนการทำงานของเครือข่าย

องค์ประกอบของเครือข่าย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543 : 36-43) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ คือ

1. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common Perception) หมายถึง การที่สมาชิกที่เข้ามาอยู่ในเครือข่าย ต้องมีความรู้สึกนึกคิดและการรับรู้ร่วมกันถึงเหตุผลการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายอาทิ มีความเข้าใจในปัญหา มีสำนึกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน และมีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างเพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น

2. การวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) หมายถึง การมองเห็นจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม การรับรู้เข้าใจถึงทิศทางเดียวกัน และการมีเป้าหมายที่จะดำเนินไปด้วยกัน จะช่วยให้ขบวนการเคลื่อนไหวของเครือข่ายมีพลัง เกิดเอกภาพ และช่วยบรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองที่แตกต่างลงไป

3. การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (Mutual interestsหรือBenefits) หมายถึง การที่การสมาชิกแต่ละคนมาร่วมกันเพื่อประสานผลประโยชน์และความต้องการซึ่งผลประโยชน์และความต้องการนั้นจะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ดังนั้นจึงมีการรวมตัวกันบนฐานของผลประโยชน์ร่วมที่มากเพียงพอจะดึงดูดให้รวมเป็นเครือข่าย

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง(all stakeholders Participation) การมีส่วนร่วมของสมาชิกมีความสำคัญต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย เพราะกระบวนการมีส่วนร่วมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างแข็งขัน ดังนั้น สมาชิกในเครือข่าย จึงควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะของความเท่าเทียมและในฐานะหุ้นส่วนของเครือข่าย และควรสานต่อความสัมพันธ์ในแนวนราบ

5. กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมกระบวนการทำงานของกันและกัน โดยที่ผู้จุดแข็งของฝ่ายหนึ่ง ไปช่วยเหลืออีกฝ่ายหนึ่งที่มีจุดอ่อน ซึ่งจะทำให้เกิดการประสานผลประโยชน์ร่วมกัน การเสริมสร้างต่อกันนั้น เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่ายซึ่งมีผลดีมากกว่าการไม่รวมเป็นเครือข่าย

6. การพึ่งอิงร่วมกัน (Interdependence) คือ การเติมเต็มในส่วนที่ขาดของแต่ละฝ่ายเนื่องจากทุกฝ่ายต่างก็มีข้อจำกัดในกระบวนการทำงานและมีความรู้ ประสบการณ์ที่แตกต่าง ดังนั้น จึงมีการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย



7. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction) หมายถึง การที่สมาชิกในเครือข่ายมีการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และผลการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกันนั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเครือข่ายตามด้วย

เสถียร จิรรังสินันต์ (ม.ป.ป.) องค์ประกอบที่สำคัญของ ความเป็นเครือข่าย มีดังนี้

1. หน่วยชีวิตหรือสมาชิก เป็นองค์ประกอบเบื้องต้นของความเป็นเครือข่าย ที่สร้างระบบปฏิสัมพันธ์โดยแต่ละหน่วยชีวิตและแต่ละปัจเจกบุคคล จะดำเนินการสานต่อเพื่อหาแนวร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ เพื่อให้เกิดการดำรงอยู่ร่วมกันตามหลักธรรมชาติที่ทุกสรรพสิ่งจะต้องพึ่งพาอาศัยและสร้างกระบวนการที่สืบเนื่องเพื่อรักษาความเป็นไปของชีวิต ดังนั้นหน่วยชีวิตหรือสมาชิกในองค์กรนั้น จะเป็นองค์ประกอบหลักที่ก่อให้เกิดความเป็นเครือข่าย

2. จุดมุ่งหมาย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะหากว่าบุคคล กลุ่ม องค์กร มารวมกันเพียงเพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยไร้ความมุ่งมั่น หรือจุดมุ่งหมายร่วมกัน ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีอาจกล่าวได้ว่าเป็นเครือข่าย เพราะความเป็นเครือข่ายจะต้องมีความหมายถึง “การร่วมกันอย่างมีจุดหมาย” เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์และกระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

3. การทำหน้าที่อย่างมีจิตสำนึก การที่แต่ละหน่วยชีวิตหรือการที่แต่ละบุคคลจะมารวมกันนั้น สิ่งที่ยึดโยงสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน คือ การทำหน้าที่ต่อกัน และกระทำอย่างมีจิตสำนึก เพราะหากขาดจิตสำนึกต่อส่วนรวมแล้ว กระบวนการนั้นจะเป็นเพียงการจัดตั้ง และเรียกร้องหาผลประโยชน์ตอบแทนเท่านั้น และการที่คนจะมารวมกลุ่มเป็นองค์กรเครือข่ายได้นั้น นอกจากจะมี ความสนใจหรืออุปนิสัยใจคอที่คล้ายคลึงกันแล้ว บุคคลยังต้องมีจิตสำนึกต่อส่วนรวม กล่าวคือ เมื่อพวกเขาเห็นปัญหาหรือต้องการที่จะพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จิตใจที่มุ่งมั่นซึ่งเป็นปัจจัยภายในของแต่ละบุคคล ย่อมเป็นแรงขับเคลื่อนที่นำไปสู่การคิดวิเคราะห์และการค้นหาวิธี เพื่อแก้ไขปัญหา นั้นๆ รวมทั้งแสวงหาแนวร่วมจากเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อสร้างพลังอำนาจในการต่อรองหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จนกลายเป็นองค์กรเครือข่ายที่ทุกฝ่ายต่างก็มีความ ไว้วางใจต่อกัน ทั้งนี้ เพราะความเป็นเครือข่านั้น สามารถที่จะตอบสนองกระบวนการแก้ไขปัญหาได้มากกว่า

4. การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยน ในองค์ประกอบของความเป็นเครือข่ายสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ก็คือการมีส่วนร่วม การพึ่งพาอาศัยและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกจะเป็นปัจจัยที่หนุนเสริมให้เครือข่ายนั้นมีพลังมากขึ้น เพราะการมีส่วนร่วมจะทำให้สมาชิกมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ซึ่งจะช่วยให้ทุกฝ่ายหันหน้าเข้าหากัน และพึ่งพากันมากขึ้น นอกจากนี้ ในระบบความสัมพันธ์ของเครือข่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะนำไปสู่การให้และการรับ รวมถึงการระดมทรัพยากรเพื่อให้ภารกิจที่เครือข่ายดำเนินการร่วมกันนั้นบรรลุถึงเป้าหมาย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นทั้งแนวคิด กระบวนการ และวิธีการของการจัดการเครือข่าย เป็นกระบวนการสร้างข้อมูลที่ต่อเนื่อง เพราะถ้าไม่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันที่มาจากการมีส่วนร่วมแล้ว พัฒนาการของเครือข่ายจะเป็นไปอย่างช้าๆ และอาจถดถอยลง ดังนั้น การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนจึงเสมือนกลไกที่เป็นแรงผลักดันให้ความเป็นเครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง



5. ระบบความสัมพันธ์และการสื่อสาร ถ้ากล่าวถึงเครือข่ายว่าเป็นความสัมพันธ์ที่โยงใยแล้ว สิ่งที่มีความสำคัญต่อเครือข่าย คือ ข้อมูลและการสื่อสารระหว่างกัน นับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างปัจเจกบุคคลกับปัจเจกบุคคล กลุ่มกับกลุ่ม และระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย รวมทั้งระบบความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยกระบวนการสื่อสารนั้นจะช่วยให้สมาชิกในเครือข่ายเกิดการรับรู้ เกิดการยอมรับในกระบวนการทำงานและช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพประกอบติดต่อกัน ความสัมพันธ์ที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารที่ต่อเนื่องเช่นนี้ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย ถ้าระบบความสัมพันธ์ได้รับการตอบสนองหรือขาดการติดต่อแล้ว ความเป็นเครือข่ายก็อยู่ในภาวะที่เสื่อมถอย ดังนั้น การพัฒนาระบบเครือข่ายจะต้องยึดหลักการของความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกัน โดยมีกิจกรรมและข้อมูลเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวของเครือข่ายนั้นๆ

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547 : 48-50) องค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่าย ได้แก่

1. หน่วยชีวิตหรือสมาชิก หน่วยชีวิตและสมาชิกเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นของความเป็นเครือข่ายที่สร้างระบบปฏิสัมพันธ์โดยแต่ละหน่วยชีวิตและแต่ละปัจเจกบุคคล จะดำเนินการสานต่อเพื่อหาแนวร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ เพื่อให้เกิดการดำรงอยู่ร่วมกัน ตามหลักธรรมชาติที่ทุกสรรพสิ่งจะต้องพึ่งพาอาศัยและสร้างกระบวนการที่สืบเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นไปของชีวิต ดังนั้น หน่วยชีวิต หรือสมาชิกในองค์กรนั้น จะเป็นองค์ประกอบหลักที่ก่อให้เกิดความเป็นเครือข่าย

2. จุดมุ่งหมาย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะหากว่าบุคคล กลุ่ม องค์กร มารวมกันเพียงเพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยไร้ความมุ่งมั่นหรือจุดหมายร่วมกัน ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีอาจกล่าวได้ว่า เป็นเครือข่าย เพราะความเป็นเครือข่ายจะต้องมีความหมายถึงการร่วมกันอย่างมีจุดหมาย เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยวัตถุประสงค์และกระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดหมายนั้น

3. การทำหน้าที่อย่างมีจิตสำนึก การที่แต่ละหน่วยชีวิตหรือการที่แต่ละบุคคลจะมาร่วมกันนั้น สิ่งที่จะยึดโยงสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน และกระทำอย่างมีจิตสำนึก เพราะหากขาดจิตสำนึกต่อส่วนรวมที่มาจากส่วนลึกภายในจิตใจของตนเองแล้ว กระบวนการนั้นจะเป็นเพียงการจัดตั้งและเรียกร้องผลประโยชน์ตอบแทนเท่านั้น และการที่คนจะมารวมกลุ่ม เป็นองค์กรเครือข่ายได้นั้น นอกจากจะมีความสนใจหรืออุปนิสัยใจคอที่คล้ายคลึงกันแล้ว บุคคลจะต้องมีจิตสำนึกต่อส่วนรวม กล่าวคือ เมื่อพวกเขาเห็นปัญหาหรือต้องการที่จะพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งจิตใจที่มุ่งมั่นซึ่งเป็นปัจจัยภายในของแต่ละบุคคล ย่อมเป็นแรงขับที่นำไปสู่การคิดวิเคราะห์และการค้นหาวิธีเพื่อแก้ไขปัญหานั้นๆ รวมทั้งแสวงหาแนวร่วมจากเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เพื่อสร้างพลังอำนาจในการต่อรองหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จนกลายเป็นองค์กรเครือข่ายที่ทุกฝ่ายต่างก็มีความไว้วางใจต่อกัน ทั้งนี้ เพราะความเป็นเครือข่านั้น สามารถที่จะตอบสนองกระบวนการแก้ไขปัญหามากกว่า

4. การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยน ในองค์ประกอบของเครือข่าย สิ่งหนึ่งที่จะขาดไม่ได้ ก็คือ การมีส่วนร่วม การพึ่งพาอาศัยและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิก จะเป็นปัจจัยที่หนุนเสริมให้เครือข่านั้นมีพลังมากขึ้น เพราะการมีส่วนร่วมจะทำให้สมาชิกมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ซึ่งจะช่วยให้ทุกฝ่ายหันหน้าเข้าหากันและพึ่งพากันมากขึ้น นอกจากนี้ ในระบบความสัมพันธ์ของเครือข่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะจะนำไปสู่การให้และการรับ รวมถึงการระดมทรัพยากรเพื่อให้ภารกิจที่



เครือข่ายดำเนินการร่วมกันนั้นบรรลุถึงเป้าหมาย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นทั้งแนวคิด กระบวนการ และวิธีการของการจัดการเครือข่าย เป็นกระบวนการสร้างข้อมูลที่ต่อเนื่อง เพราะถ้าไม่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันที่มาจากการมีส่วนร่วมแล้ว พัฒนาการของเครือข่ายจะเป็นไปอย่างช้า ๆ และอาจถดถอยลง ดังนั้น การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนจึงเสมือนกลไกที่เป็นแรงผลักดันให้ความเป็นเครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

5. ระบบความสัมพันธ์และการสื่อสาร ถ้ากล่าวถึงเครือข่ายว่าเป็นความสัมพันธ์ที่โยงใยแล้ว สิ่งที่มีความสำคัญต่อเครือข่าย คือ ข้อมูลและการสื่อสารระหว่างกัน นับตั้งแต่ การสื่อสารระหว่างปัจเจกบุคคลกับปัจเจกบุคคล กลุ่มกับกลุ่ม และระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย รวมทั้งระบบความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยกระบวนการสื่อสารนั้นจะช่วยให้สมาชิกในเครือข่ายเกิดการรับรู้ เกิดการยอมรับในกระบวนการทำงานและช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพประกอบดีต่อกัน ความสัมพันธ์ที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารที่ต่อเนื่องเช่นนี้ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย ถ้าระบบความสัมพันธ์มิได้รับการตอบสนองหรือขาดการติดต่อแล้วความเป็นเครือข่ายก็อยู่ในภาวะที่เสื่อมถอย

สรุป การพัฒนาระบบเครือข่ายจะต้องยึดหลักการของความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกัน โดยมีกิจกรรมและข้อมูลเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวของเครือข่ายนั้น ๆ โดยมีองค์ประกอบดังนี้ 1) การรับรู้มุมมองร่วมกัน 2) การวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง 5) กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) การพึ่งอิงร่วมกัน 7) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

กระบวนการทำงานของเครือข่าย

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547 : 97-102) การทำงานร่วมกัน ถือได้ว่าเป็นภารกิจที่สำคัญของการรวมตัวกันเป็นเครือข่าย กล่าวคือ ความเป็นเครือข่ายมีความสัมพันธ์กับงานและสัมพันธ์ภาพระหว่างกัน ซึ่งงานหรือภารกิจและความเป็นภาคีต่อกันนั้น จะนำไปสู่การเรียนรู้และการสร้างกระบวนการความเคลื่อนไหวทางสังคม โดยแต่ละเครือข่ายก็มีกระบวนการทำงานที่แตกต่างกันไปตามสถานการณ์และเป้าหมายที่กำหนด ในที่นี้จะกล่าวถึงกระบวนการทำงานของเครือข่ายต่างๆ มีลักษณะร่วมกันใน 4 ประเด็น คือ

1. กระบวนการทำงานที่เชื่อมประสานจากจุดเล็กและขยายไปสู่หน่วยใหญ่
2. การรักษาสัมพันธ์ภาพประกอบสร้างความรู้ ความหมาย และโลกทัศน์ร่วมกัน
3. การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้และการปรับตัว
4. การพัฒนากิจกรรมและความเคลื่อนไหวเพื่อสร้างขบวนการทางนวัตกรรม

และวาทกรรมในการพัฒนา

1. กระบวนการทำงานที่เชื่อมประสานจากจุดเล็กและขยายไปสู่หน่วยใหญ่ คือ กระบวนการทำงานที่ต่อยอดจากฐานงานเดิมที่กลุ่มเครือข่ายนั้นมีอยู่ และเป็นการแสวงหาแนวร่วมใหม่ เครือข่ายใหม่ ที่จะช่วยให้เครือข่ายนั้นได้มีความรู้ ประสบการณ์และมีพลังอำนาจในการต่อรองกับกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ โดยเป็นการที่ทุกฝ่ายเข้ามาศึกษาเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และพัฒนากิจกรรมร่วมกัน ตัวอย่างเช่นเครือข่ายวิทย์ชุมชนในจังหวัดลำปาง ที่ได้สานต่อและดำเนินกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายการศึกษา กลุ่มเชรามีค กลุ่มพิทยัง เครือข่ายสิ่งแวดล้อม เครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน และองค์กรประชาชนใน 13 อำเภอ ฯลฯ ร่วมกันจัดตั้งเป็น “องค์กรชุมชนคนลำปาง” ที่ได้ดำเนินการเพื่อพัฒนากิจกรรมการสื่อสารการพัฒนาชุมชน การเสริมสร้างการเรียนรู้ และกิจกรรมความเคลื่อนไหว



ของภาคประชาชนในจังหวัดลำปาง การเริ่มต้นจากจุดเล็กและขยายเป็นหน่วยใหญ่งกล่าวเป็นกระบวนการหนึ่งที่ไม่มองข้ามในจุดเล็ก เริ่มต้นจากการทำงานในสิ่งที่รู้และเข้าใจแล้วค่อย ๆ เชื่อมประสานกับองค์กรอื่น ๆ เครือข่ายอื่นในประเด็นกิจกรรมที่หลากหลาย เครือข่ายส่วนใหญ่จะใช้วิธีการทำงานที่หลากหลาย เช่น การใช้พื้นที่เป็นสถานที่ดำเนินการ การใช้ประเด็นปัญหาเป็นกิจกรรมในการขับเคลื่อนเครือข่ายการใช้ศูนย์ประสานงานเป็นที่รวบรวมข้อมูล ฯลฯ ซึ่งกระบวนการทั้งหมดเน้นการใช้ความรู้ประสบการณ์ที่มีอยู่ มาร่วมกันคิด ร่วมกันทำ โดยมีการปรับเปลี่ยนวิธีการไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้อาจประยุกต์การใช้วิธีการต่าง ๆ ในแต่ละช่วงของเครือข่าย ดังนี้

1.1 ในระยะแรกช่วงหาแนวร่วมในการพัฒนากิจกรรม ผู้ประสานจะต้องใช้วิธีการค้นหาแกนนำ หาแนวร่วมอุดมการณ์ การแสวงหารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและการจัดระบบองค์กร เพื่อให้กระบวนการก่อตัวนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ในระยะขยายตัว จะใช้วิธีการประสานความร่วมมือ การกำหนดกิจกรรมที่เหมาะสมกับระดับความสัมพันธ์รวมทั้งการหาความรู้ใหม่ เทคนิคใหม่ ในการพัฒนาเครือข่าย

1.3 ในช่วงการเคลื่อนไหวทางสังคมหรือการจัดกิจกรรม เครือข่ายจะต้องมีความพร้อมในเรื่องของข้อมูล ทุน การจัดการ และแนวร่วมที่หลากหลาย เพื่อให้การทำงานนั้นมีความต่อเนื่อง

1.4 ในช่วงหลังจากการดำเนินการตามเป้าหมายแล้ว จำเป็นต้องมีการรักษาพันธกรณี ความสัมพันธ์และการสื่อสารที่เป็นระบบ เพื่อให้เกิดขบวนการเคลื่อนไหวแบบใหม่ และเพื่อให้เครือข่ายอยู่ภาวะถดถอย โดยการเพิ่มเติมความรู้ การถอดบทเรียน หรือการประเมินตนเองอยู่ตลอดเวลา ด้วยวิธีการทำงานที่หลากหลาย จะทำให้เครือข่ายมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสามารถปรับเปลี่ยนตนเอง เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

2. การรักษาสัมพันธ์ภาพประกอบสร้างความรู้ ความหมาย และโลกทัศน์ร่วมกัน คือ การสร้างความรู้ และความหมายในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เพราะคนในเครือข่ายกันย่อมจะรู้ความหมายของเครือข่ายมากกว่าคนอื่น ๆ การสร้างความรู้ ความหมายภายในเครือข่ายเป็นการสร้างโลกทัศน์หรือมุมมองในการพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง และเป็นการขยายแนวคิดและกระบวนการให้กว้างขวางออกไป โดยการสื่อสารจะเป็นช่องทางที่นำไปสู่การสร้างพันธกรณีและการประสานผลประโยชน์ร่วมกัน การสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อมของปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กร จะทำให้เครือข่ายมองเห็นภาพความเคลื่อนไหว และการสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาความเป็นเครือข่ายให้มีความเข้มแข็งในการรักษาสัมพันธ์ภาพเพื่อสร้างความรู้ ความหมายและโลกทัศน์ร่วมกัน สิ่งที่มีความสำคัญในการรักษาสัมพันธ์ภาพ คือ การสื่อสารระหว่างสมาชิกและภาคีในเครือข่าย เพื่อให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้มีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการทำงานร่วมกัน ปาฐกถา สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ (2546 : 1) กล่าวถึงการสื่อสารกับสังคมเครือข่ายว่า

2.1 การสื่อสารจะทำให้สมาชิกในเครือข่ายมีโอกาสรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ทั่วถึง

2.2 การสื่อสารเป็นส่วนสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ให้บุคคลร่วมมือกันค้นหาเป้าหมายร่วมกัน (Shared Goal)

2.3 การสื่อสารเป็นแนวทางที่ทำให้สมาชิกในเครือข่ายได้มีโอกาสเรียนรู้ (learning) ความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมของกันและกัน การแลกเปลี่ยน (Exchange)



ข้อมูลและข้อคิดต่าง ๆ การฝึกเปิดใจกว้าง (Open mind) เพื่อยอมรับฟังความคิดเห็นและพฤติกรรม ตลอดจนการพัฒนาสัมพันธภาพระหว่างกัน (Relationship Development) และร่วมมือกันทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

2.4 การสื่อสารมีส่วนสำคัญในการค้นหาและพัฒนา “อัตลักษณ์” (Identity) และบุคลิกลักษณะ (Character) ร่วมกันของสมาชิกในเครือข่ายและเป็นช่องทางในการนำเสนอ อัตลักษณ์และบุคลิกลักษณะดังกล่าวสู่สังคมภายนอก

3. การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้และการปรับตัว เพื่อเป็นการสร้างความรู้ใหม่ วิชาการใหม่ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งเพื่อให้เกิดการยอมรับในกระบวนการทำงานที่หลากหลาย ซึ่งการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ นั้น สามารถใช้เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ เช่น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม การพัฒนาผู้นำ การศึกษาแบบเจาะลึกในพื้นที่ และการถอดบทเรียนร่วมกัน เป็นต้น

4. การพัฒนากิจกรรมและความเคลื่อนไหวเพื่อสร้างขบวนการทางนวัตกรรมและวาทกรรมในการพัฒนา การเกิดขึ้นของนวัตกรรม เป็นกระบวนการการทำงานของเครือข่ายในรูปแบบใหม่ ที่เน้นการประสานความร่วมมือและการช่วยเหลือพึ่งพาในคราวที่จำเป็นเท่านั้น โดยที่ต่างคนต่างอยู่และทำงานของตนแต่เมื่อมีปัญหาเกิดกับสังคมทุกฝ่ายก็มาร่วมมือกัน โดยการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการติดต่อสื่อสาร กระบวนการดังกล่าว ก่อให้เกิดวาทกรรมในการพัฒนาที่จะนำไปสู่การสร้างความรู้ ความเข้าใจในสิ่งใหม่ โดยการใช้วาทกรรมใหม่ ๆ แทนคำพูดเดิม ๆ เช่น ประชาสังคม ประชาธิปไตย การบริหารแบบบูรณาการ เป็นต้น ซึ่งความหมายที่แท้จริง ก็คือ การจัดการที่มีประสิทธิภาพขององค์กร และการใช้ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม

บทบาทของเครือข่ายและผลสัมฤทธิ์ของเครือข่าย

บทบาทของเครือข่าย

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547 : 104-105) นอกจากกระบวนการทำงานของเครือข่ายตามที่กล่าวแล้ว สิ่งหนึ่งที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเครือข่ายควรคำนึงถึง คือ บทบาทและหน้าที่ในการทำงานของเครือข่าย เพราะเครือข่ายแต่ละเครือข่ายต่างก็มีบทบาทที่แตกต่างกันไป กล่าวคือ บางเครือข่ายอาจมีบทบาทเป็นผู้กระทำ หรือเน้นการทำงานในระดับกิจกรรมและพื้นที่ บางเครือข่ายก็มีบทบาทและหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน เพื่อให้เกิดกิจกรรมความเคลื่อนไหว บางเครือข่ายมีหน้าที่ให้การสนับสนุนในด้านทุน ทรัพยากรและการให้คำปรึกษาแก่เครือข่ายย่อยอื่น ๆ ซึ่งบทบาทและหน้าที่ของเครือข่ายในสังคมไทย อาจจะจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. ระดับกิจกรรมหรือการทำงาน (ทีมทำ) ได้แก่ เครือข่ายที่เน้นกระบวนการทำงานในระดับพื้นที่หรือในประเด็นปัญหานั้น ๆ เป็นสำคัญโดยเป็นเครือข่ายที่มีโครงสร้างความสัมพันธ์ไม่ซับซ้อน มีแบบแผนการปฏิบัติงานที่เป็นลักษณะคล้ายงานประจำมีกระบวนการจัดการและการทำงานที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันและทรัพยากรในพื้นที่ เช่น เครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์ เครือข่ายแม่บ้านเกษตรกร เครือข่ายประชาคมตำบล ฯลฯ ที่มีการรวมตัวกัน เพื่อทำงานในกิจกรรมนั้นอย่างจริงจังระดับการสนับสนุนและประสานงาน (ทีมนำ) ได้แก่ เครือข่ายที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานระหว่างเครือข่ายและภาคีต่าง ๆ มีบทบาทในการส่งเสริมการทำกิจกรรมของเครือข่ายย่อยในพื้นที่ที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้ข้อมูลทางเลือกในกระบวนการทำงาน ซึ่งเครือข่ายในระดับนี้ อาจเป็นทั้งเครือข่ายเชิงพื้นที่ที่มีการทำงานครอบคลุมในระดับจังหวัดหรือภูมิภาค และ



เครือข่ายเชิงประเด็นที่ทำงานเฉพาะด้าน ตัวอย่าง เช่น การรวมตัวของเครือข่ายกลุ่มฮักเมืองน่าน ในจังหวัดน่าน เป็นต้น

2. ระดับการส่งเสริม หรือและการให้คำปรึกษา (ทีมหนุน) ได้แก่ เครือข่ายองค์กร สถาบัน และหน่วยงานหลักทางสังคมที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนให้เกิดกระบวนการพัฒนา และพัฒนาเป็น เครือข่าย เช่น การสนับสนุนและการเกิดขึ้นของเครือข่ายภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.) สถาบันพระปกเกล้า สภาพที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นต้น ซึ่งการส่งเสริมของเครือข่ายดังกล่าว จะเป็นลักษณะ ของการให้คำปรึกษาและให้แนวทางการปฏิบัติแก่เครือข่ายอื่น ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการ พัฒนาประเทศ ดังนั้น ลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น จึงเป็นไปในลักษณะของการให้คำปรึกษาเพื่อให้ เกิดผลสำเร็จมากกว่าการมีส่วนร่วมและการทำงานในเชิงลึก บทบาทและหน้าที่ของกลุ่มและเครือข่าย ดังกล่าว จะเห็นได้ว่ามีระดับการมีส่วนร่วมและมีบทบาทในการทำงานที่แตกต่าง เครือข่ายย่อยใน พื้นที่หรือเครือข่ายเชิงประเด็นเล็ก ๆ อาจพึ่งพาอาศัยเครือข่ายในระดับจังหวัดที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์ ประสานงาน และเครือข่ายในระดับจังหวัดนั้น ก็อาจให้การสนับสนุนทุน ข้อคิดเห็นตามกิจกรรมและ ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานกับองค์กร สถาบันที่ให้การสนับสนุนทุน ซึ่งเป็น ภาควิชาในระดับประเทศ และทุก ๆ เครือข่าย ทุกระดับกิจกรรม และระดับการมีส่วนร่วม อาจจะมีการ ประสานเชื่อมโยงความร่วมมือในมิติอื่นก็ได้ ซึ่งการกำหนดบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนจะช่วยให้กระบวนการ ทำงานของเครือข่ายบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ผลสัมฤทธิ์ของความเป็นเครือข่าย

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโธ (2547 : 106-108) ในกระบวนการทำงานของเครือข่าย นั้น สิ่งหนึ่งที่ได้รับนอกจากผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ ความร่วมมือและ ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ในที่นี้จะกล่าวถึง ผลสัมฤทธิ์ของความเป็นเครือข่ายที่ก่อให้เกิดกระบวนการ เรียนรู้และการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ดังนี้

1. เกิดกระบวนการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคลและผู้ที่เข้ามาดำเนินงาน ร่วมกับเครือข่าย สิ่งหนึ่งที่ถือว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้และเป็นทุนภายในตัวเอง คือ ทุกคนมีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์มากขึ้น หลังจากที่ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีการทำงานร่วมกัน โดยกระบวนการเรียนรู้นั้นจะช่วยให้บุคคลและองค์กรได้มีการปรับตัวในการแสวงหาความรู้ใหม่ วิธีการใหม่ และแนวร่วมใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลให้การทำงานในด้านต่าง ๆ ของเครือข่ายมี ประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การเพิ่มโอกาสในการแก้ไขปัญหา กลุ่มเครือข่ายจำนวนไม่น้อยเช่นกัน ที่พยายามผลักดันในการแก้ไขปัญหาภายในกลุ่มองค์กรของตน แต่ส่วนหนึ่งไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากปัญหาที่ประสบอยู่นั้นเป็นปัญหาที่สลับซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับกลุ่มองค์กรอื่นหรือปัญหาอื่น ๆ การรวมกลุ่มและการประสานงานกับภาคีที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการแก้ไขปัญหา เพราะ เป็นการระดมความคิดเห็น และความร่วมมือจากฝ่ายต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างเป็น รูปธรรม ซึ่งถ้าไม่มีการรวมตัวเป็นเครือข่ายแล้ว โอกาสในการแก้ปัญหานั้นอาจไม่ได้รับการตอบสนอง เพราะขาดแนวร่วมในการดำเนินงาน



3. เกิดการพึ่งพาตนเอง เมื่อเครือข่ายมีกระบวนการทำงานที่เข้มแข็งและสามารถแก้ไขปัญหาของเครือข่ายได้แล้ว เครือข่ายและสมาชิกในเครือข่ายก็สามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ โดยในการพึ่งพาตนเองนั้น เป็นทั้งการพึ่งพาในเรื่องของทุน ทรัพยากร ความรู้ และการจัดการ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมและการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายที่ต่อเนื่อง ตัวอย่าง เช่น กลุ่มเกษตรกรที่ทำงานด้านเกษตรกรรมทางเลือกและเกษตรอินทรีย์ที่ร่วมกันผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลอดสารเคมี ให้แก่ผู้บริโภค และพัฒนากลุ่มตนเองเป็นเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก ที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ทั้งในด้านเศรษฐกิจ และสังคม

4. เกิดการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น ในสังคมไทยเครือข่ายที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่นั้น มักจะเป็นเครือข่ายในเชิงพื้นที่ ที่ภาคประชาชนได้ร่วมกันก่อตัวขึ้น โดยมองเห็นความสำคัญในการแก้ไขปัญหาในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็น ดิน น้ำ ป่า ลุ่มน้ำ ซึ่งถ้าหากไม่มีการรวมกลุ่มกัน กระบวนการดังกล่าวอาจไม่เกิดขึ้น และสุดท้ายก็กลายเป็นปัญหาที่ยากต่อการแก้ไข ดังนั้น การรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย จึงถือได้ว่าเป็นความสำเร็จของเครือข่ายในการที่จะร่วมกันพัฒนาและจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่น ซึ่งเครือข่ายเพื่อการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่นนี้มีพลังขับเคลื่อนในหลาย ๆ พื้นที่ เช่น เครือข่ายสิ่งแวดล้อมใน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง เครือข่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชาวบ้านหินกรดและบ้านบ่อนอก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น

5. เกิดกระบวนการผลักดันเชิงนโยบาย ปัจจุบันประเด็นปัญหาสาธารณะจำนวนมากน้อยที่เกิดขึ้นและสามารถนำไปสู่ข้อยุติด้วยพลังของเครือข่ายและการจัดการในเชิงนโยบาย ตัวอย่างเช่น การรวมตัวกลุ่มองค์กรเครือข่ายที่ทำงานในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่พยายามผลักดัน พ.ร.บ. ป่าชุมชนฉบับประชาชนให้มีการนำเสนอต่อการพิจารณาของรัฐสภา และการจัดทำมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศเป็นต้น กระบวนการดังกล่าวถือได้ว่าเป็นพลังของเครือข่ายในการร่วมผลักดันประเด็นปัญหาในเชิงนโยบาย เพราะว่าปัญหานั้นมีความเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ซึ่งบางครั้งไม่สามารถที่จะแก้ไขด้วยพลังของเครือข่ายและชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น การเชื่อมประสานกับเครือข่ายและภาคีอื่น ๆ จะทำให้เครือข่ายมีอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้น และถ้ายังมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอข้อเท็จจริงอย่างถูกต้องแล้ว กระบวนการนั้นก็จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในเชิงนโยบายได้

6. เกิดอำนาจหรือพลัง อำนาจที่แฝงอยู่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มองค์กร และเครือข่าย อำนาจหรือการต่อรองนี้จะไม่มีการเกิดขึ้นได้หากไม่มีการรวมกลุ่มองค์กรต่าง ๆ เข้าด้วยกัน พลังอำนาจของการรวมกลุ่มบางครั้งอาจไม่ส่งผลที่เป็นรูปธรรมโดยตรง แต่เป็นพลังหรือประโยชน์ในทางอ้อมที่บรรดากลุ่มหรือเครือข่ายอื่น ๆ ให้ความเกรงใจและสามารถนำมาเป็นการต่อรอง ในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองได้ ผลสัมฤทธิ์ของเครือข่ายดังกล่าวนี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของความสำเร็จในทางตรง คือ ความสามัคคีที่มีต่อกันของสมาชิกและผู้คนในสังคม ดังนั้น ไม่ว่าเครือข่ายจะมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายของตนเองอย่างไร สิ่งที่ทุกเครือข่ายควรดำเนินการอย่างยิ่ง คือการสร้างความเป็นมิตรภาพและการพึ่งพาอาศัย ซึ่งปัจจัยทั้งสองประการดังกล่าว จะช่วยให้งานหรือภารกิจของเครือข่ายบรรลุผลสำเร็จตามที่คาดหวัง

สรุป เครือข่าย คือ ความสัมพันธ์ของบุคคลกับบุคคลในชุมชนที่ไม่มีที่สิ้นสุด เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดประโยชน์ต่อตนเองและกลุ่ม เป็นความสัมพันธ์แบบแนวดิ่ง และส่วนใหญ่เป็นแบบแนวนอน มีลักษณะเป็นกลุ่มไม่กำหนดจำนวนบุคคล ได้แก่ กลุ่มคนบ้านเดียวกัน



กลุ่มเครือญาติ กลุ่มผู้ร่วมอาชีพ กลุ่มผู้มีความเชื่อค่านิยมและอุดมการณ์เดียวกัน กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มนักการศึกษา กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้มีภูมิปัญญา กลุ่มผู้ใช้ภาษาสื่อสารเดียวกัน กลุ่มผู้อยู่ในช่วงวัยเดียวกัน และกลุ่มผู้พึ่งพาอาศัยกัน บางกลุ่มรวมกลุ่มกันเอง บางกลุ่มก่อตั้งโดยรัฐ บางกลุ่มก่อตั้งโดยนักการเมือง ทุกกลุ่มทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ให้และผู้รับ ไม่มีข้อบังคับ ไม่มีกำหนดระยะเวลา ส่วนใหญ่สมัครใจไม่มีรูปแบบและองค์ประกอบตายตัวมีความยืดหยุ่น ไม่มีเงินเดือน ไม่มีค่าจ้าง ไม่มีค่าแรง และไม่มีค่าตอบแทน แต่บางกลุ่มมีเงินเดือน มีค่าจ้าง มีค่าแรงและมีค่าตอบแทน ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการทำหน้าที่เป็นไปตามกลไกของธรรมชาติและแบบแผนทางวัฒนธรรม ระดับครอบครัว ระดับชุมชน ระดับชาติรวมทั้งระดับโลก การเข้าร่วมกิจกรรมจะทำกิจกรรมเฉพาะกิจเฉพาะงาน เมื่อสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการก็จะยุติ แต่จะไม่ยุติแบบถาวร หากภายหลังมีกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองก็จะมีกรรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมร่วมกันอีกครั้งหนึ่ง และครั้งต่อ ๆ ไป และเป็นเช่นนี้จนสิ้นอายุไข

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม

การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการดำเนินงานในลักษณะต่าง ๆ เพื่อจัดเก็บ วิเคราะห์หรือตีความหมาย และแปลผลข้อมูล หรือความรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง รวมถึงการนำข้อมูลหรือความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน จัดทำมาตรการ ดำเนินการและประเมินผลการดำเนินการเพื่อป้องกัน แก้ไข หรือบรรเทาปัญหาทางวัฒนธรรม (ธนรัช ผลิตพันธ์ และคณะ. 2525 : 26)

การสร้างสรรค์วัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการดำเนินกิจกรรมวัฒนธรรมทางเล็ก โดยเน้นการนำคุณค่าและความหมาย มาปรับหรือประยุกต์ใช้ หรือ การสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ อันจะนำไปสู่การเชื่อมโยงการพัฒนาในชุมชน ท้องถิ่น และประเทศ การดำเนินงานเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม เป็นการดำเนินงานที่มีกระบวนการอย่างเป็นระบบ และมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ผู้รับผิดชอบการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม อาจเป็นหน่วยงาน องค์กร สถาบัน คณะหรือกลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบ หรือเป็นอาสาสมัครวัฒนธรรม เข้าร่วมดำเนินงานเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม
2. วิธีดำเนินการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม เป็นการดำเนินงาน ตามกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นต้องเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาธิปไตย และการวางแผนดำเนินการอย่างเป็นระบบ เช่น
 - 2.1 การติดตามและตรวจสอบสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลง ทางสังคมวัฒนธรรม ในทางที่ดี (เชิงบวก) และในลักษณะที่เปี่ยงเบน (เชิงลบ)
 - 2.2 การแจ้งข่าวหรือเตือนภัยแก่สังคม
 - 2.3 การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมและเครือข่ายการดำเนินงาน
 - 2.4 การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม และการเลือกรับปรับใช้วัฒนธรรม
 - 2.5 การนำข้อมูลการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมไปใช้ประโยชน์



2.6 การติดตามและประเมินผลการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมเป็นการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม เพื่อให้ทราบว่าการดำเนินงานบรรลุผลสัมฤทธิ์ อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ เพียงใด จำเป็นต้องมีการแก้ไข ปรับปรุงแนวทางวิธีการหรือมาตรการในการ ดำเนินงานอะไร หรือไม่ อย่างไร

นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้อง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) วิสัยทัศน์การ พัฒนา ฉบับที่ 11 การจัดทำแผนพัฒนาประเทศในระยะต่อไปต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ปี พ.ศ. 2570 โดยกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนาที่มีลำดับความสำคัญสูงในช่วง ระยะ 5 ปีของแผน ฯ ดังนั้นกรอบทิศทางของแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 11 จึงประกอบด้วยวิสัยทัศน์และ พันธกิจ ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และ มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง”

2. พันธกิจ

2.1 สร้างสังคมเป็นธรรมและเป็นสังคมที่มีคุณภาพ ทุกคนมีความมั่นคงในชีวิต ได้รับการคุ้มครองทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร และกระบวนการยุติธรรมอย่างเสมอภาค ทุกภาคส่วนได้รับการเสริมพลังให้สามารถมีส่วนร่วม ในกระบวนการพัฒนา ภายใต้ระบบบริหารจัดการภาครัฐที่โปร่งใส เป็นธรรมหน้า 47 เล่ม 128 ตอน พิเศษ 152 ง ราชกิจจานุเบกษา 14 ธันวาคม 2554

2.2 พัฒนาคุณภาพคนไทยให้มีคุณธรรม เรียนรู้ตลอดชีวิต มีทักษะและการ ดำรงชีวิตอย่างเหมาะสมในแต่ละช่วงวัย สถาบันทางสังคมและชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง สามารถ ปรับตัวรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง

2.3 พัฒนากิจการการผลิตและบริการให้เข้มแข็งและมีคุณภาพบนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา สร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ปรับโครงสร้างการผลิต และการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความ มั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม

2.4 สร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สนับสนุน การมีส่วนร่วมของชุมชน รวมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติองค์กรชุมชนหนึ่ง ๆ โดยทั่วไปมีองค์ประกอบที่ทำให้การรวมตัวกัน เป็นองค์กรชุมชนดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย (โกลด์ ซอบชินชม. 2540 – 2541 : 53)

2.4.1 การมีอุดมการณ์ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน ซึ่งอุดมสมบูรณ์จะเป็นตัวยึดเหนี่ยวสมาชิกให้มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มได้อย่างมั่นคง

2.4.2 การมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน เช่น มีเป้าหมายที่ต้องการหลุดพ้นจากความยากจน สร้างฐานะทางเศรษฐกิจ สร้างอำนาจการต่อรองทางการเมืองอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2.4.3 การมีผลประโยชน์ร่วมกันและมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

2.4.4 สมาชิกขององค์กรชุมชน ประกอบด้วย



2.4.4.1 ผู้นำ ที่จะนำพาให้องค์กรชุมชนอยู่รอดและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ซึ่งอาจเป็นผู้นำทางความคิด ผู้นำทางศีลธรรม ผู้นำทางอาชีพ ผู้นำทางการพูด ผู้นำที่สามารถประสานกับราชการและภายนอกชุมชน เป็นต้น

2.4.4.2 สมาชิก ที่จะร่วมมือและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งทางความคิด การวางแผน การตัดสินใจ และการติดตามประเมินผล

2.4.4.3 ชาวบ้านทั่วไป ซึ่งมีผลต่อการดำรงอยู่และความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่เฝ้าดู ติดตาม และวิพากษ์วิจารณ์ รวมทั้งพร้อมที่จะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมกับองค์กรชุมชน

2.4.5 การบริหารจัดการ ได้แก่ การตัดสินใจของคนในองค์กรเรื่องที่สำคัญ ๆ โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ชัดเจน กฎกติการ่วมกันเพื่อลดข้อขัดแย้งของคนที่มารวมตัวกัน การสื่อสารระหว่างผู้นำกับสมาชิก การควบคุมตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอและโปร่งใส

2.4.6 กิจกรรมในแต่ละชุมชน จะมีความหลากหลายแตกต่างกัน ดังนี้

2.4.6.1 กิจกรรมด้านเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ ปุ๋ย ธนาคารข้าว กลุ่มทอผ้า สหกรณ์ ปั้นน้ำมัน ศูนย์สาธิตการตลาด ฯลฯ

2.4.6.2 กิจกรรมด้านเกษตร เช่นเกษตรผสมผสาน ไร่นาสวนผสม ข้าวปลอดสารเคมี ฯลฯ

2.4.6.3 กิจกรรมด้านการเมือง เช่น สมัชชาคนจน ดำเนินงานต่อรองปัญหาขัดแย้งด้านที่ทำกิน ฯลฯ

2.4.6.4 กิจกรรมด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น การระดมทุนทอดผ้าป่า การร่วมแก้ปัญหาจราจรของชมรม จส.100

2.4.6.5 กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ป่าชุมชน การฟื้นฟูลุ่มน้ำ การแก้ปัญหาขยะงบประมาณ การดำเนินกิจกรรมใด ๆ จะต้องมีการระดมทุนทั้งจากภายในและภายนอกชุมชนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานขององค์กรชุมชน องค์ประกอบสำคัญขององค์กรชุมชนข้างต้น แสดงให้เห็นเพียงว่า ชุมชนนั้นมีอะไรบ้างเท่านั้น แต่ไม่ได้แสดงถึงความเข้มแข็งหรืออ่อนแอของชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนพิจารณาจากความสัมพันธ์หรือความร่วมมือของสมาชิกชุมชน ตามบทบาทหน้าที่ของชุมชนพิจารณาจากความสัมพันธ์หรือความร่วมมือของสมาชิกชุมชนตามบทบาทหน้าที่ในสังคมชุมชน ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างทางสังคมของชุมชน ที่มีความสัมพันธ์แนบแน่นหรือแนวนอน ทำให้เกิดความร่วมมือ พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน รวมทั้ง สามารถพัฒนาความร่วมมือของคนในชุมชนได้อย่างกว้างขวาง ขณะเดียวกันยังเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เรียนรู้และแสดงศักยภาพอย่างมีอิสระ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในทุกด้าน จนพัฒนาเป็นภูมิปัญญาของชุมชน ที่จะป็นฐานการสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนยิ่งขึ้น แต่ถ้าโครงสร้างทางสังคมของชุมชนเป็นแนวดิ่งจะทำให้ชุมชนเกิดความอ่อนแอเพราะระบบความสัมพันธ์เป็นลักษณะการสั่งการ ใช้อำนาจหรือการบังคับ ไม่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมคิด ตัดสินใจตามศักยภาพ และความต้องการของตนเท่าที่ควร

กลุ่มผู้นำท้องถิ่นจังหวัดพิษณุโลก (กฤษณา วงษาสันต์. 2542 : 273) ได้กล่าวถึงลักษณะของชุมชนเข้มแข็งว่า เป็นชุมชนที่มีผู้นำที่ดี โปร่งใส และตรวจสอบได้ ประสานงานดีผู้นำที่ดีต้องเป็นผู้ตามที่ดี ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีประชาธิปไตย มีกฎระเบียบกติกาที่ชัดเจนและต้องปฏิบัติตาม มีการศึกษาและวัฒนธรรมดี ได้รับและติดตามข่าวสารข้อมูลข่าวสารสม่ำเสมอ



การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว มีกลุ่มอาชีพเข้มแข็งและมั่นคง มีอาชีพสุจริตและโปร่งใสมีรายได้ต่อเนื่อง และยั่งยืน สามารถพึ่งตนเองได้โดยการออมซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกัน เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในชุมชน สาธารณสุขชุมชนมุ่งเพื่อสุขภาพประกอบดี ปลอดภัยปลอดสิ่งเสพติดอบายมุข ส่งเสริมกีฬา เพื่อให้เกิดความสามัคคี มีการทำกิจกรรมร่วมกัน มีความเสมอภาคด้านความคิด มีการแสดงออกด้านอาชีพร่วมกัน อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสม่ำเสมอ สิ่งที่เขาได้ คือ ต้องมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

โครงการวิถิธรรม (2542 : 35) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบ 8 ประการในการสร้างชุมชนที่มีความมั่นคงทางสังคม คือชุมชนต้องมีองค์การการเงินของตนเองที่มีอิสระไม่ถูกครอบงำสามารถจัดสรรบุคลากรที่เป็นคนดีและลงมือปฏิบัติจริง เหมาะกับงานในหน้าที่นั้นมีระบบการจัดการโปร่งใสตรวจสอบได้ โดยประยุกต์ใช้ระบบบัญชีสากลและเชื่อมโยงกับทะเบียนต่าง ๆ มีความเข้าใจในการเชื่อมโยงของกฎหมายกับองค์กรของตน เพื่อประโยชน์ในการทำนิติกรรมต่าง ๆ มีความรู้เรื่องการตลาดลึกพอควรมีความสามารถในการพัฒนาวัตถุดิบเพื่อการตลาดนั้น ๆ โดยความรู้เรื่องการตลาดและการพัฒนาวัตถุดิบ สถาบันการศึกษาควรเข้ามาสนับสนุนเพื่อสามารถขายสินค้าได้มีความสามารถในการจัดสรรผลประโยชน์ครบวงจร โดยเน้นสวัสดิการตลอดชีวิตมีความสามารถในการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับองค์กรอื่น ๆ โดยการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนของชุมชน (2542 : 77 – 81) ประกอบด้วยระบบต่าง ๆ ในชุมชน ดังนี้ระบบคุณค่า เน้นการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ธรรมชาติและคุณธรรม โดยสร้างกฎระเบียบสังคมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และการถ่ายทอดการเรียนรู้ระบบเรียนรู้เฉพาะด้านโดยต้องเชื่อมโยงความรู้ทุกส่วนเข้าด้วยกันระบบเกษตรยั่งยืน โดยทำการเกษตรที่ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีธรรมชาติ เช่น เกษตรผสมผสานระบบทุนชุมชน ส่งเสริมการสะสมทุนโดยใช้รูปแบบและวิถีทางวัฒนธรรมในการระดมทุนบริหารจัดการจัดกฎเกณฑ์และกฎระเบียบต่างๆระบบธุรกิจชุมชน โดยการจัดด้านการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มผลิตผลของชุมชน และลดต้นทุนสินค้าอุปโภคที่ชุมชนผลิตเองไม่ได้ และจัดระบบและเปลี่ยนผลผลิตของชุมชนต่อชุมชน ผู้ผลิตกับผู้บริโภคระบบอุตสาหกรรมชุมชน เน้นการพึ่งตนเองในการผลิตแปรรูปอาหารและผลผลิตเพื่ออุปโภคบริโภคระบบสิ่งแวดล้อม เป็นระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อชีวิต เช่น ดิน ป่า อากาศ ถนนศูนย์กลางชุมชนระบบสวัสดิการชุมชน โดยใช้หลักประกันความมั่นคงในชีวิตร่วมกัน โดยการจัดสรรค่ารักษาพยาบาล บำนาญ ตลอดจนการช่วยเหลือที่ดินทำกินให้แก่ผู้ไม่มีที่ดินระบบรักษาสุขภาพของชุมชน โดยใช้การแพทย์แผนไทย เน้นการสร้างเสริมสุขภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบเกษตรยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมชุมชนระบบการจัดการของชุมชน เป็นการสร้างสถาบันทางสังคมเพื่อจัดการระบบข้างต้นทั้ง 9 ระบบ ให้มีทิศทางการจัดการเดียวกัน

สุชาติ เกตุยา (ลีลาภรณ์ นาครทรรพ. 2541 : 239 ; อ้างอิงมาจาก สุชาติ เกตุยา. 2542 : 41-43) ได้เสนอกรอบสำหรับเครื่องชี้วัดองค์กรชุมชนเข้มแข็ง 4 หัวข้อหลัก สรุปดังนี้ภูมิปัญญา ระบบความเชื่อ ระบบคุณค่า ระบบความคิดของชุมชนการจัดการกลุ่มหรือองค์กรชุมชน กระบวนการเรียนรู้และการขยายเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชนผลกระทบจากการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรชุมชน

ภูมิปัญญาในชุมชน หมายถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับการดำรงชีวิตของคนในชุมชน เช่น การทำมาหากิน การจัดการเกี่ยวกับปัจจัยสี่ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค เป็นต้น เป็นบ่อเกิดของพฤติกรรมของบุคคลและสังคม ซึ่งถูกถ่ายทอดมาเป็นระบบความเชื่อ



ระบบคุณค่า ระบบความคิดของสมาชิกในชุมชน รูปแบบการถ่ายทอดอาจมีทั้งถูกบันทึกเป็นตำรา คู่มือต่าง ๆ เช่น สมุดข่อย ใบลาน ตำรายาสมุนไพร ฯลฯ หรือถ่ายทอด โดยการบอกเล่าตามความทรงจำ หรือยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวเชื่อมโยงคนในชุมชนไว้ด้วยกัน ซึ่งมีข้อสรุปที่น่าสนใจว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ได้แก่ ดิน น้ำ ลม ไฟ ป่า เขา สิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ซึ่งจัดได้เป็น 4 หมวดหมู่ คือ ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย การทำมาหากิน วิถีชีวิต ยาสมุนไพร และการรักษาโรคต่าง ๆ

ส่วนกลุ่มหรือองค์กรชุมชน ถือเป็นกลไกที่สำคัญยิ่งในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน เพราะองค์กรดังกล่าวคือรูปแบบของการรวมตัวทางสังคมที่ทำให้เกิดอำนาจทางสังคมที่จะต้องถ่วงดุลกับอำนาจรัฐและอำนาจเงิน

สำหรับกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนนับว่าเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็งได้ เนื่องจากยกระดับความสามารถในการคิดวิเคราะห์ปัญหา สาเหตุปัญหาทางเลือกของการแก้ไขปัญหา การตัดสินใจเลือกทางเลือกในการแก้ไขปัญหา และการสรุปบทเรียน กระบวนการดังกล่าวครอบคลุมทั้งเรื่องการปลูกจิตสำนึกของคน ในการที่จะมุ่งมั่นและพึ่งตนเอง และเรื่องของการพัฒนาความรู้ และทักษะในการจัดการกับปัญหาใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเท่าทันการเปลี่ยนแปลง ซึ่งกิจกรรมหลักในการพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชนประกอบด้วย 1) การศึกษาดูงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลใหม่อันจะนำมาซึ่งการสร้างภูมิปัญญาและ 2) เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้อันเป็นเครื่องมือในการ “ระดมสมอง” ของชาวบ้านในการคิดวิเคราะห์ข้อมูลใหม่ร่วมกัน และในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพิ่มเติมจากกันและกัน ทั้งชุมชนและระหว่างชุมชน

ประเวศ วะสี (2545 : 55) ได้กล่าวว่า หัวใจของความยั่งยืนของชุมชน ชนบทมี 3 ประการ คือ องค์กรชุมชน องค์ความรู้ และกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนโดยองค์กรชุมชน หมายถึง องค์กรที่ชาวบ้านตั้งขึ้นเอง มีทั้งข้าราชการตั้งให้ทำให้มีการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องโดยชาวบ้านและเพื่อชาวบ้าน มีใช้ทางราชการตั้งให้ทำให้มีบทบาทการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องโดยชาวบ้านและเพื่อชาวบ้าน จึงสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อแก้ปัญหาความยากจน รวมทั้งเมื่อเผชิญภาวะวิกฤต องค์ความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ พืชพันธุ์ สัตว์ในท้องถิ่น วัฒนธรรม การอาชีพ การใช้เทคโนโลยีปัญหาและการแก้ปัญหากระบวนการเรียนรู้ แม้ชุมชนจะมีความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นตนเอง แต่ถ้าปราศจากกระบวนการเรียนรู้ก็จะไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพ กระบวนการเรียนรู้นี้มีใช้หมายถึงการทบทวนหรือรับความรู้สำเร็จรูป แต่หมายถึง กระบวนการในการวิเคราะห์ปัญหา การวินิจฉัยปัญหา การวิเคราะห์ทางเลือก และการตัดสินใจและการตัดสินใจทางเลือกที่ถูกต้อง ซึ่งการมีองค์กรและความรู้จะช่วยทำให้กระบวนการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วิจารณ์ พานิช (2544 : 17-18) ได้กล่าวว่า ความเข้มแข็งของชุมชน – ท้องถิ่นจะเกิดขึ้นได้ต้องมีการร่วมมือประสานงานกันระหว่างการค้าและการดำเนินการ 2 ด้านคือ ด้านกระแสนล่าง ดำเนินในชุมชนท้องถิ่น กับด้านกระแสนบน ดำเนินการระดับประเทศเพื่อพัฒนาระบบและกฎระเบียบต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการดำเนินการภายในชุมชน-ท้องถิ่น ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการในท้องถิ่น ทั้งสองกระแสจะต้องเกื้อกูลส่งเสริมกัน ความเข้มแข็งจึงจะเกิดขึ้นได้



ด้านกระแสนล่าง การรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมและเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน และเพื่อเรียนรู้ร่วมกัน จะต้องมองกิจกรรมเหล่านี้ทั้งที่จัดกระบวนการและผลลัพธ์ สำหรับผลลัพธ์มอง ทั้งผลต่อการเรียนรู้และผลต่อการสร้างโอกาสและการแก้ปัญหา จุดสำคัญอีกประการหนึ่งคือ จะต้องไม่ใช่กลุ่มที่เกิดจากการจัดตั้งจากภายนอก และต้องไม่ใช่ทำแยกกันเป็นกลุ่มเท่านั้น จะต้องไม่ใช่กลุ่มที่เกิดจากการจัดตั้งภายนอก และต้องไม่ใช่ทำแยกกันเป็นกลุ่ม ๆ เท่านั้น จะต้องเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเป็นเครือข่าย และใช้ความรู้จากภายนอกอย่างฉลาดรู้เท่าทันว่าความรู้หรือเทคโนโลยีใด เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมต่อสภาพของชุมชนท้องถิ่น ฐานความรู้ (สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย นักวิจัย) ภายในท้องถิ่นหรือภายในประเทศเข้าไปเสริมกิจกรรมไม่ใช่เข้าไปนำ และที่สำคัญจะต้องมอง ชุมชนที่เชื่อมโยงกับภายนอก ไม่มองชุมชนแบบโดดเดี่ยวหรือแยกออกจากสังคมภายนอก

เมื่อดำเนินกิจกรรมไประยะหนึ่งจะพบว่า ระบบใหญ่ของประเทศอันได้แก่กฎหมาย ระบบการบริหารหรือพัฒนาประเทศ บางส่วนเอื้อต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบางส่วนเป็นอุปสรรค กระแสนล่างจะต้องส่งเสียงเสนอแนะด้วยวิธีต่างๆ เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับ หรือรูปแบบการบริหารจัดการระดับประเทศเพื่อให้เอื้อต่อการสร้างความเข้มแข็งของ ชุมชน-ท้องถิ่น

กระแสนล่างจะต้องทำงานเชื่อมโยงกับกลไกหรือกระแสการเปลี่ยนแปลง ระดับประเทศและระดับโลก โดยเชื่อมโยงในลักษณะของการแลกเปลี่ยนสองทาง คือ ชุมชน-ท้องถิ่น เป็นทั้งผู้รับและผู้ให้ และกลไกการเปลี่ยนแปลงระดับประเทศหรือระดับโลก ก็เป็นทั้งผู้และผู้รับ ชุมชน-ท้องถิ่นดำเนินการคัดเลือก กลั่นกรองปรับปรุง ข้อมูลความรู้ทั้งเทคโนโลยีที่ได้รับจากกลไก ระดับประเทศหรือระดับโลก เพื่อนำมาใช้สร้างความเข้มแข็งของชุมชน-ท้องถิ่นให้เหมาะสมต่อ สถานการณ์ของชุมชน-ท้องถิ่น ในขณะเดียวกันกับชุมชน-ท้องถิ่น ก็ร่วมมือกับภาครัฐระดับประเทศหรือ ระดับโลก ร่วมกันส่งเสียงเรียกร้องเสนอแนะให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบหรือระเบียบที่กดขี่หรือเป็น อุปสรรคต่อการพัฒนาชุมชน-ท้องถิ่น จะเห็นว่าชุมชน-ท้องถิ่นจะต้องมีแนวร่วมทั้งที่เป็นชุมชน -ท้องถิ่น ด้วยกันเอง และแนวร่วมที่เป็นกลไกของการเปลี่ยนแปลงระดับชาติและระดับโลกด้วย

ด้านกระแสลบนเพื่อส่งเสริมการดำเนินการของกระแสนล่าง ในระดับประเทศจะต้อง ส่งเสริมให้มีการสังเคราะห์ภาพรวมของกระแสชุมชน-ท้องถิ่นของประเทศ เพื่อส่งเสริมให้เกิด “ความ พอดี” ทั้งนี้กระแสชุมชน-ท้องถิ่นจะต้องมีชุดโองานละเอียดความเป็นสังคมเดียวกัน ประเทศเดียวกัน การจัดการทรัพยากรของประเทศจะต้องหนุนกระแสนล่าง เพื่อดำเนินกิจกรรมในท้องถิ่น สร้าง ความเข้มแข็งของชุมชน-ท้องถิ่นอย่างเหมาะสม รวมทั้งจะต้องมีการพัฒนากฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของประเทศและของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้เอื้อต่อการสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน-ท้องถิ่น ตลอดจนข้าราชการจะต้องเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงาน ให้สอดคล้องกับหลักการ พื้นที่ ภารกิจ และ การมีส่วนร่วม (Area-Function-Participation : AFP) และเปลี่ยนจากการทำตัวเป็นผู้รู้ ผู้กำหนด กิจกรรม ไปเป็นผู้ส่งเสริมอำนวยความสะดวกให้แก่การรวมตัวทำกิจกรรมในชุมชนเป็นต้น

เสน่ห์ จามริก (สุชาติ เกตยา. 2542 : 56 ; อ้างอิงมาจาก เสน่ห์ จามริก. ม.ป.ป.) ได้เสนอว่าในด้านตัวชี้วัดรูปธรรมในการพึ่งตนเองและการพัฒนาที่ยั่งยืนของชนบทนั้นต้อง ประกอบไปด้วย 2 มิติใหญ่ ๆ คือ



1. มิติที่มองที่ครอบคลุมความคิดเป็นตัวชี้วัด คือใช้ปัจจัยภายในชุมชนร่วมกับการจัดการทรัพยากรภายในท้องถิ่น จึงให้ความสำคัญกับเกษตรทางเลือก เกษตรธรรมชาติและไม่แยกเรื่องสภาพแวดล้อมกับเกษตรเป็นคนละเรื่อง แม้แต่เรื่องป่าชุมชน

2. มิติของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันกับกับชุมชนภายนอก ในเรื่องตลาดกลุ่มผู้บริโภค ตลาดในชุมชน การสร้างเครือข่ายในเชิงการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในทางเศรษฐกิจ

อรรถัย อาจอำ (2543 : 7-9) ได้สรุปบทเรียนจากการศึกษาชุมชน 2 แห่งที่จังหวัดน่านและจังหวัดมหาสารคามว่า ปัจจัยที่ทำให้ชุมชนหรือองค์กรชุมชนหรือหมู่บ้านมีความเข้มแข็งมีดังนี้

1. ชาวบ้านและผู้นำมีจิตสำนึกและความตระหนักต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือหมู่บ้านของตน และยังมองเห็นถึงความสำคัญของการที่จะต้องแก้ปัญหา รวมทั้งมีความปรารถนาที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้นด้วยตนเอง

2. ชาวบ้านหรือสมาชิกในชุมชนมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนหรือกลุ่มหรือองค์กร หรือของชุมชนว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้

3. มีการระดมความคิดของคนทุกฝ่าย หรือมีการเปิดกว้างให้สมาชิกทุกคนในชุมชนได้เข้ามาส่วนร่วมและมีบทบาทต่าง ๆ ในทุกขั้นตอน

4. มีการลงมือดำเนินการในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง และพบว่าโดยส่วนใหญ่ปัญหาเหล่านั้นมักจะได้รับการแก้ไขหรือมีการจัดการในรูปแบบต่าง ๆ เกิดขึ้น ทำให้ชาวบ้านและสมาชิกในชุมชนเกิดความภูมิใจมีความมั่นใจในพลังและความสามารถของตนเองและของกลุ่ม หรือของชุมชนของตน

5. ชาวบ้านและชุมชนมีระบบการจัดการด้านต่าง ๆ ที่ดี และมีความรู้รอบด้านทั้งการเงิน บุคลากร องค์กร ฯลฯ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถ ความฉลาดหลักแหลม และการมีภูมิปัญญาของชาวบ้าน

6. โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่จัดทำขึ้นสามารถตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของสมาชิกหรือของชาวบ้านได้อย่างแท้จริง (หรือตอบสนองได้ค่อนข้างมาก และหรือเป็นที่พอใจของชาวบ้าน)

7. มีการเข้าร่วมของสมาชิกในชุมชนหรือหมู่บ้านกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากกิจกรรมหรือโครงการหรือสิ่งที่ชาวบ้านกลุ่มเล็ก ๆ หรือกลุ่มผู้ริเริ่มรวมกันลงมือทำนั้นประสบผลสำเร็จ

8. มีการจัดสรรผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นธรรม และมีความเท่าเทียม

9. มีความโปร่งใสในเรื่องการบริหารจัดการต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเงิน นอกจากนี้ยังมีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายต่างๆ อย่างเป็นระบบสามารถตรวจสอบได้และมีมาตรฐานเชื่อถือได้

10. ผู้นำมีศักยภาพ มีความสามารถ มีภูมิปัญญา มีวิสัยทัศน์ และเป็นพึงของชาวบ้านได้

1. ผู้นำทำงานด้วยความเสียสละอดทนไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตน และที่สำคัญยิ่งก็คือผู้นำมีอาชีพและการทำมาหากินที่สุจริต เปิดเผย และไม่มีพฤติกรรมใด ๆ ที่ทำให้ชาวบ้านไขว่คว้าจะเป็นผู้นำด้านการพัฒนาชุมชนหรือจะเป็นผู้รับเหมาก่อสร้าง มีจิตใจที่เปิดกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็น



ของผู้อื่นหรือพร้อมที่จะเรียนรู้จากคนอื่นอยู่ตลอดเวลา และยอมรับการทำงานร่วมกับนักวิชาการที่สนใจเรื่องการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้นำบางคนมีอุดมการณ์และมีนโยบายในการทำงาน เพื่อการพัฒนาคนและการส่งเสริมระบบประชาธิปไตยทางตรงอย่างชัดเจน มีผลให้ชุมชนนั้นมีความตื่นตัวและชาวบ้านมีความเข้มแข็งมากขึ้นเป็นเงาตามตัว และคาดว่าจะจะเป็นชุมชนที่มีการเรียนรู้ซึ่งกันและกันในบรรดาสมาชิกของชุมชนที่เข้าร่วมกระบวนการในการพัฒนาชุมชนร่วมกันต่อไปในอนาคตด้วย

12. ชาวบ้านและชุมชนมีความต้องการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นกลุ่มก้อนและมีความต้องการที่จะช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกันระดับหนึ่ง หรืออาจกล่าวได้ว่าชาวบ้านหรือสมาชิกในชุมชนหรือหมู่บ้านนั้นให้คุณค่าของการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มก้อน รวมทั้งให้คุณค่าของการช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันด้วย

13. ชุมชนมีความสามัคคีปรองดองกัน ทั้งที่หมายถึงว่าชุมชนอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการมีระบบการแบ่งสรรผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ชุมชนได้รับมาอย่างเป็นธรรมนั่นเอง

14. มีการศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันและกันคนหรือกลุ่มหรือภาคีอื่นๆ อย่างมีสติไตร่ตรองและรู้เท่าทัน ทั้งรู้เท่าทันตนเองและรู้เท่าทันปัญหาการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลาและมีความพยายามที่จะร่วมกันนำพา “นาวา” ของตนไปให้ตลอดรอดฝั่ง

15. มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงข้อผิดพลาดต่างๆ ของกลุ่มหรือองค์อยู่เสมอหรือมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพัฒนาระบบต่าง ๆ ของกลุ่ม องค์กร และชุมชน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของสมาชิกในชุมชนได้ดีขึ้น และเป็นที่พึงพอใจของคนส่วนใหญ่

16. องค์กรและคณะผู้บริหารขององค์กรหรือกลุ่มมีการรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะและคำวิจารณ์ต่าง ๆ จากสมาชิก หรือจากชาวบ้านอยู่เสมอ หรือมีการเปิดใจรับฟังข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ เหล่านั้น รวมทั้งนำเข้ามากำหนดเป็นแนวทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือกลุ่มให้ดีขึ้นหรือมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

17. ชาวบ้านและสมาชิกของกลุ่มและองค์กรต่างๆ ในชุมชนได้รับหรือสามารถเข้าถึงข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่อย่างสม่ำเสมอ และมีระบบของการไหลเวียนข่าวสารข้อมูลที่ดี สามารถเข้าถึงกลุ่มประชากรวัยต่าง ๆ ในชุมชนได้อย่างทั่วถึง หรืออีกนัยหนึ่งหมายความว่า จะต้องไม่มีช่องว่างของการติดต่อสื่อสารภายในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องไม่มีช่องว่างของการติดต่อสื่อสารระหว่างคณะกรรมการของกลุ่มและผู้มีอำนาจในชุมชนหรือกลุ่มองค์กรต่างๆ กับสมาชิกกลุ่มหรือกับชาวบ้านทั่วไป

18. ชาวบ้านหรือสมาชิกมีความชัดเจนในเป้าประสงค์หรือสิ่งที่ต้องการร่วมกันในระดับหนึ่ง เช่น การปลอดจากยาเสพติด การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การต่อสู้กับปัญหาภัยแล้ง

19. ชาวบ้านหรือสมาชิกมีความสนใจเอาใจใส่การดำเนินงานของกลุ่มหรือองค์กรอยู่เสมอ หมั่นเข้าประชุม ติดตามความเคลื่อนไหวไม่ปล่อยปละละเลย และคอยเสนอแนะความคิดเห็นต่างๆ เพื่อช่วยกันปรับปรุงการทำงานของกลุ่มหรือองค์กรชุมชนให้ดียิ่งๆ ขึ้น

20. ได้รับการสนับสนุนด้านต่างๆ อย่างถูกต้อง หรือมีหลักการ หรือเป็นไปตามขั้นตอนที่ถูกต้องจากบุคคล กลุ่ม องค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ จากภายนอก



21. มีการติดตามข่าวสารหรือสถานการณ์บ้านเมืองอยู่อย่างสม่ำเสมอ ทำให้รู้เท่าทันสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และมีการนำสถานการณ์และปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้นมาวิเคราะห์ ศึกษา และถ่ายทอดเล่าสู่กันฟัง เพื่อเพิ่มพูนสติปัญญา รู้เท่าทันคน รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

22. ไม่ถูกแทรกแซงจากกลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มของนักการเมืองต่าง ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน

องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

ประเทศกำลังพัฒนาเป็นประเทศที่มีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องมีการปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจและสังคมให้มีความเจริญทัดเทียมกับประเทศที่มีการพัฒนาระดับสูงหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ต่างๆ พอสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น โดยปกติประเทศด้อยพัฒนาจะมีรายได้ ที่แท้จริงต่อบุคคลต่ำ มีอัตราเพิ่มของผลผลิตและรายได้ประชาชาติในอัตราต่ำ ขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีอัตราการเพิ่มสูง ดังนั้นหากไม่มีการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้อยพัฒนาจะทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้อยพัฒนากับประเทศที่พัฒนาแล้วมากขึ้น ขณะเดียวกันในประเทศด้อยพัฒนาเองก็มีปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจระหว่างคนรวยกับคนจน หากไม่มีการแก้ปัญหาเหล่านี้จะทำให้ประชาชนในประเทศขาดความสามัคคี ดังนั้นประเทศด้อยพัฒนาจึงพยายามพัฒนาเศรษฐกิจให้ประชาชนของประเทศมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น ทั้งนี้เพราะมีความเชื่อว่าเมื่อฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศ (ประชาชน) ดีขึ้นแล้วมาตรฐานการดำรงชีพของประชาชนก็จะสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ ยังช่วยลดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมอีกด้วย

2. ทำให้ประเทศสามารถช่วยเหลือตนเองได้ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง การพัฒนาเศรษฐกิจนอกจากจะมีผลทำให้ฐานะของประชาชนในประเทศดีขึ้นแล้ว ยังส่งผลให้ความมั่นคงของฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นด้วย ทำให้ประเทศชาติมีเงินทุนในการทำนุบำรุงประเทศทั้งในด้านการศึกษา สาธารณูปโภค และการป้องกันประเทศ ซึ่งทำให้ประเทศมีเสถียรภาพทางการเมือง และเศรษฐกิจ

3. ช่วยเหลือเศรษฐกิจของโลก ตามปกติประเทศพัฒนามีบทบาทในการช่วยเหลือทางการค้ากับประเทศด้อยพัฒนาในการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเงินทุน เทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เพื่อให้ประเทศด้อยพัฒนามีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม และสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ในอนาคต หากประสบความสำเร็จจะทำให้ประเทศมีรายได้ที่แท้จริงต่อหัวของประชาชนสูงขึ้น เมื่อรายได้ของประชาชนสูงขึ้น ย่อมมีความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้การค้าของโลกขยายตัว โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วจะสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจโลก กรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและวัฒนธรรมชุมชนตามแนวทางการศึกษาของ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2538 : 172 – 205) ประกอบด้วย

ความสำคัญของวัฒนธรรมชุมชน เน้นการพัฒนาชุมชน ให้มีความเข้มแข็งพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้ และมีความสมดุลสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชน



มิติเศรษฐกิจ เน้นการพึ่งตนเอง กระจายอำนาจให้ชุมชนเข้มแข็ง มีเสถียรภาพ พัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีความพอเพียง

มิติทางสังคมและการเมือง เน้นการมีจิตสำนึกในการรวมตัวเป็นกลุ่มอย่างมีอุดมการณ์ เพื่อให้เกิดการสร้างพลังชุมชนในการทำงานและแก้ปัญหาของตนได้ การรวมตัวกันสามารถสร้างได้

1. การพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development)

1.1 ความหมายการพัฒนาเศรษฐกิจ Faculty หรือ สืบค้น 2 กันยายน 2550

การพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development) หมายถึง กระบวนการ (Process) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของรายได้ที่แท้จริง (หรือผลิตภัณฑ์ประชาชาติ) ต่อบุคคลตลอดเวลาและต่อเนื่องกันไปอย่างสม่ำเสมอและเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และต้องพยายามลดหรือจัดสถานะที่ไม่พึงปรารถนาของสังคม เช่น ความยากจน การว่างงาน การทำงานต่ำกว่าระดับ การกระจายรายได้ไม่เท่าเทียมกันให้หมดไป การพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic development) หมายถึง การทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในลักษณะที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการผลิต โครงสร้างทางสังคม ค่านิยม ทักษะคน การศึกษา ระบบการปกครอง และการใช้ทรัพยากรที่สอดคล้อง และเหมาะสมกับความต้องการของประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจมิใช่เพียงแต่เป็นกระบวนการซึ่งทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้เท่านั้น แต่การกระจายรายได้จะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาค นั่นคือ ประชากรส่วนใหญ่จะต้องได้รับประโยชน์จากรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างเท่าเทียมกันด้วยกล่าวโดยสรุป ขอบเขตของการพัฒนาเศรษฐกิจจะประกอบไปด้วย

1.2 แนวคิดใหม่เกี่ยวกับอะไรคือการพัฒนาเศรษฐกิจ Denis Goule ได้เสนอ

ความหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจว่าควรมีองค์ประกอบพื้นฐานหรือค่านิยมที่เป็นแกนในการพัฒนาเศรษฐกิจ 3 ประการ ประกอบด้วย

1.2.1 ความสามารถที่จะหาปัจจัยจำเป็นขั้นพื้นฐาน (Sustenance: The ability to meet basic needs) ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยสุขภาพอนามัยที่ดี มีความปลอดภัย เป็นต้น

1.2.2 การนับถือเกียรติภูมิหรือศักดิ์ศรีของตนเอง (Self-esteem: To Be a Person) หรือการมีศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.2.3 ความเป็นอิสระจากความเป็นทาสหรือความสามารถในการเลือก (Freedom from Servitude: To Be Able to Choose) คือ ไม่ตกอยู่ในภาวะจำยอมในการทำงาน หรือการบริโภคนิยมและกิจกรรมอื่น ๆ

1.3 ดัชนีที่ใช้วัดระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ 1) รายได้ที่แท้จริงต่อบุคคล คือ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้น (GNP) จำนวนประชากรของประเทศนั้น ๆ 2) เครื่องชี้ภาวะการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ โดยสถาบันวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสังคมของสหประชาชาติ (The United Nations Research Institute or Social Development: UNRISD) แบ่งเป็น 9 ตัวชี้ทางด้านสังคม และ 7 ตัวชี้ทางด้านเศรษฐกิจ

1.3.1 ความยืนยาวของชีวิตตั้งแต่แรกเกิด

1.3.2 ร้อยละของประชากรในท้องถิ่นที่มีรายได้สูง

1.3.3 ปริมาณโปรตีนที่บุคคลหนึ่งได้รับต่อวัน



- 1.3.4 จำนวนเข้ารับการศึกษาระดับประถมและมัธยมศึกษา
- 1.3.5 อัตราส่วนของผู้เข้าเรียนวิชาชีพ
- 1.3.6 จำนวนบุคคลโดยเฉลี่ยต่อห้องพักอาศัย
- 1.3.7 จำนวนหนังสือพิมพ์ต่อประชากร 1,000 คน
- 1.3.8 ร้อยละของประชากรที่มีน้ำประปาและไฟฟ้าใช้
- 1.3.9 ผลผลิตทางการเกษตรต่อแรงงานเพศชาย
- 1.3.10 ร้อยละของแรงงานชายที่บรรลุนิติภาวะในภาคเกษตร
- 1.3.11 ปริมาณไฟฟ้าที่ได้รับต่อกิโลวัตต์ต่อคน
- 1.3.12 ปริมาณธาตุเหล็กที่ได้รับต่อกิโลกรัมต่อคน
- 1.3.13 ปริมาณพลังงาน เช่น แก๊สต่อกิโลกรัมต่อคน
- 1.3.14 ร้อยละของผลิตภัณฑ์ภายในประเทศจากอุตสาหกรรม
- 1.3.15 มูลค่าการค้าต่างประเทศต่อบุคคล
- 1.3.16 ร้อยละของผู้ได้รับเงินเดือนค่าจ้างต่อประชากรทั้งหมด

(Genera. 1970 : 63)

1.4 กลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ

1.4.1 การส่งเสริมการส่งออก (Export Promotion)

1.4.1.1 การส่งออกสินค้าขั้นปฐม สินค้าขั้นปฐม (ยกเว้น น้ำมัน) มีส่วนแบ่งในตลาดโลกน้อย และมีแนวโน้มลดลง พิจารณาได้ดังนี้

ด้านอุปสงค์

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ของสินค้าเกษตรมีค่าค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมัน แร่ธาตุบางชนิด และสินค้าอุตสาหกรรม

2. ประชากรของประเทศพัฒนาแล้วมีแนวโน้มคงที่ ดังนั้นโอกาสการขยายสินค้าเกษตรไปยังประเทศพัฒนาจึงเป็นไปได้น้อย

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของสินค้าเกษตรค่อนข้างต่ำ เมื่อราคาสินค้าเกษตรลดต่ำลงและมีแนวโน้มต่ำลงเรื่อย ๆ ทำให้รายได้ของประเทศกำลังพัฒนาลดลง

4. การพัฒนาสิ่งสงเคราะห์ขึ้นมทดแทนสินค้าเกษตร เช่น ฝ้าย

ยางพารา หนัง เป็นต้น

5. การปกป้องสินค้าเกษตรของประเทศพัฒนา โดยการเก็บภาษี กำหนดโควตาหรือมาตรการปกป้องที่มีใช้ภาษี

ด้านอุปทาน

อุปทานของสินค้าเกษตรไม่มีความแน่นอน เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร อากาศ ดินไม่อุดมสมบูรณ์ ไม่มีสถาบันด้านการเงินและสังคมรองรับในชนบทและรูปแบบการผลิตและการใช้ที่ดินไม่มีประสิทธิภาพ

1.4.1.2 การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม

การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมโดยรวมของประเทศกำลังพัฒนาเติบโตจากร้อยละ 6 ในปี ค.ศ.1950 เป็นร้อยละ 45 ในปี ค.ศ.1990 อย่างไรก็ตามสัดส่วนการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของประเทศกำลังพัฒนาในตลาดโลกยังคงน้อยคือประมาณร้อยละ 18 ในปี ค.ศ.1990



ทั้งนี้ ประเทศพัฒนาได้เพิ่มการกีดกันสินค้าส่งออกของประเทศกำลังพัฒนาทั้งมาตรการกีดกันด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี มาตรการด้านภาษีได้แก่ การเก็บภาษีจากวัตถุดิบในราคาถูก แต่เก็บภาษีจากสินค้าสำเร็จรูปในราคาแพง มาตรการที่มีใช้ภาษี ได้แก่ การกำหนดโควต้า การจำกัดการนำเข้า เป็นต้น

1.5 แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากพระราชดำริ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอันเนื่องมาจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นแนวทางง่าย ๆ คือ ทรงเริ่มจากสิ่งเล็กไปสู่สิ่งใหญ่ทรงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจจากเบื้องต้นก่อน ทรงรับสั่งว่าการพัฒนาชนบทนั้นมีความสำคัญที่สุดถ้าชนบทอยู่ได้ประเทศก็อยู่ได้ เพราะจุดเริ่มต้นของสังคมนั้นอยู่ที่ชนบท หมายถึงการทำให้ชาวชนบทหรือชุมชนมีความเข้มแข็ง แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่จะนำมากล่าวในบทนี้ได้แก่ ทฤษฎีใหม่ และแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

1.5.1 เศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่ และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรมความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

“...การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมีพอกินพอใช้ ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ เมื่อได้พื้นฐานความมั่นคง พร้อมพอสมควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างเสริมความเจริญและฐานะเศรษฐกิจขั้นสูงโดยลำดับต่อไป...” พระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานแก่นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2517

“...คนอื่นจะว่าอย่างไรก็ช่างเขา จะว่าเมืองไทยล้าสมัย ว่าเมืองไทยเชย ว่าเมืองไทยไม่มีสิ่งที่มีสมัยใหม่ แต่เราอยู่พอมีพอกิน และขอให้ทุกคนมีความปรารถนาที่จะให้เมืองไทยพออยู่พอกิน มีความสงบ และทำงานตั้งจิตอธิษฐานตั้งปณิธาน ในทางนี้ที่จะให้เมืองไทยอยู่แบบพออยู่พอกินไม่ใช่ว่าจะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่ว่ามีความพออยู่พอกิน มีความสงบ เปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ถ้าเรารักษาความพออยู่พอกินนี้ได้ เราก็จะยอดยิ่งยวดได้...” พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ณ ศาลาดุสิดาลัย สวนจิตรลดาฯ พระราชวังดุสิต วันพุธที่ 4 ธันวาคม 2517

ความสำคัญของพระบรมราโชวาทนี้ อยู่ที่พระองค์ทรงเห็นว่าแนวทางการพัฒนาที่เน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นหลักแต่เพียงอย่างเดียวอาจเกิดปัญหาได้ จึงทรงเน้นการมีพอกินพอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน เมื่อมีพื้นฐานความมั่นคงพร้อม



พอสมควรแล้ว จึงสร้างความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้น ถ้าจะใช้ภาษาเศรษฐศาสตร์อธิบายตามความหมายนี้ก็คือ แทนที่จะเน้นการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมนำการพัฒนาประเทศ ควรที่จะสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจขั้นพื้นฐานก่อน นั่นคือทำให้ประชาชนในชนบทส่วนใหญ่พอมีพอกินก่อน หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นแนวทางการพัฒนาที่เน้นการกระจายรายได้ เพื่อสร้างพื้นฐานและความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ก่อนเน้นการพัฒนาในระดับสูงขึ้นไป ในส่วนที่เน้นนั้นคือทรงเป็นกังวลในเรื่องความโลภของคนอันเป็นผลจากการที่เศรษฐกิจขยายตัวรวดเร็วอย่างต่อเนื่องนั่นเอง ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าการเน้น “ความพอเพียง” “พอสมควร” “ตามอัตภาพ” นั้น เป็นจุดเน้นของพระองค์มาโดยตลอด จุดเน้นดังกล่าวนี้แท้ที่จริงมิได้เป็นประเด็นทางศีลธรรม แต่เป็นประเด็นของการลดความเสี่ยงอันเกิดจากสภาพความไม่แน่นอนในทุกด้าน โดยมีสภาพดินฟ้าอากาศเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนสำหรับอาชีพทางการเกษตร ซึ่งเมื่อเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจแล้วในปี 2540 พระองค์ท่านได้ทรงขยายความ ให้เห็นถึงรูปธรรมของการไม่ประมาดตนของความโลภ เห็นแก่ได้ โดยไม่คำนึงถึงผลได้เสียแก่ตนเองและแก่ผู้อื่นอย่างละเอียด ซึ่งพระองค์ท่านทรงเน้นว่าการจะทำโครงการอะไร จะต้องทำด้วย “ความรอบคอบ” และ “อย่าตาโต” เกินไป ประเด็นนี้คือประเด็นที่ทรงแสดงความกังวลเอาไว้แล้วครั้งหนึ่งในปี 2539 และเมื่อมีปัญหาวิกฤติที่รุนแรงที่สุดที่ประเทศไทยเคยประสบมา จึงมีพระราชดำรัสที่มีการกล่าวอ้างกันอยู่เสมอว่า

“...การจะเป็นเช่นนั้นไม่สำคัญ สำคัญอยู่ที่เรามีเศรษฐกิจแบบพอมีพอกิน แบบพอมีพอกินนั้นหมายความว่า อุ่มชูตัวเองได้ ให้มีพอเพียงกับตนเอง .ความพอเพียงนี้ไม่ได้หมายความว่าทุกครอบครัวจะต้องผลิตอาหารของตัวเอง จะต้องทอผ้าใส่เอง อย่างนั้นมันเกินไป แต่ว่าในหมู่บ้านหรือในอำเภอ จะต้องมีความพอเพียงพอสมควร บางสิ่งบางอย่างผลิตได้มากกว่าความต้องการก็ขายได้ แต่ขายในที่ไม่ห่างไกลเท่าไร ไม่ต้องเสียค่าขนส่งมากนัก” “ถ้าสามารถที่จะเปลี่ยนไปทำให้กลับเป็นเศรษฐกิจแบบพอเพียงไม่ต้องทั้งหมด แม้แต่ครั้งหนึ่งก็ไม่ต้อง อาจจะสักเศษหนึ่งส่วนสี่ก็สามารถอยู่ได้...”

ตามพระราชดำรัสดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า พระองค์เจ้าพระทัยว่าสาเหตุของวิกฤติทางเศรษฐกิจที่ประเทศไทยประสบอยู่นั้น เนื่องจากประเทศไทยได้ดำเนินเศรษฐกิจเป็นแบบที่พระองค์ทรงเรียกว่า “เศรษฐกิจแบบค้าขาย” พร้อมทั้งให้คำนิยามเป็นภาษาอังกฤษว่า “TRADE ECONOMY” พระองค์ท่านจึงทรงเน้นว่าจะต้อง ถ้าสามารถจะเปลี่ยนไปทำให้กลับเป็น เศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งพระองค์ใช้คำภาษาอังกฤษว่า “SELF SUFFICIENT ECONOMY” ซึ่งได้เน้นว่าอาจจะสักเศษหนึ่งส่วนสี่ของระบบเศรษฐกิจทั้งหมด

1.5.2 ทฤษฎีใหม่

หลักการและแนวคิดทั่วไป

การเกษตรทฤษฎีใหม่ เน้นที่การพอมีพอกิน โดยเลี้ยงตัวเองได้พร้อมกับยึดหลักความสามัคคี การพอมีพอกิน หมายถึงการพึ่งตนเองใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านจิตใจ ต้องมีจิตสำนึกที่ดี และสร้างสรรค์ให้ตนเองและส่วนรวม ด้านสังคม ต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายชุมชน ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ต้องมีการใช้และจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างฉลาด ประหยัด และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการหาทางเพิ่มมูลค่า ด้านเทคโนโลยี ต้องรู้จักใช้เทคโนโลยีโดยใช้ประกอบกับภูมิปัญญาชาวบ้าน การเกษตรทฤษฎีใหม่ มีหลักสำคัญคือให้เกษตรกรมีความพอเพียงพอเลี้ยงตัวเองได้ในระดับชีวิตที่ประหยัด โดยต้องมีความสามัคคีในท้องถิ่น เกษตรกรต้องผลิตข้าว



บริโภคพอเพียงประจำปี ใครชอบบริโภคข้าวใดก็ปลูกข้าวอย่างนั้น หากมีพอกั๊ย เน้นให้เกษตรกรมีสิ่งแวดล้อมดี สุขภาพอนามัย มีรายได้พอซื้อเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิต เพียงพอ เกษตรกรส่วนใหญ่ในพื้นที่ควรมีความพึงพอใจ และความเป็นอยู่ที่ดีคล้ายคลึงกัน เกิดความสามัคคีในชุมชน

ทฤษฎีใหม่ขั้นต้น

หลักการและแนวทางสำคัญ

1. เป็นระบบการผลิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่เกษตรกรสามารถเลี้ยงตัวเองได้ในระดับที่ประหยัดก่อน ทั้งนี้ชุมชนต้องมีความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันทำนองเดียวกับการ “ลงแขก” แบบดั้งเดิมเพื่อลดค่าใช้จ่าย

2. เนื่องจากข้าวเป็นปัจจัยหลักที่ทุกครัวเรือนจะต้องบริโภค ดังนั้นจึงประมาณว่าครอบครัวหนึ่งทำนาประมาณ 5 ไร่ จะทำให้มีข้าวพอกินตลอดปี โดยไม่ต้องซื้อหาในราคาแพงเพื่อยึดหลักพึ่งตนเองได้อย่างอิสระภาพ

3. ต้องมีน้ำเพื่อการเพาะปลูกสำรองไว้ในฤดูแล้งหรือระยะฝนทิ้งช่วงได้อย่างพอเพียง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกันที่ดินส่วนหนึ่งไว้ขุดสระน้ำ โดยมีหลักว่าต้องมีน้ำเพียงพอที่จะทำการเพาะปลูกได้ตลอดปี ทั้งนี้ได้พระราชทานพระราชดำริเป็นแนวทางว่า ต้องมีน้ำ 1,000 ลูกบาศก์เมตรต่อการเพาะปลูก 1 ไร่ โดยประมาณ ฉะนั้น เมื่อทำนา 5 ไร่ ทำพืชไร่หรือไม้ผลอีก 5 ไร่ (รวมเป็น 10 ไร่) จะต้องมีน้ำ 10,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

4. การจัดแบ่งแปลงที่ดินเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนี้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงคำนวณ และคำนึงจากอัตราการถือครองที่ดิน ถัวเฉลี่ยครัวเรือนละ 15 ไร่ อย่างไรก็ตามหากเกษตรกรมีพื้นที่ถือครองน้อยกว่า หรือมากกว่านี้ก็สามารถใช้อัตราส่วน 30:30:30:10 ไปเป็นเกณฑ์ปรับใช้ได้ กล่าวคือ

4.1 ร้อยละ 30 ส่วนแรก ขุดสระน้ำ (สามารถเลี้ยงปลา ปลูกพืชน้ำ เช่น ผักบุ้ง ผักคะน้า ฯลฯ ได้ด้วย) และบนสระอาจจะสร้างเล้าไก่ได้ด้วย

4.2 ร้อยละ 30 ส่วนที่สอง ทำนา

4.3 ร้อยละ 30 ส่วนที่สาม ปลูกพืชไร่ พืชสวน (ไม้ผล ไม้ยืนต้น ไม้ใช้สอย ไม้เพื่อเป็นเชื้อฟืน ไม้สร้างบ้าน พืชไร่ พืชผัก สมุนไพร เป็นต้น)

4.4 ร้อยละ 10 สุดท้าย เป็นที่อยู่อาศัยและอื่นๆ (ถนน คันดิน กองฟาง ลานตาก กองปุ๋ยหมัก โรงเรือน โรงเพาะเห็ด คอกสัตว์ ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผักสวนครัวหลังบ้าน เป็นต้น)

ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สอง

เมื่อเกษตรกรเข้าใจในหลักการและได้ปฏิบัติในที่ดินของตนจนได้ผลแล้ว ก็ต้องเริ่มขั้นที่สอง คือ ให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูป กลุ่ม หรือ สหกรณ์ ร่วมแรงร่วมใจกันดำเนินการในด้าน

1. การผลิต (พันธุ์พืช เตรียมดิน ชลประทาน ฯลฯ)

เกษตรกรจะต้องร่วมมือในการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นเตรียมดิน การหาพันธุ์พืช ปุ๋ย การจัดหาเงิน และอื่น ๆ เพื่อการเพาะปลูก

2. การตลาด (ลานตากข้าว ยุ้ง เครื่องสีข้าว การจำหน่ายผลผลิต)



เมื่อมีผลผลิตแล้ว จะต้องเตรียมการต่าง ๆ เพื่อการขายผลผลิตให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น การเตรียมลานตากข้าวร่วมกัน การจัดหาถังรวบรวมข้าว เตรียมหาเครื่องสีข้าว ตลอดจนการรวมกันขายผลผลิตให้ได้ราคาดีและลดค่าใช้จ่ายลงด้วย

3. การเป็นอยู่ (กะปิ น้ำปลา อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ)

ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรต้องมีความเป็นอยู่ที่ดีพอสมควร โดยมีปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต เช่น อาหารการกินต่าง ๆ กะปิ น้ำปลา เสื้อผ้า ที่พอเพียง

4. สวัสดิการ (สาธารณสุข เงินกู้)

แต่ละชุมชนควรมีสวัสดิภาพและบริการที่จำเป็น เช่น มีสถานีนอนมัยเมื่อยามป่วยไข้ หรือมีกองทุนไว้กู้ยืมเพื่อประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

5. การศึกษา

ชุมชนควรมีบทบาทในการส่งเสริมการศึกษา เช่น มีกองทุนเพื่อการศึกษาเล่าเรียนให้แก่ชุมชนเอง

6. สังคมและศาสนา

6.1 ชุมชนควรเป็นที่รวมในการพัฒนาสังคมและจิตใจ โดยมีศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยว

6.2 กิจกรรมทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นราชการ องค์กรเอกชน ตลอดจนสมาชิกในชุมชนนั้นเป็นสำคัญ

ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สาม

เมื่อดำเนินการผ่านพ้นขั้นที่สองแล้ว เกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรก็ควรพัฒนาก้าวหน้าไปสู่ขั้นที่สามต่อไป คือ ติดต่อประสานงานเพื่อจัดหาทุนหรือแหล่งเงิน เช่น ธนาคารหรือบริษัท ห้างร้านเอกชน มาช่วยในการลงทุนและพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้งนี้ ทั้งฝ่ายเกษตรกรและฝ่ายธนาคารหรือบริษัทเอกชนจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน กล่าวคือ

1. เกษตรกรขายข้าวได้ในราคาสูง (ไม่ถูกกดราคา)

2. ธนาคารหรือบริษัทเอกชนสามารถซื้อข้าวบริโภคในราคาต่ำ (ซื้อข้าวเปลือกตรงจากเกษตรกรและมาสีเอง)

3. เกษตรกรซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคได้ในราคาต่ำ เพราะรวมกันซื้อเป็นจำนวนมาก (เป็นร้านสหกรณ์ราคาขายส่ง)

4. ธนาคารหรือบริษัทเอกชน จะสามารถกระจายบุคลากร เพื่อไปดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดผลดียิ่งขึ้น

1.6 แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจชุมชน

สำนักงานประสานงานวิจัยเชิงบูรณาการ (2550 : เว็บไซต์) ชุมชนประกอบด้วย ครอบครัวหลายครอบครัวที่มาอยู่รวมในที่เดียวกัน และมีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ เศรษฐกิจ ก็จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับ “การผลิต การบริโภค และการกระจายผลผลิต” คือ การซื้อขายแลกเปลี่ยนผลผลิต เศรษฐกิจชุมชน จึงหมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม บริการทั้งในด้านการผลิต การบริโภคและการกระจายผลผลิต โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนนั้น คือ ให้มีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ บนรากฐานความสามารถที่มีอยู่ จากการใช้ “ทุนของชุมชน” ซึ่งทุนของชุมชนทั้งที่เป็น ทุนทางสังคม เช่น วิธีการผลิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น



ศาสนสถาน โรงเรียน ที่ดิน ทรัพยากร การคมนาคมขนส่งนั้นคือ สมาชิกในชุมชนจะเป็น ผู้ตัดสินใจว่า พวกเราจะผลิตอะไรได้บ้างตามศักยภาพและทุนประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ เราจะผลิตกันอย่างไร แล้วเราจะแบ่งปันผลประโยชน์จากการผลิตกันอย่างไร คือ ชุมชน คิดเอง ทำเอง แล้วก็ตัวเอง

ลักษณะสำคัญของเศรษฐกิจชุมชน คือ ครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ความพอเพียง ความพึ่งตนเองที่เราพูดถึงขึ้นอยู่กับการใช้แรงงานเป็นอย่างมาก พึ่งแรงงานในครอบครัว พึ่งทรัพยากรท้องถิ่น พึ่งตนเองและพึ่งกันเองในชุมชน ก่อนและหากจะขาย ก็ขายในตลาดใกล้ตัว ตลาดภูมิภาค ตลาดภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจชุมชนนั้น ผังตัวอยู่ในสังคมและวัฒนธรรม

1.7 แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนในประเทศไทย

แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนในสังคมไทย มีอยู่หลายแนวทาง แต่มีเป้าหมายในการนำชุมชนไปสู่การพึ่งตนเอง ทั้งแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีใหม่ วิสาหกิจชุมชน และอื่นๆ ซึ่งจะได้นำเสนอแต่ละแนวคิดพอสังเขปดังนี้

เศรษฐกิจชุมชน แนวคิดที่ว่าชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม บริการ ทั้งในด้านการผลิต การบริโภค จากการใช้ "ทุนของชุมชน"

เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ใช้แนวคิดของพุทธศาสนา “ตนนั้นแหละเป็นที่พึ่งแห่งตน” แนวคิดนี้เห็นว่าฐานที่สำคัญที่สุดของคนคือ คนจำเป็นต้องกิน ต้องบริโภค ดังนั้นการผลิตจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญที่สุดของคน การค้า และการตลาด มีความสำคัญรองลงมา เพราะฉะนั้น ก่อนอื่น ต้องให้ชุมชนหรือเกษตรกรผู้ผลิตพึ่งตนเองให้ได้ ชุมชนต้องพึ่งพาตนเองให้ได้ และในท้ายที่สุด สังคมและประเทศจึงจะพึ่งตนเองได้ ก็จำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพภูมิศาสตร์ และทรัพยากรของท้องถิ่นควบคู่ไปกับการพึ่งตนเองแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองไม่ได้ปฏิเสธเรื่องการค้า หากเกษตรกรสามารถทำการผลิตข้าว ปลา อาหาร ไร่กินในครอบครัวได้อย่างพอเพียง เกษตรกรจะเป็นฝ่ายกำหนดตลาดได้ว่าจะนำผลผลิตส่วนที่เหลือไปสู่ตลาดเมื่อไหร่ และสามารถกำหนดราคาเองได้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการเอง
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการชุมชน
3. ริเริ่มสร้างสรรค์จากชุมชน
4. ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น+สากล
5. เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ (บูรณาการ)
6. กระบวนการเรียนรู้
7. การพึ่งพาตนเอง

1.8 เศรษฐกิจชุมชนบนฐานความรู้

เสรี พงศ์พิศในชุมชนหมู่บ้านมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากมาย ทั้งการทำมาหากิน และกิจกรรมที่ถูกนำเข้าจากภายนอกโดยบุคคลหรือองค์กร ทั้งภาครัฐภาคเอกชนแต่เหล่านี้อาจเปรียบเหมือนต้นไม้หลายต้น แต่ไม่มีป่า ไม่มี “ระบบเศรษฐกิจชุมชน” ระบบที่เกิดจากการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกันจนเกิดพลังและสามารถ “ขับเคลื่อน” ไปได้ด้วยตัวมันเองมีต้นไม้แต่ไม่มีป่า



หมายถึงไม่มีความหลากหลายทางชีวภาพเป็นร้อยเป็นพัน ที่เกื้อกูลกันเศรษฐกิจชุมชนวันนี้จึงมีแต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบเดี่ยว ๆ ไม่ก็อย่าง ไม่ทำนาปลูกมันสำปะหลังไม่ปลูกปาล์มก็ปลูกยาง ไม้รับจ้างก็ทำประมงชายฝั่ง วนเวียนอยู่อย่างนี้ชั่วนาตาปี หนี้สินเพิ่มขึ้นทุกวันเพราะรายรับไม่พอ รายจ่ายโครงการพัฒนาต่างๆ ที่ใครต่อใครส่งเข้าไปในหมู่บ้านถ้าหากยังอยู่ (ไม่ล้มหรือเลิกไปก่อน) ก็อยู่แบบ “ของใครของมัน” ขึ้นอยู่กับว่าหน่วยงานไหนส่งเข้าไปเศรษฐกิจชุมชนที่เป็นอยู่วันนี้ไม่มีระบบ เป็นอะไรที่ขึ้นต่อระบบใหญ่ไปรวมศูนย์ที่กรุงเทพฯ สัมพันธ์กับระบบใหญ่แบบ (ผู้ถูก) อุปถัมภ์ ระบบใหญ่ที่ให้ตัวแทนเข้าไปจัดการ ทั้งข้าราชการ นักการเมือง นักธุรกิจ นักวิชาการ รวมทั้งที่เรียกกันว่า นักพัฒนา เข้าไปด้วยระบบและกลไกต่างๆ ในนามของการศึกษา การพัฒนา สุขภาพ เพื่อช่วยให้ผู้คนหาย “โง่ จน เจ็บ” ตั้งแต่ 2504 เมื่อผู้ใหญ่ลี้ติกลองประชุม ปีแรกของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติแผนที่ 1 (ที่ยังไม่มีคำว่าสังคม) วิถีชุมชนเริ่มเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เข้าสู่สังคมบริโภคนิยมทุกวิถีทางเพื่อนำไปซื้ออยู่ซื้อกิน แทนการทำมาหากิน นำเอาทรัพยากรท้องถิ่นไปขาย แบบล้างผลาญ ทำลายดิน น้ำ ป่า ปลาและสัตว์จนไม่เหลือ ขายทรัพยากรหมดก็ขายแรงงานไปรับจ้างในเมือง รับจ้างในต่างประเทศการพัฒนาที่ผ่านมา ได้ทำลายระบบเศรษฐกิจชุมชนแบบเดิมไปจนหมด เศรษฐกิจชุมชนดั้งเดิมนั้นเป็น “ระบบ” เพราะทุกอย่างสัมพันธ์กัน เกื้อกูลกัน เป็นวิถีที่ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ พึ่งพาอาศัยธรรมชาติ พึ่งพาอาศัยกันเองระบบเศรษฐกิจชุมชนถูกทำลายไปด้วยนโยบายพัฒนาแบบ “พรงนี้รวย” ที่ลากชาวบ้านเข้าสู่ระบบทุนนิยมโดยไม่มีความพร้อมอะไรเลย ไม่มีการเรียนรู้ ไม่มีข้อมูลเพียงพอเพื่อการตัดสินใจด้วยตัวเอง ต้องพึ่งพาอาศัยคนอื่น ที่ให้แต่ข้อมูลดีๆ เพียงด้านเดียว ข้อมูลที่เสริมความอยากของธรรมชาติมนุษย์ ซึ่งมีกันทุกคน อยากมี อยากร่ำอยากรวย เพื่อจะได้สบาย ไม่ลำบากระบบทุนนิยมมีปรัชญาที่ก่อให้เกิด “ลัทธิบูชาเงิน” และ “สังคมบ้าบริโภค” ซึ่งต้องไปด้วยกัน นี่คือเหตุผลที่ต้องกระตุ้นให้ “รากหญ้า” ใช้จ่ายเงิน ซื้อข้าวซื้อของที่มักอ้างว่าเป็นผลผลิตจากในประเทศ(อย่างรถยนต์ มอเตอร์ไซค์ มือถือ) โดยไม่คำนึงว่า หนี้สินที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชาวบ้านขนาดไหน และจะส่งผลกระทบยาวต่อสังคม โดยรวมอย่างไรปัญหาหนี้สินของชาวบ้านแตกต่างจากหนี้สินของนักธุรกิจ หรือข้าราชการ ซึ่งหนี้สินเป็นส่วนหนึ่งของวิถีธุรกิจและชีวิตของคนชั้นกลางที่มีเงินเดือนแต่ชาวบ้านทั่วไปในชนบท ไม่ได้มีความมั่นคงของรายได้และชีวิตขนาดนั้น หนี้ต่างๆ จึงเป็นหนี้ที่ไม่มีทางออก ต้องกู้หนี้ยืมสินมาใช้หนี้ เวียนไปเวียนมารอบแล้วรอบเล่าบางคนกู้ ธ.ก.ส.มา 5,000 เมื่อ 10 ปีที่แล้ว วันนี้เป็นหนี้ 150,000 ก็ไม่ใช่เรื่องแปลกเพราะดอกเบี้ย 10-20 ที่กู้กันเป็นรายวันรายเดือนเป็นเรื่องปกติ กู้พอค่าไปคืน ธ.ก.ส. กู้ ธ.ก.ส. ไปคืนพอค่า เอาส่วนหนึ่งไว้กินไว้ใช้ กลายเป็น “วัวพันหลัก” ที่พันจนเชือกรัดคอไม่ถอยก็ตายความล้มเหลวของชาวบ้านมาจากการขาดความรู้ และไม่มีใครสนใจช่วยให้พวกเขาเกิดการเรียนรู้จริงๆ ปล่อยให้เรียนกันตามบุญตามกรรม จัดอบรมก็จัดตามที่คนจัดอยากให้อ่าน หรือไม่ก็บอกให้ไปลงทะเบียนเรียน กศน. และไปต่อมหาวิทยาลัยเปิดเพื่อจะได้ประกาศนียบัตรและใบปริญญา การช่วยให้ชุมชนเรียนรู้ไม่ได้หมายถึงการช่วยให้พวกเขาหายโง่ หายจน หายเจ็บ แบบเดิมๆ อีกต่อไป แต่หมายถึงการช่วยให้พวกเขาค้นพบศักยภาพประกอบแท้จริงของตนเอง และพัฒนาศักยภาพดังกล่าวไปสู่การพึ่งตนเองวิธีการหนึ่งที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่วันนี้เรียกกันวันนี้ว่า “ประชาธิปไตย” คือ ชาวบ้านวิจัยตนเองพวกเขาเรียนรู้จักตนเอง ชุมชน และโลก เรียนรู้จักเอกลักษณ์และรากเหง้า ความรู้ภูมิปัญญาทรัพยากรท้องถิ่น เรียนรู้สภาพภาพประกอบแท้จริงของตนเอง รายรับ รายจ่าย หนี้สิน สุขภาพ สิ่งแวดล้อม รู้ทั้งปัญหา ความต้องการ และทุนของตนเอง ทุนที่จะช่วยให้พบทางออกได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องรอรัฐช่วย



ไม่ใช่ปฏิเสธรัฐ แต่บทบาทของรัฐคือการช่วยให้พวกเขาได้เรียนรู้ และไปเติมเต็มให้พวกเขา ให้พึ่งตนเองได้ มากกว่าไปทำให้พวกเขาขึ้นต่อรัฐบาลผู้รับความเอื้ออาทร ข้อมูลที่ชาวบ้านไปสำรวจด้วยตัวเอง นำมาวิเคราะห์ประมวลผลนำไปสู่การพัฒนาแผนแม่บทชุมชน แผนยุทธศาสตร์ของชุมชนในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาตนเองอย่างมั่นคงชาวบ้านรู้ว่าตนเองเป็นหนี้เท่าไร มีปัญหาอะไร และควรจะทำอย่างไร เมื่อรู้รายได้ทั้งตำบลมีเพียง 60 ล้านบาท แต่หนี้สินมีเกือบ 100 ล้าน และรายจ่ายอีก 100 กว่าล้าน พวกเขาจะอยู่ได้อย่างไรถ้าไม่บริหารจัดการตนเอง จัด “ระบบชีวิต” ใหม่ ทั้งระบบเศรษฐกิจ ระบบสังคมพวกเขารู้ว่ารายได้มีเพียง 60 ล้าน เพราะทำแค่สองสามอย่าง ทำนา ทำสวนผลไม้ รับจ้างพวกเขาเริ่มสำรวจที่ละอย่างที่ดินเองซื้อกินและซื้อใช้ว่า มีอย่างไหนบ้างที่พอทำเองได้ จะได้ลดรายจ่าย ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มรายได้พวกเขาตั้งคำถามว่า ทำไมต้องทำนาแล้วขายข้าวเปลือกหมด แล้วไปซื้อข้าวสารในตลาดมากินเป็นเงินปีละ 8-9 ล้านบาททั้งตำบล ทำไมต้องซื้อน้ำปลาเงินปีละ 8-9 แสนบาท ทั้งๆ ที่ทำกินเองก็ได้ ทำไมต้องซื้อน้ำยาล้างจาน แชมพู สบู่ น้ำยาซักผ้า ปีละล้านกว่าบาท ทั้งๆ ที่ทำได้เอง และถูกกว่าที่ซื้อจากตลาดสามสี่เท่า ทำไมต้องซื้อปุ๋ยปีละ 10 ล้าน เพื่อใส่नाใส่สวน ทั้งๆ ที่ผลิตปุ๋ยชีวภาพได้เอง ใช้วัสดุท้องถิ่น และประหยัดได้ 7-8 ล้านบาทข้อมูลทำให้ชุมชนต่างๆ เริ่มเข้าใจว่า พวกเขาจะอยู่แบบเดิม ที่ทำเพียงสองสามอย่าง แล้วเอาเงินไปซื้อทุกอย่างไม่ได้อีกแล้ว วันนี้พวกเขาต้องทำสัก 20-30 อย่าง และต้องสร้าง “ระบบเศรษฐกิจชุมชน” ขึ้นอย่างจริงจัง เป็นระบบที่ขับเคลื่อนด้วยตัวเอง และสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจใหญ่แบบเกื้อกูลกัน ไม่ใช่แบบอุปถัมภ์เหมือนไม้เลื้อยในป่าใหญ่ที่อยู่ได้โดยการเกื้อกูลกันกับไม้ใหญ่น้อย และสรรพสิ่งในป่าแห่งนั้น ชุมชนหลายแห่งวันนี้เห็นผลและเชื่อว่า มาถูกทางแล้ว เห็นว่าการ “ลดรายจ่าย” นั้นเท่ากับ “เพิ่มรายได้” และ “ขยายโอกาส” จริง แต่ไม่ใช่ด้วยโครงการอะไรที่ใครเอามาให้แบบเดิม แต่เริ่มต้นด้วยการ “ระเบิดจากข้างใน” อย่างที่ในหลวงทรงบอกการเรียนรู้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากข้างในถ้ามีการลดรายจ่ายหนึ่งในสี่อย่างที่ในหลวงทรงแนะนำในเศรษฐกิจพอเพียง ระบบเศรษฐกิจชุมชนก็จะเกิดและอยู่ได้ เพราะเมื่อชาวบ้านทำกินทำใช้เองส่วนหนึ่ง จะทำให้เกิดรายรับที่ไม่ได้คูณ 2 แต่อาจจะคูณ 3 หรือ 4 หรือมากกว่าปัญหาของชุมชนไม่ใช่เงิน จนนทรัพยากร แต่จนข้อมูล จนความรู้ จนปัญญา ถ้าให้เงินไปโดยไม่มีการเรียนรู้ก็จะไม่เกิดการพัฒนา แต่จะเกิดหนี้เน่ามากขึ้น เป็นการสร้างปัญหาและภาระให้ชุมชน แต่ถ้าหากมีการเรียนรู้ มีข้อมูล มีแผน เงินที่ให้ไปก็จะเกิดประโยชน์ เพราะเอาไปลงทุนจริงอย่างกองทุน 1 ล้าน จะต้องได้อีกหลายล้าน ไม่ใช่ค่อยๆ หดหายไปอย่างที่กำลังเกิดขึ้นเศรษฐกิจชุมชนจะเกิดได้ด้วยฐานความรู้ที่นำไปสู่การเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ สร้างเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่อยู่บนฐานข้อมูลและความรู้ ไม่ใช่ความเห็น ความรู้สึก หรือความอยาก เป็นระบบที่เชื่อมโยงเครือข่ายเศรษฐกิจท้องถิ่นต่างๆ เข้าด้วยกันเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นเข้มแข็ง เศรษฐกิจสองระบบหรือสองแนวก็จะเกิดได้และขีดความสามารถในการแข่งขันก็จะเพิ่มขึ้น เหมือนคนที่สองขาแข็งแรง ย่อมวิ่งแข่งกับใครก็ได้

1.9 วิสาหกิจชุมชน (Enterprise)

กัมพล นุชสมบัติ คำว่า “วิสาหกิจ” แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ปกติมักจะแปลว่า “การประกอบการ”

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายของ “วิสาหกิจ” หมายถึง การประกอบกิจการ เช่น การผลิต การขนส่ง การจำหน่าย



“วิสาหกิจ” หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน (เสรี พงศ์พิศ และคณะ. 2544 : 23)

“วิสาหกิจ” หมายถึง วิสาหกิจของชุมชนที่มุ่งประกอบการเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชนโดยนำวัตถุดิบทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน รวมทั้งงานวิจัยต้นแบบมาสร้างสรรค์ผลผลิตเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน

“วิสาหกิจ” หมายถึง การประกอบการขนาดย่อมและขนาดจิ๋วของธุรกิจชุมชนเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง (SMCE - Small and Micro Community Enterprise)

ร่าง พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ของรัฐบาล วุฒิสภาลงมติเห็นชอบ “ร่างพระราชบัญญัติ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. .” ในการประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ 25 (สมัยสามัญทั่วไป) เมื่อวันที่ 10 - 11 พฤษภาคม 2547 ให้คำจำกัดความหรือความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ดังนี้ “วิสาหกิจชุมชน” หมายถึง “ กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน “

ความหมายวิสาหกิจชุมชนตาม ร่าง พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ของรัฐบาล มีประเด็นสำคัญ คือ คณะบุคคล ที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน ประกอบกิจการของชุมชนร่วมกันเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเอง ของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

1. ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน มีองค์ประกอบอย่างน้อย 7 ประการ

- 1.1 ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
- 1.2 ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรทุน แรงงานในชุมชนเป็นหลัก
- 1.3 ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 1.4 มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล
- 1.5 มีการดำเนินแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมมาต่างๆ อย่างเป็นระบบ
- 1.6 มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 1.7 มีการพึ่งพาตนเองเป็นเป้าหมาย

(สำนักพัฒนาธุรกิจกรมส่งเสริมสหกรณ์. 2546 : 2)

2. เป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน

เมื่อองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนพัฒนากิจการมาแล้ว จะมีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ทำให้เกิด “ระบบวิสาหกิจชุมชน” ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อ

- 2.1 สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน แก่จุดอ่อนเสริมจุดแข็งให้ชุมชน ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและทุนทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน



2.2 สร้างกระบวนการเรียนรู้และระบบการพัฒนา เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนที่ครอบคลุมการจัดการทุกด้านให้มีระบบการจัดการ การผลิต การแปรรูป การตลาด การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดสวัสดิการชุมชน เป็นต้น ซึ่งดำเนินการโดยองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชน ในการวางแผนดำเนินการ และประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

2.3 พัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนที่มีอิสระ พึ่งตนเองได้ มีระบบการจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน มีต้นทุนการจัดการต่ำและเป็นสถาบันทางสังคมที่ชาวบ้านพึ่งพาอาศัยได้

2.4 พัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนที่กระจายการพัฒนาไปสู่ทุกส่วนของชุมชน ไม่ใช่ระบบที่ให้โอกาสกับผู้เหนือกว่าทางด้านเศรษฐกิจหรือการเมือง (สำนักพัฒนาธุรกิจ กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2546 : 2)

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า วิสาหกิจเป็นองค์กรอีกรูปแบบหนึ่งที่ผลักดันให้คนในชุมชนมีการรวมกัน เพื่อร่วมมือกันแก้ไขปัญหาาร่วมกันภายในชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับชุมชน โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนเป็นหัวใจของการพัฒนา เพื่อให้เกิดแนวทาง หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สร้างความแตกต่าง หรือเอกลักษณ์ของชุมชนแต่ละชุมชนโดยเฉพาะ

ประเวศ วะสี (2545 : 1-23) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนนั้น มีองค์ประกอบในการพัฒนา 8 องค์ประกอบ คือ

1. ทรัพยากรธรรมชาติ
2. โครงสร้างทางกายภาพ เช่น ถนน ชลประทาน ไฟฟ้า โทรศัพท์
3. อาชีพการเกษตร
4. อาชีพนอกการเกษตร
5. เงินทุน
6. การเรียนรู้ (กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน)
7. ความรู้ (ภูมิปัญญาท้องถิ่น)
8. องค์กร (การรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน)

ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี ได้ให้ความเห็นไว้ว่าการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน การพัฒนาต้องมีคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และหัวใจของการพัฒนาอยู่ที่องค์ประกอบการเรียนรู้ ความรู้ และองค์กรทำอะไร จะกระตุ้นให้คนในชุมชนร่วมกันเป็นกลุ่มหรือองค์กรเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดความรู้ สามารถแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เสรี พงศ์พิศ (2548) ได้ให้กรอบแนวคิดในการพัฒนาตนเองวิสาหกิจชุมชนกำลังอยู่ในขั้นพื้นฐานกำลังวางรากฐานด้านความคิด การจัดการ และการดำเนินงานที่ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ต่อเนื่อง เพราะคนที่จะเลียนแบบและแข่งขันก็มี โดยเฉพาะบริษัทที่มีทุนมากกว่า ความรู้มากกว่า ประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่า วิสาหกิจชุมชนได้ค้นพบศักยภาพของตนเองว่าอยู่ที่ “เครือข่าย” พวกเขาคิดคนเดียวทำคนเดียวไม่ได้ คิดในกลุ่มเล็กๆ ทำในกลุ่มเล็กๆ ก็อาจจะไปไม่รอดหลาย ๆ เรื่องต้องคิดร่วมกัน และทำร่วมกัน บริโกร่วมกัน ใช้ด้วยกัน “ต้องคิดและทำแบบเครือข่าย” เพราะนี่คือจุดแข็งขององค์กรชุมชนและวิสาหกิจชุมชน



จะเห็นได้ว่าความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนต้องมาจากสมาชิกทุกคนในชุมชน และต้องมีการสร้างเครือข่ายให้เกิดขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน และเปิดโอกาสการพัฒนาให้กับวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ที่กำลังพัฒนา (เสรี พงศ์พิศ. 2548)

2. การพัฒนาสังคม

2.1 ความหมายการพัฒนาสังคม

การพัฒนาสังคม หมายถึง การกระทำเพื่อมุ่งปรับปรุงส่งเสริมให้คนที่อยู่ร่วมกัน มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านวัตถุและจิตใจอันจะทำให้การดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันนั้นมีความเจริญรุ่งเรืองและสงบสุขแต่การที่บุคคลจะดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขจะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน อย่างน้อยที่สุดจะต้องมีปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ดีพอสมควร กล่าวคือ มีที่อยู่อาศัย มีอาหารเพียงพอแก่การเลี้ยงชีพ มีเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มสมควรแก่สภาพและฐานะ เวลาเจ็บป่วยควรจะได้รับการรักษาพยาบาล มีอาชีพมั่นคง มีรายได้เพียงพอแก่ค่าใช้จ่ายในการครองชีพ มีความรักใคร่สมานสามัคคีกันของสมาชิกในสังคมและปราศจากภัยคุกคามจากโจรผู้ร้าย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย โดยอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้าช่วย เพื่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

2.2 ความสำคัญของการพัฒนาสังคม

เมื่อบุคคลมาอยู่ร่วมกันเป็นสังคม ปัญหาที่ย่อมจะเกิดตามมาเสมอ ยิ่งสังคมมีขนาดใหญ่ ปัญหาที่ยิ่งจะมีมากและสลับซับซ้อนเป็นเงาตามตัว ปัญหาหนึ่งอาจจะกลายเป็นสาเหตุของอีกหลายปัญหาเกี่ยวโยงกันไปเป็นลูกโซ่ ถ้าปล่อยไว้ก็จะเพิ่มความรุนแรง เพิ่มความสลับซับซ้อน และขยายวงกว้างออกไปเรื่อย ๆ ยากต่อการแก้ไข ความสงบสุขของประชาชนในสังคมนั้นก็จะไม่มี ความสำคัญของการพัฒนาสังคม เราอาจจะกล่าวเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. ทำให้ปัญหาของสังคมลดน้อยลงและหมดไปในที่สุด
2. ป้องกันไม่ให้ปัญหานั้นหรือปัญหาในลักษณะเดียวกันนั้นเกิดขึ้นแก่สังคมอีก
3. ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าขึ้นมาแทน
4. ทำให้ประชาชนในสังคมสมานสามัคคีและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขตาม

ฐานะของแต่ละบุคคล

5. ทำให้เกิดความเป็นปึกแผ่นมั่นคงของสังคม

2.3 แนวคิดในการพัฒนาสังคม

การพัฒนาสังคมมีขอบเขตกว้างขวาง เพราะปัญหาของสังคมมีมากและสลับซับซ้อน การแก้ปัญหาสังคมจึงต้องทำอย่างรอบคอบ และต้องอาศัยความร่วมมือกันของบุคคลจากหลาย ๆ ฝ่าย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในสังคมนั้น ๆ จะต้องรับรู้ พร้อมทั้งจะให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเสมอ การพัฒนาสังคมจึงต้องเป็นทั้งกระบวนการ วิธีการ กระบวนการเปลี่ยนแปลงและแผนการดำเนินงาน กล่าวคือ

1. เป็นกระบวนการ (Process) เพราะการแก้ปัญหาสังคมต้องกระทำ

ต่อเนื่องกันอย่างมีระบบ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากลักษณะหนึ่งไปสู่อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งจะต้องเป็นลักษณะที่ดีกว่าเดิม



2. เป็นวิธีการ (Method) คือต้องกำหนดวิธีการในการดำเนินงาน โดยเฉพาะเน้นความร่วมมือของประชาชนในสังคมนั้นกับเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่จะทำงานร่วมกัน และวิธีการนี้ต้องเป็นที่ยอมรับว่าสามารถนำการเปลี่ยนแปลงมาสู่สังคมได้อย่างถาวรและมีประโยชน์ต่อสังคม

3. เป็นกรรมวิธีเปลี่ยนแปลง (Movement) การพัฒนาสังคมจะต้องทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้ได้และจะต้องเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น โดยเฉพาะเน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตน เพื่อให้เกิดสำนึกในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อผลประโยชน์ของส่วนรวม และรักความเจริญก้าวหน้าอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ

4. เป็นแผนการดำเนินงาน (Planning) การพัฒนาสังคมจะต้องทำอย่างมีแผน มีขั้นตอน สามารถตรวจสอบและประเมินผลได้ แผนงานนี้จะต้องมีทุกระดับ นับตั้งแต่ระดับชาติ คือแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ลงมาจนถึงระดับผู้ปฏิบัติ แผนงานมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาสังคม

2.4 การพัฒนาด้านสังคมไทย

การพัฒนาสังคมของไทยนั้นได้กระทำไปพร้อม ๆ กันทั้งสังคมในเมือง และสังคมชนบท แต่เนื่องจากสังคมชนบทเป็นที่ยู่อาศัยของชนส่วนใหญ่ของประเทศ การพัฒนาจึงทุ่มเทไปที่ชนบทมากกว่าในเมืองและการพัฒนาสังคมจะต้องพัฒนาหลาย ๆ ด้านไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะที่เป็นปัจจัยต่อการพัฒนาด้านอื่น ๆ ได้แก่ การศึกษาและการสาธารณสุข

2.5 การพัฒนาด้านการศึกษา

การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดประการหนึ่งในการวัดความเจริญของสังคม สำหรับประเทศไทย การพัฒนาด้านการศึกษายังนับว่าไม่เจริญก้าวหน้าอย่างที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทของไทยจะพบประชาชนที่ไม่รู้หนังสืออยู่ค่อนข้างมาก นโยบายหลักที่สำคัญของรัฐบาลประการหนึ่งในการรณรงค์ให้สภาพการไม่รู้หนังสือนั้นหมดสิ้นไป เป็นภารกิจที่อยู่ในความรับผิดชอบของประชาชนไทยทุกคนในชาติ

2.6 ความสำคัญของการศึกษาที่มีต่อบุคคลและสังคม

การศึกษาก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี ทำให้คนมีความรู้ ความเข้าใจ ในวิทยาการใหม่ ๆ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ตลอดจนมีเหตุผลในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การพัฒนาด้านการศึกษาก็คือ การพัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพของบุคคล และเมื่อบุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมมีคุณภาพแล้วก็จะทำให้สังคมมีการพัฒนาตามไปด้วย

2.7 แนวทางการพัฒนาการศึกษา

การพัฒนาการศึกษาของไทยได้มีการพัฒนามาตลอด ตั้งแต่สมัยพ่อขุนรามคำแหง ได้ทรงประดิษฐ์อักษรไทย เมื่อ พ.ศ.1826 มีการจัดการศึกษาให้กับประชาชนไทย ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการอ่านออกเขียนได้ และคิดเลขเป็น จนถึงช่วงปลายสมัยรัชกาลที่ 4 ต่อรัชกาลที่ 5 เป็นระยะที่วัฒนธรรมตะวันตกได้แพร่เข้ามาอย่างกว้างขวาง มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในหลาย ๆ ด้าน ได้มีการพัฒนารูปแบบการศึกษาอย่างรวดเร็ว พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษา ได้โปรดให้จัดตั้งโรงเรียนสำหรับราษฎรสามัญทั่วไป โดยกระทรวงธรรมการ ภายหลังจึงเปลี่ยนชื่อเป็นกระทรวงศึกษาธิการในปัจจุบัน



2.8 การพัฒนาการศึกษาในระบบ

การศึกษาในระบบ เป็นการศึกษาที่ได้วางกฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผน ตลอดทั้งวิธีการดำเนินงานไว้อย่างแน่นอน เช่น มีหลักสูตร เนื้อหาสาระในหลักสูตร ระยะเวลาเรียนของแต่ละหลักสูตร คุณสมบัติของผู้เรียน โดยคำนึงถึงผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ หรือการศึกษาต่อในระดับสูงขึ้น ปัจจุบันปรากฏว่าสถานศึกษาที่จัดตามระบบมีอยู่ไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในชนบททำให้ประชาชนในชนบทเสียโอกาสที่จะศึกษาในระดับที่สูงกว่าการศึกษาภาคบังคับ รัฐบาลก็พยายามสร้างโรงเรียนในระดับมัธยมศึกษาให้กระจายไปสู่ท้องถิ่น ทั้งสนับสนุนให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาทุกระดับ แต่ยังไม่เป็นที่เพียงพอและต้องพัฒนาต่อไป

2.9 การพัฒนาศึกษานอกระบบ

การศึกษานอกระบบ เป็นการจัดการศึกษา ตามความต้องการของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นหรือของแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ ปกติจะเน้นการศึกษาที่ผู้ศึกษาสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้โดยตรงและใช้เวลาเรียนไม่นานนัก เป็นการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพในการทำงาน ประกอบอาชีพและดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข ซึ่งนับวันการศึกษานอกระบบจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นการแก้ปัญหาการศึกษาที่ตรงตามความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง การขยายการให้บริการแก่ประชาชนอย่างทั่วถึงโดยเฉพาะในชนบท นับได้ว่าเป็นเสริมสร้างการพัฒนาสังคมที่สำคัญยิ่ง

2.10 สถาบันที่มีบทบาทต่อการพัฒนาการศึกษา

สถาบันที่สำคัญในการพัฒนาการศึกษา ได้แก่

1. บ้าน บ้านเป็นสถาบันการศึกษาแห่งแรกของมนุษย์ ซึ่งมีบิดา มารดา เป็นครูคนแรก เป็นการศึกษาตามธรรมชาติ การสืบทอดวัฒนธรรมและค่านิยมจากครอบครัว
2. วัด เป็นสถาบันการศึกษาที่สำคัญในอดีต ปัจจุบันวัดก็ยังมียบทบาทสำคัญในการพัฒนาการศึกษา โดยเฉพาะในด้านศีลธรรม ศาสนพิธี ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ
3. โรงเรียน เป็นสถานที่ให้การศึกษาโดยตรง มีบทบาทสำคัญที่สุดในการพัฒนาการศึกษาในปัจจุบัน โดยเฉพาะการศึกษาระดับประถมศึกษาอันเป็นการศึกษาภาคบังคับ และเป็นรากฐานการศึกษาในระดับสูงต่อไป
4. หน่วยงานอื่น ๆ ทั้งของรัฐและเอกชนมีบทบาทในการพัฒนาการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษานอกระบบ เช่น กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมการพัฒนาชุมชน หน่วยงานเอกชนที่มีบทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาการศึกษา เช่น สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย สภาสตรีฯ มูลนิธิต่าง ๆ

2.11 หน่วยงานที่ให้บริการทางการศึกษา

หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการให้บริการทางด้านการศึกษาให้แก่ชุมชนโดยตรง ก็คือ หน่วยงานที่อยู่ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการและทบวงมหาวิทยาลัย กล่าวคือ โรงเรียน ประถมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนอาชีวศึกษาเป็นหน่วยงานที่ให้บริการทางการศึกษาในระบบโรงเรียน และศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดเป็นหน่วยงานที่ให้บริการทางการศึกษานอกระบบ โรงเรียนระดับที่ไม่สูงกว่ามัธยมศึกษา วิทยาลัยต่าง ๆ จะเป็นผู้ให้บริการในระดับที่สูงกว่ามัธยมศึกษา เช่น วิทยาลัยครู วิทยาลัยอาชีวศึกษา เป็นต้น ในระดับปริญญามีมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในสังกัดของทบวงมหาวิทยาลัย กระจายอยู่ทุกภาคของประเทศ



2.12 การพัฒนาด้านสาธารณสุข

การสาธารณสุข หมายถึง การป้องกันและรักษาโรค ทำนุบำรุงให้ประชาชนมีสุขภาพและพละอนามัยดี มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ สังคมใดจะเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าได้ จำเป็นต้องมีพลเมืองที่มีสุขภาพอนามัยดี อันเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีการพัฒนาสาธารณสุขขึ้น การสาธารณสุขมีความสำคัญทั้งต่อตัวบุคคลและสังคม

ด้านบุคคล การสาธารณสุขทำให้บุคคลมีสุขภาพอนามัยดี มีร่างกายแข็งแรง สามารถทำงานประกอบอาชีพได้อย่างเต็มที่ สามารถสร้างฐานะครอบครัวให้มั่นคงได้เร็ว และดำรงชีพอยู่อย่างผาสุก

ด้านสังคม บุคคลเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสังคม เมื่อบุคคลในสังคมเข้มแข็ง มีพละอนามัยสมบูรณ์ ก็จะทำให้สังคมนั้นมีความเข้มแข็งและเจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านเศรษฐกิจและความมั่นคง การพัฒนาสาธารณสุข นอกจากจะเกิดประโยชน์โดยตรงแก่ตัวบุคคลแล้ว จึงยังมีผลดีต่อสังคมโดยรวมอีกด้วย

2.13 การพัฒนาสาธารณสุขของไทย

การพัฒนาสาธารณสุขของไทยได้เริ่มต้นตัวขึ้นครั้งแรกในรัชสมัยของ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เกิดโรคภัยที่สำคัญได้แก่ ไข้มาลาเรีย อหิวาตกโรค ไข้ทรพิษ ผู้ป่วยมักจะถึงแก่ความตาย จึงทรงโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งโรงพยาบาลขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย เมื่อ พ.ศ.2431 คือ โรงพยาบาลศิริราช ต่อมาเมื่อ พ.ศ.2461 ซึ่งเป็นรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงจัดตั้งกรมสาธารณสุขขึ้นในกระทรวงมหาดไทย ทำให้งานสาธารณสุขขยายวงกว้างออกไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น กรมสาธารณสุขได้ยกฐานะขึ้นเป็นกระทรวงสาธารณสุข โดยมีแนวทางในการพัฒนาสาธารณสุขของไทย มุ่งแก้ปัญหาสำคัญ 4 ประการ คือ

ปัญหาด้านสาธารณสุขมูลฐาน ดำเนินการให้ความรู้และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสาธารณสุขให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในชนบทห่างไกล เพื่อให้ประชาชนรู้จักรักษาสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงอยู่เสมอ

ปัญหาการรักษาพยาบาล รัฐบาลได้พยายามจัดตั้งโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีเป้าหมายที่จะให้มีโรงพยาบาลขนาดใหญ่เป็นศูนย์กลางพยาบาลประจำอยู่ทุกภาค

ปัญหาการค้นคว้าและเทคนิคการแพทย์ รัฐบาลเร่งส่งเสริมให้มีการศึกษาค้นคว้าหาวิธีการต่างๆ สำหรับใช้ในการตรวจพิสูจน์โรคให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ปัจจุบันการแพทย์ไทยได้รับการยกย่องว่ามีความรู้ความสามารถในการตรวจรักษาไม่แพ้การแพทย์ของต่างประเทศ ปัญหาการขาดแคลนแพทย์พยาบาล เนื่องจากอัตราการเกิดของประชากรกับอัตราการผลิตแพทย์ของไทยไม่สมดุลกัน

2.14 แหล่งบริการด้านสาธารณสุข

ได้กระจายหน่วยบริการออกไปให้บริการแก่ประชาชน ดังนี้

1. ระดับหมู่บ้าน มีเจ้าหน้าที่ผู้สื่อข่าวสาธารณสุข (ผสส.) และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ทำหน้าที่ให้บริการ
2. ระดับตำบล มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำตำบลอยู่ที่สถานีอนามัยประจำตำบล
3. ระดับอำเภอ มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขประจำอยู่ทุกอำเภอ



4. ระดับจังหวัด มีนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด เป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งในปัจจุบัน มีโรงพยาบาลประจำจังหวัดทุกจังหวัดคอยให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง

2.15 การรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา

การพัฒนาสังคม เป็นการดำเนินงานเพื่อแก้ปัญหาของสังคมให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น การแก้ปัญหานั้นจำเป็นจะต้องรู้ถึงสาเหตุของปัญหานั้นอย่างแท้จริง จึงจะสามารถทำงานให้บรรลุผลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิผล และปัญหาของสังคมจะไม่มีใครรู้ดีไปกว่าคนในสังคมนั้นเอง ดังนั้นการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาจึงนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง และการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชนจะส่งเสริมให้งานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นก็โดยการรวมกันเป็นกลุ่ม

1. ลักษณะของการรวมกลุ่ม เป็นการร่วมมือร่วมใจของคนหลาย ๆ คนช่วยกันปฏิบัติงานตามหน้าที่โดยมีการประสานงานกันสนับสนุนกันทำหน้าที่แทนกันได้ และมีความรับผิดชอบร่วมกัน โดยเข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำงานนั้นไปในทางเดียวกัน การรวมกลุ่มที่ดีควรเป็นดังนี้

1.1 ทุกคนเข้าใจและเต็มใจที่เอาตัวเข้าไปผูกพันในงานที่จะทำ

1.2 ทุกคนมีส่วนร่วมในการวางแผนงาน และให้ทุกคนเข้าใจและทำงานไปตามขั้นตอนของแผนนั้น หากมีปัญหาอุปสรรคใด ๆ ก็ช่วยกันพิจารณาแก้ไข

1.3 ต้องกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคนไว้อย่างแจ่มชัด เพื่อช่วยกันทำงานให้เชื่อมประสานกัน

1.4 ต้องถือว่าทุกคนมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เวลาประชุมปรึกษาหารือจะต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นของตนอย่างเต็มที่และเสรี

1.5 ผลสำเร็จของงานต้องถือว่าเป็นผลสำเร็จของทุกคน

2. บทบาทของผู้นำกลุ่ม ผู้นำจะต้องเป็นแบบฉบับที่ดีเป็นที่เชื่อถือของผู้ตามทั้งในด้านความประพฤติส่วนตัวและการปฏิบัติงาน จะต้องไม่เผด็จการหรือถือตัวเองสำคัญกว่าคนอื่น พร้อมทั้งจะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และจะต้องเป็นผู้ฟังที่ดีด้วย ให้ผู้ตามเขาตามด้วยความเลื่อมใสศรัทธา ผู้นำจะต้องทำงานเป็นปากเป็นเสียงแทนสมาชิกกลุ่ม

3. บทบาทของผู้ตาม ผู้ตามที่ดีจะต้องร่วมทำงานด้วยเหตุผล จะต้องคอยสอดส่องติดตามการทำงานของผู้นำ (แต่ไม่ใช่คอยจับผิด) คอยให้สติ เพราะผู้นำอาจทำผิดพลาดนอกเหนือจากที่ได้รับมอบหมายจากกลุ่ม มิฉะนั้นผลอาจจะตกแก่กลุ่ม โดยที่มีชีวิตวัตถุประสงค์ของกลุ่มที่แท้จริง ผู้นำกับผู้ตามจะต้องสนับสนุนและประสานงานกันอยู่เสมอ พร้อมทั้งให้เกียรติซึ่งกันและกัน

4. บทบาทของกลุ่มในการพัฒนา การทำงานเป็นกลุ่มสามารถทำงานใหญ่ ๆ ให้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งกว่าการทำงานแบบใช้คน ๆ เดียว

5. บทบาทของสตรีในการพัฒนา ปัจจุบันสตรีมีบทบาทในทางสังคมเท่าเทียมกับชายทุกประการ ในสังคมชนบทได้มีการจัดตั้งกลุ่มสตรีหรือกลุ่มแม่บ้านขึ้นช่วยงานพัฒนามากมาย โดยเฉพาะการพัฒนาขั้นพื้นฐานความเป็นอยู่ในครอบครัว สตรีมีบทบาทสำคัญที่สุด

6. บทบาทของเยาวชนในการพัฒนา เยาวชนเป็นวัยแรงงานที่มีค่ามากในสังคมชนบทของไทยมีเยาวชนจำนวนไม่น้อยที่ไม่มีโอกาสได้รับการศึกษาในระดับสูง ๆ และไม่มีงานที่จะทำ รัฐจึงพยายามจัดตั้งกลุ่มเยาวชนขึ้นแทบทุกตำบลอบรมให้รู้จักการทำงานร่วมกัน ช่วยกันพัฒนาท้องถิ่นของตน เยาวชนเหล่านั้นสามารถทำงานเพื่อส่วนรวมได้ดี (เสรี พงศ์พิศ. 2548)



3. การพัฒนาวัฒนธรรม

การพัฒนาวัฒนธรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิต (The way of life) ที่ดีขึ้น ของคนในชุมชนด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณี สุนทรียภาพ มีปัจจัย 4 รูปแบบศาสนสถาน สิ่งปลูกสร้าง เครื่องเรือน เครื่องสำอาง เครื่องประดับ เงินหรือธนบัตร ยานพาหนะต่าง ๆ วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ วิธีการแสดงความสุขทางใจและหลักเกณฑ์การดำเนินชีวิต โดยแนวทางการแสดงออกถึงวิถีชีวิตนั้นอาจเริ่มมาจาก เอกชนหรือคณะบุคคลทำเป็นแบบอย่าง

สภาการศึกษา กล่าวถึง นิวซีแลนด์เป็นประเทศในเครือจักรภพ มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย มีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณ 3.7 ล้านคน ร้อยละ 85 อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบทประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป เกือบร้อยละ 80 เป็นชาวเมารีประมาณร้อยละ 13 และชาวเกาะแปซิฟิกประมาณร้อยละ 5 และอีกส่วนหนึ่งมีผู้อพยพที่เป็นชาวเอเชีย ระบบเศรษฐกิจของนิวซีแลนด์ขึ้นอยู่กับภาคเกษตร อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการบริการอื่นๆ ในขณะที่ในส่วนทางวัฒนธรรมก็เจริญเติบโตอย่างมีความสำคัญควบคู่กัน มีการจ้างงานประมาณร้อยละ 5 ของปริมาณแรงงานชาวเมารี ชาวเกาะแปซิฟิก และยุโรป ล้วนมีส่วนในการก่อร่างวัฒนธรรมของนิวซีแลนด์ ซึ่งมีได้เป็นของชาวโพลินีเซียน หรือชาวตะวันตกด้านหนึ่งด้านเดียว แต่เป็นแหล่งหลอมรวมความต่างของหลากหลายเผ่าพันธุ์ให้เป็นหนึ่งเดียวภายใต้บุคลิกลักษณะในแบบของนิวซีแลนด์

ศิลปะดั้งเดิมของชาวเมารีถือเป็นศิลปะชนเผ่าในแถบแปซิฟิกที่ยากจะหาผู้มาเทียบเคียงได้รวดเร็วที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ และความเชี่ยวชาญในงานศิลป์ของชนเผ่าที่ก่อเกิดเป็นผลงานงดงามมากมาย หนึ่งในงานส่งออกที่สำคัญที่สุดของนิวซีแลนด์ ได้แก่ ผลงานศิลปะที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ของศิลปินชาวนิวซีแลนด์ งานจิตรศิลป์ของนิวซีแลนด์ถูกมองในแง่ศักยภาพการลงทุน ห้องแสดงศิลปะมีภาพเขียนใหม่ๆ อยู่เสมอ ฉะนั้นในปัจจุบันป้ายสินค้า “ผลิตในนิวซีแลนด์” จึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและมีคุณภาพในระดับสูง

การดำเนินงานวัฒนธรรมของประเทศนิวซีแลนด์ โดยสังเขปเป็น ดังนี้

1. การกำหนดความหมายและขอบเขตในการดำเนินงานวัฒนธรรม

รัฐบาลนิวซีแลนด์ได้แสดงถึงความเข้าใจดีต่อความหมายของวัฒนธรรมในความหมายที่กว้างที่สุดของวัฒนธรรมที่หมายถึงวิถีชีวิตของคนในสังคม ที่ครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่างในวิถีชีวิต ซึ่งรวมถึงปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งแสดงออกถึงความสำคัญและอัตลักษณ์ของวิถีชีวิต แต่ในการดำเนินงานวัฒนธรรมนั้น รัฐบาลได้เลือกที่จะกำหนดความหมายและขอบเขตในการดำเนินงานวัฒนธรรมไว้อย่างเฉพาะตามที่รัฐบาลมีหน้าที่รับผิดชอบ โดยกำหนดขอบเขตการดำเนินงานไว้ที่ศิลปะ วัฒนธรรม และมรดกเท่านั้น นโยบายด้านศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งประกาศโดยรัฐบาล ได้แสดงให้เห็นถึงภารกิจหน้าที่ในการพัฒนาทั้ง 2 ส่วนสำคัญ ที่แยกออกจากกันแต่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในการดำเนินกิจกรรม คือ กิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นเรื่องของศิลปะและส่วนที่เกี่ยวข้องต่างๆ เป็นการสร้างสรรค์ที่เป็นการแสดงออกและถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึก โดยที่มิได้เป็นไปเพื่อรายได้หรือเพื่อการค้า โดยจะก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมที่มุ่งหวังให้ชาวนิวซีแลนด์ทั้งมวลมีความสุข และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และมรดกวัฒนธรรมของนิวซีแลนด์ และอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นธุรกิจ การค้าและการหารายได้ซึ่งมาจากการคิดสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญา โดยมุ่งหวังจะให้เกิดผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่เป็นรายได้หลักของประเทศ



2. สิทธิและหน้าที่ทางวัฒนธรรม

ชาวนิวซีแลนด์ยอมรับความเป็นพหุสังคม และเห็นว่าความแตกต่างหลากหลายของชนชาติและกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ทำให้เกิดความร่ำรวยทางวัฒนธรรม และเห็นว่าวัฒนธรรมเมารีเป็นส่วนสำคัญของอัตลักษณ์ของนิวซีแลนด์ในฐานะเป็นทุนทางวัฒนธรรม รัฐบาลได้ให้ความสำคัญของสิทธิทางวัฒนธรรมของชาวเมารีและชนเผ่าต่าง ๆ โดยปฏิบัติตามพันธะตามสนธิสัญญาแห่ง Waitangi ที่ทุกคนเผ่ามีสิทธิในการดำรงรักษา ปกป้อง และพัฒนาวัฒนธรรมทั้งในอดีต ปัจจุบันและอนาคต ทั้งที่เป็นโบราณคดีและที่ตั้งทางประวัติศาสตร์ ภาษาเมารีได้รับการยอมรับให้เป็นภาษาราชการควบคู่กับภาษาอังกฤษ รัฐบาลไม่ต้องการให้วัฒนธรรมถูกละทิ้งไป แต่ต้องการให้คำจำกัดความใหม่ เพราะถ้าวัฒนธรรมและมรดกของเมารีได้รับการยอมรับและสนับสนุน จะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ ผลงานที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นต้นแบบได้รับการปกป้องและคุ้มครองลิขสิทธิ์โดยสมบูรณ์ ทั้งในทางแพ่งและทางอาญาตามกฎหมายลิขสิทธิ์ และศาลลิขสิทธิ์เป็นการเฉพาะ

3. การจัดระบบและโครงสร้างการบริหารงานวัฒนธรรม

นิวซีแลนด์จัดระบบการบริหารงานวัฒนธรรมโดยใช้รูปแบบของประเทศเครือจักรภพ โดยรัฐบาลจะตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบการดำเนินงานเป็นเรื่อง ๆ แล้วจัดงบประมาณสนับสนุน และตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ตามที่กำหนด โดยสามารถตัดสินใจและดำเนินนโยบายได้อย่างเบ็ดเสร็จ โดยที่รัฐจะไม่เข้าไปแทรกแซงมากนัก การบริหารงานวัฒนธรรมอยู่ในความรับผิดชอบของกระทรวงวัฒนธรรมและมรดก มีหน้าที่ให้คำแนะนำรัฐบาลในเรื่อง ความสำคัญของวัฒนธรรมและมรดก และช่วยรัฐบาลในการจัดหา และจัดการกับแหล่งทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ชาวนิวซีแลนด์ทั้งปวง บริหารโดยเงินทุนรัฐบาลที่สนับสนุนองค์กรในภาควัฒนธรรม ผู้ที่มีส่วนผลักดันความสำเร็จของภาควัฒนธรรมประกอบด้วยปัจเจกชน คือ ศิลปิน ผู้มีความสามารถพิเศษ คนทำงานวัฒนธรรม ผู้พัฒนาผลผลิต ผู้ตีความหมายมรดก ผู้จัดการวัฒนธรรม นักการตลาด และบุคคลที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ องค์กรสาธารณะ และองค์กรเอกชน นโยบายวัฒนธรรมเป็นไปเพื่อเกื้อหนุนยุทธศาสตร์การลงทุนในการคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการพัฒนาวัฒนธรรม พัฒนาผลผลิตและบริการทางวัฒนธรรม รวมทั้งการสร้างตลาดทั้งในและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานวัฒนธรรมเน้นที่แหล่งการคิดสร้างสรรค์ มรดกและอัตลักษณ์เท่า ๆ กับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางวัฒนธรรม ซึ่งสนับสนุนนักคิดสร้างสรรค์ในการสร้างและพัฒนาผลผลิตและบริการทางวัฒนธรรม ที่ก่อให้เกิดความสุขแก่ชาวนิวซีแลนด์ทั้งปวง รวมทั้งสร้างความแข็งแกร่ง และความมั่นใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเท่า ๆ กับการสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการจ้างงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและความมั่งคั่งร่ำรวย

4. การสนับสนุนและการลงทุนทางวัฒนธรรม

ศิลปะและวัฒนธรรมได้รับการสนับสนุนอย่างยิ่งในนิวซีแลนด์ รัฐบาล องค์กรท้องถิ่น ภาคเอกชน ห้างแสดงงานศิลปะเอกชน และกลุ่มในชุมชนยอมรับความสำคัญของศิลปะและมรดกวัฒนธรรมของชาติ และมีส่วนในการสนับสนุนค่าใช้จ่ายของรัฐบาลในเรื่องวัฒนธรรมคิดเป็น 142 เหรียญต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 ตลอดทศวรรษ 3 ใน 4 ของค่าใช้จ่ายของรัฐเป็นงบประมาณที่ได้รับจากงบประมาณที่ได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภา ประมาณ 1 ใน 5



ได้รับจากนิวซีแลนด์ออนแอร์ และประมาณร้อยละ 9 ที่จัดสรรให้โดยคณะกรรมการเงินช่วยเหลือของ สลากกินแบ่งนิวซีแลนด์ ในขณะที่รัฐบาลท้องถิ่นได้ใช้จ่ายด้านวัฒนธรรมประมาณ ร้อยละ 8 ของ ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนห้องสมุดและพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ส่วนการใช้จ่ายในเรื่องวัฒนธรรมของครัวเรือนเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม คิดเป็น ร้อยละ 5 ของการใช้จ่ายรวม และคิดเป็นร้อยละ 2.8 ของ GDP การลงทุนทางวัฒนธรรมมาจากรัฐบาล กลาง รัฐบาลท้องถิ่น บริษัทและปัจเจกชน ซึ่งล้วนแต่ซื้อสินค้าและบริการจากภาคศิลปะและวัฒนธรรม และสนับสนุนทรัพยากร เพื่อช่วยพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจและการส่งเสริมอัตลักษณ์ทาง วัฒนธรรม รัฐบาลพิจารณาเห็นว่าศิลปะและวัฒนธรรมของนิวซีแลนด์จะทำให้เกิดความมั่งคั่ง และ สร้างสรรค์งาน เพื่อความเจริญเติบโตในด้านอุตสาหกรรม จึงลงทุนมากกว่า 80 ล้านเหรียญในภาค วัฒนธรรมในปี 2000 หรือ 2001 เพิ่มจากงบประมาณปกติที่จัดให้ 598 ล้านเหรียญ และจะให้เงินทุน เพิ่มขึ้นมากกว่า 20 ล้านเหรียญในแต่ละปี ตลอด 3 ปีข้างหน้า ในขณะที่การลงทุนจากส่วนท้องถิ่นใน ด้านศิลปะและวัฒนธรรมมีอัตราการเพิ่มขึ้นใน 3 ปี ที่ผ่านมา ประมาณ ร้อยละ 11 ต่อปี ภาคเอกชนทั้ง ปัจเจกชนและบริษัทเป็นองค์ประกอบของเศรษฐกิจที่มีส่วนสำคัญอย่างมากในกิจการวัฒนธรรม และ อุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ และในปัจจุบันมีการซื้อประมาณ ร้อยละ 70 ของผลผลิต ทั้งหมด การลงทุนเพื่อการผลิตจากต่างประเทศ แนวโน้มที่สำคัญในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา การเพิ่มขึ้น ของการลงทุนของนักลงทุนจากต่างประเทศในการผลิตภาพยนตร์ ผลตอบแทนหลักของการลงทุนนี้ ไม่ใช่เพียงรายได้ที่เกิดจากการส่งออก แต่เป็นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ ความรู้สึกที่ดี และโอกาสใหม่ๆ ในทางธุรกิจ ภาพรวมของการบริการเพื่อการกุศลของกองทุนเพื่อการกุศลต่างๆ ใน ภาควัฒนธรรมมีจำนวนน้อยมาก แต่ยังมีโอกาส

5. อุตสาหกรรมวัฒนธรรม

นิวซีแลนด์ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจาก การคิดสร้างสรรค์ ในฐานะที่เป็นส่วนของการเป็นพลังทางเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการคิด สร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรอย่างยั่งยืน ความหลากหลายของกิจกรรมซึ่ง มีจุดเริ่มจากการคิดสร้างสรรค์ ทักษะและความชาญฉลาดของแต่ละบุคคล จากการเจริญเติบโตของ อุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่า การสร้างสรรค์งานใน อุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์จะเจริญเติบโตได้เร็วกว่าในเศรษฐกิจในภาพรวม โดยจะเพิ่ม อย่างรวดเร็วในเมืองใหญ่ โดยจะก่อให้เกิดผลผลิตอยู่ในช่วงร้อยละ 3-8 ของ GDP รัฐบาลได้ใส่ใจต่อ การพัฒนาทั้งในส่วนของการกิจการวัฒนธรรม เพื่ออนุรักษ์และก่อให้เกิดความยั่งยืนในกิจกรรมทาง ศิลปะและวัฒนธรรม ที่ชาวนิวซีแลนด์ทั้งหมดจะสามารถมีความสุขและก่อให้เกิดความเข้มแข็งและ ความมั่นใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ไปพร้อมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิด สร้างสรรค์ เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับความเข้มแข็งและยั่งยืนของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมที่เกิด จากการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะสามารถสนับสนุนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและความ มั่งคั่งของ นิวซีแลนด์

6. เครือข่ายทางวัฒนธรรม

การดำเนินงานวัฒนธรรมได้ยึดยุทธศาสตร์หลักสำคัญของความเป็นเครือข่าย และ หุ่นส่วน โดยได้จัดเครือข่ายการดำเนินงานวัฒนธรรม ทั้งในระดับนานาชาติโดยการเป็นสมาชิกที่แข็งขัน ของ UNESCO และได้มีข้อตกลงและความร่วมมือทางวัฒนธรรมในระดับภูมิภาคและพหุภาคีกับ



ประเทศต่างๆ ในระดับชาติจัดให้มีคณะรัฐมนตรีว่า ด้วยการพัฒนาวัฒนธรรม และใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาความเป็นหุ้นส่วนระหว่างภาครัฐและเอกชน ในระดับท้องถิ่นใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นกลุ่มเชื่อมโยงกัน โดยการเห็นพ้องกันของรัฐบาลกลางและท้องถิ่น ภาคเอกชน ศิลปิน และอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์โดยยอมรับว่าภาควัฒนธรรมยังยืนอยู่ได้โดยการผสมผสานกันระหว่างปัจเจกชน องค์กรการกุศล การสนับสนุนจากองค์กร การสนับสนุนจากรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น และแรงงานอาสาสมัคร

7. คุณภาพและมาตรฐานทางวัฒนธรรม

นิวซีแลนด์มีการดำเนินการเพื่อให้แน่ใจว่าประชาชนจะได้บริโภคงานวัฒนธรรมที่มีคุณภาพและมาตรฐาน จึงจัดดำเนินการเพื่อควบคุมคุณภาพและมาตรฐานทางวัฒนธรรมใน 2 ลักษณะ กล่าวคือ หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบในการควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานในผลผลิตทางวัฒนธรรมของสมาชิก เช่น สมาคมผู้พิมพ์หนังสือควบคุมดูแลมาตรฐานในวิชาชีพของสมาชิก สมาคมนักเขียนนิวซีแลนด์ ตรวจสอบคุณภาพงานของนักเขียนนิวซีแลนด์ เพื่อยกระดับความเป็นมืออาชีพ และส่งเสริมการปฏิบัติที่ยุติธรรมแก่คนอื่น ๆ เป็นต้น ในขณะที่รัฐบาลรับผิดชอบดูแลควบคุมคุณภาพและมาตรฐานทางวัฒนธรรมโดยใช้มาตรการทางกฎหมาย เพื่อตรวจตราสิ่งตีพิมพ์เผยแพร่ที่จะเป็นอันตรายต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน

8. การสร้างสรรค์วัฒนธรรม และการวัฒนธรรมศึกษา

นิวซีแลนด์ได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการขับเคลื่อน ทั้งกิจกรรมวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมที่เกิดจากการสร้างสรรค์เพื่อเป็นพลังในการสร้างผลผลิตและสร้างความคล่องตัวในการตลาด การพัฒนาและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเหล่านี้เป็นแกนหลักทางธุรกิจของอุตสาหกรรมที่เกิดจากการสร้างสรรค์ โดยมองว่าศิลปะมิใช่เพียงแค่การสื่อความคิดเท่านั้น แต่เป็นหนทางที่จะเกิดความคิด และสร้างสรรค์ความคิด การคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกชนเป็นหัวใจของกระบวนการทั้งหมด การฝึกอบรมและความสามารถพิเศษเป็นองค์ประกอบและเป็นความจำเป็นร่วมกัน รัฐบาลได้นำศิลปะเข้าไปในหลักสูตร ทั้งในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา โดยให้ความสนใจที่นาฏศิลป์ การละคร ดนตรี และทัศนศิลป์ เพื่อวัตถุประสงค์แห่งความสำเร็จอย่างพึงพอใจของแต่ละบุคคล และได้จัดให้มีการศึกษาและฝึกอบรมเป็นพิเศษทางวัฒนธรรมในระดับมหาวิทยาลัย และโพลีเทคนิคโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการตลาด ซึ่งจะทำให้เกิดผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจเน้นการพัฒนาความเป็นมืออาชีพและสนับสนุนในส่วนของการคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกชนจากงานอาชีพของเขา โดยพยายามทำให้เปลี่ยนจากการอาชีพ เป็นกิจการและเป็นอุตสาหกรรมในที่สุด รัฐบาลได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่ทางวัฒนธรรม เพื่อเสริมในการคิดสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม กล่าวคือ หน่วยพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ จัดหาผู้มีความสามารถพิเศษใหม่ ๆ ให้เข้าสู่อุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ กองทุนแหล่งทรัพยากรเพื่อการคิดสร้างสรรค์ เพื่อคิดค้นและสนับสนุนนโยบายที่เน้นความต้องการทางศิลปินและบุคคลในอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ในทุกสาขาอาชีพ รวมทั้ง การช่วยศิลปินในการสร้างงานด้วยตนเอง และธุรกิจขนาดเล็ก นอกจากนั้นการฝึกอบรมทางวัฒนธรรมรัฐบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ยังถือเป็นหน้าที่ขององค์กรต่าง ๆ ที่จะต้องดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น วงออเครสตราเยาวชน โรงเรียน นาฏศิลป์ โรงเรียนการละคร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ได้เปิดโปรแกรมสำหรับโรงเรียนเชื่อมโยงกับหลักสูตร เป็นการเสริมประสบการณ์ในห้องเรียน โดยพยายามทำให้พิพิธภัณฑ์เป็นแหล่งทรัพยากรใน



การสอนและจัดโอกาสสำหรับการเรียนรู้ที่ตื่นเต้น สนุกสนาน โดยได้เตรียมไว้สำหรับการเรียนในโรงเรียน การเรียนนอกห้องเรียน เป็นต้น

9. ความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศ

นิวซีแลนด์มีข้อตกลงทางวัฒนธรรมกับประเทศต่างๆ ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีโครงการแลกเปลี่ยนระหว่างนิวซีแลนด์กับญี่ปุ่น เพื่อการศึกษาซึ่งมีวัฒนธรรมรวมอยู่ด้วย รัฐมนตรีวัฒนธรรมของนิวซีแลนด์เป็นสมาชิกของสภารัฐมนตรีวัฒนธรรมแห่งออสเตรเลีย ซึ่งเป็นเวทีที่รัฐมนตรีวัฒนธรรมของสมาพันธรัฐออสเตรเลีย และรัฐต่าง ๆ จะมาประชุมเพื่อพิจารณาประเด็นนโยบายร่วมกันทุกปี นิวซีแลนด์มีข้อตกลงทางวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการในระดับรัฐบาลต่อรัฐบาลกับฝรั่งเศสและอิตาลี นิวซีแลนด์เป็นสมาชิกที่แข็งขันของ UNESCO รวมทั้งมีข้อตกลงในการร่วมกันผลิตภาพยนตร์กับสหราชอาณาจักร แคนาดา อิตาลี ฝรั่งเศสและออสเตรเลีย

10. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับประเทศไทย จาก

การศึกษาการดำเนินงานวัฒนธรรมของประเทศนิวซีแลนด์แล้วพบจุดเด่นและข้อดีดำเนินงานที่น่าจะนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับประเทศไทยดังนี้

10.1 ระบบบริหารงานวัฒนธรรม ประเทศไทยอาจพิจารณาให้ความสำคัญกับงานด้านวัฒนธรรมในระดับสูงเช่นเดียวกับนิวซีแลนด์ โดยอาจจะจัดให้มีคณะรัฐมนตรีว่าด้วยการพัฒนาวัฒนธรรมเพื่อให้กระทรวงและหน่วยงานต่างๆ ที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับเรื่องวัฒนธรรมได้มาประสานงานกันในระดับนโยบาย และรัฐบาลอาจพิจารณาจัดตั้งกระทรวงที่รับผิดชอบ ในการดำเนินงานด้านศิลปะ วัฒนธรรมและมรดกวัฒนธรรมขึ้นเป็นการเฉพาะ เพื่อรองรับการลงทุนในเรื่องของศิลปะ วัฒนธรรมและมรดกวัฒนธรรมที่จะมีใช้จะได้ผลตอบแทนเพียงแค่ความสุข และความเจริญงอกงามทางจิตใจของคนในชาติแค่นั้น แต่จะมีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจ้างงานในอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ การบริโภคสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม รวมทั้งการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อศึกษาและเยี่ยมชมแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่มากในเมืองไทย ในขณะเดียวกันก็ต้องทำความเข้าใจและเสริมบทบาทขององค์กรปกครองท้องถิ่น ในการรับผิดชอบการดำเนินงานวัฒนธรรมอย่างจริงจังด้วย

10.2 การดำเนินงานวัฒนธรรม สมควรที่ประเทศไทยจะต้องตัดสินใจกำหนดความหมาย และขอบเขตการดำเนินงานวัฒนธรรมของชาติให้ชัดเจน และมีขอบเขตที่ครอบคลุมเรื่องที่จะดำเนินการ โดยอาจจะต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าจะต้องการกำหนดเป้าหมายผลตอบแทนทั้งทางสังคมและทางเศรษฐกิจควบคู่กันให้ชัดเจน และมีลำดับความสำคัญอย่างไร ซึ่งจะเกี่ยวข้องไปถึงการตัดสินใจในการดำเนินงานและการลงทุนในเรื่องต่างๆ ทั้งในส่วนของอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี หนังสือ และอื่นๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงาน และการสร้างงานด้วยตนเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้จากการขายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมจำนวนมาก

10.3 ระบบการสนับสนุนและการลงทุนทางวัฒนธรรม ประเทศไทยน่าจะต้องให้การสนับสนุนงานวัฒนธรรมของชาติ ทั้งในส่วนของงบประมาณที่ควรจะได้รับเพิ่มขึ้น งบประมาณสนับสนุนในลักษณะกองทุนต่างๆ ทั้งกองทุนส่งเสริมงานวัฒนธรรม และกองทุนอื่นๆ ที่ควรจะต้องเพิ่มขึ้นที่ควรจะมีมากพอที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานวัฒนธรรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้อย่างจริงจัง รวมทั้งการนำกำไรที่ได้จากการขายสลากกินแบ่งรัฐบาลซึ่งเป็นเงินที่จะนำมาใช้ในกิจการสาธารณะต่างๆ ควรจะนำมาใช้ในกิจการด้านศิลปะ วัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมในสัดส่วนที่มากพอสมควร



รวมทั้งการสนับสนุนจากองค์กรปกครองท้องถิ่นในเรื่องวัฒนธรรม เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลควรมีนโยบายที่ชัดเจนในเรื่องการลงทุนและการสนับสนุนการลงทุนทางวัฒนธรรม ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม นิวซีแลนด์สนใจเรื่องการลงทุนจากต่างประเทศในกิจการอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในนิวซีแลนด์มาก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพราะนอกจากจะได้ผลตอบแทนต่างๆ แล้วยังก่อให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้และทักษะในอุตสาหกรรมนั้นๆ ด้วย ซึ่งประเทศไทยควรจะนำความคิดและวิธีการนี้มาประยุกต์ใช้บ้าง

10.4 อุตสาหกรรมวัฒนธรรม ประเทศนิวซีแลนด์เป็นตัวอย่างหนึ่งของประเทศที่มียุทธศาสตร์ในการลงทุนในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ที่เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์อย่างชัดเจนมาก ในการวางแผนมีการศึกษาและสำรวจข้อมูล มีการพัฒนานโยบายและยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานวัฒนธรรม มีการพัฒนายุทธศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และอื่นๆ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานวัฒนธรรมใน 10 ปีข้างหน้า รวมทั้งการเสนอแนวทางในการพัฒนาด้านทัศนศิลป์ จนทำให้มีข้อมูลที่จะนำมากำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ในการลงทุนในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน ในส่วนของประเทศไทยนอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้หลักเข้าประเทศ โดยส่วนหนึ่งใช้ทรัพย์สินสมบัติทางวัฒนธรรมที่เรามีอยู่อย่างมากมาย (ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม) เป็นพื้นฐานแล้ว แต่น่าจะได้รับการพิจารณาส่งเสริมให้มากกว่านี้ ส่วนในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ของคนไทย ยังไม่มีความชัดเจนมากนักกว่าได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากนักน้อยเพียงใด ภาครัฐจะมีจุดยืนให้ชัดเจน ทั้งนี้รวมทั้งอุตสาหกรรมวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ด้วย ถ้าพิจารณาในส่วนของการจ้างงานจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมแล้ว สมควรที่จะต้องหยิบยกเรื่องการจ้างงาน หรือการสร้างงานด้วยตนเองในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมต่าง ๆ มาพิจารณา และให้การส่งเสริม สนับสนุนให้มากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการจ้างงานและการสร้างงานด้วยตนเองในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมที่คนไทยมีพื้นความรู้ ความชำนาญเป็นพิเศษ เช่น งานหัตถกรรม การออกแบบ ดนตรี และอื่นๆ

10.5 การสร้างสรรค์วัฒนธรรมและการวัฒนธรรมศึกษา ประเทศนิวซีแลนด์ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมอย่างยิ่ง โดยการตั้งหน่วยงานที่เรียกว่า Creative New Zealand ขึ้น ทำหน้าที่ในการคิดและสร้างสรรค์วัฒนธรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของทัศนศิลป์ และได้รับงบประมาณเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งประเทศไทยควรจะต้องจัดให้มีหน่วยงานในลักษณะนี้เพื่อทำหน้าที่ในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของไทยเช่นกัน

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายตรง

พระราชบัญญัติ

ขายตรงและตลาดแบบตรง

พ.ศ. 2545

ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2545

เป็นปีที่ 57 ในรัชกาลปัจจุบัน



พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า

โดยที่เป็นการสมควรให้มีกฎหมายว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรง

พระราชบัญญัตินี้มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 50 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “พระราชบัญญัติ ขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545”

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยยี่สิบวันนับแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

“ขายตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภค โดยตรง ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

“ตลาดแบบตรง” หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอ ขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อ ผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภคแต่ละราย ตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ ตลาดแบบตรงนั้น

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ

“ผู้จำหน่ายอิสระ” หมายความว่า บุคคลที่ได้รับโอนกรรมสิทธิ์ในสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ ขายตรงและนำสินค้าหรือบริการดังกล่าวไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

“ตัวแทนขายตรง” หมายความว่า บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการ ไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค

“ซื้อ” หมายความว่ารวมถึง เช่า เช่าซื้อ หรือได้มาไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยให้ค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผล ประโยชน์ อื่นๆ

“ขาย” หมายความว่ารวมถึง ให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือจัดหาให้ไม่ว่าด้วยประการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือ ผลประโยชน์อื่น ๆ ตลอดจนการเสนอหรือการชักชวนเพื่อการดังกล่าวด้วย

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

“บริการ” หมายความว่า การรับจัดทำกรงาน การให้สิทธิใด ๆ หรือการให้ใช้หรือให้ประโยชน์ในทรัพย์สินหรือ กิจการใด ๆ โดยเรียกค่าตอบแทนเป็นเงินหรือผลประโยชน์อื่น แต่ไม่รวมถึงการจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน



“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง
 “กรรมการ” หมายความว่า กรรมการขายตรงและตลาดแบบตรง
 “นายทะเบียน” หมายความว่า เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 “พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตาม
 พระราชบัญญัตินี้

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้
 มาตรา 4 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และให้มีอำนาจแต่งตั้ง
 พนักงานเจ้าหน้าที่และออก กฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้
 กฎกระทรวงนั้นเมื่อประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้
 มาตรา 5 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจ
 ดังต่อไปนี้

1. มีหนังสือเรียกบุคคลมาให้ถ้อยคำ แจ้งข้อเท็จจริง หรือทำคำชี้แจงเป็นหนังสือ
 หรือให้ส่งบัญชี ทะเบียน เอกสาร หรือหลักฐานใดเพื่อตรวจสอบหรือประกอบการพิจารณา
2. เข้าไปในสถานที่ทำการของผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาด
 แบบตรง ในระหว่างเวลาทำการของสถานที่นั้น เพื่อสอบถาม ข้อเท็จจริงหรือตรวจดูเอกสาร หรือ
 หลักฐานเพื่อตรวจสอบการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้
3. เก็บหรือนำสินค้าในปริมาณพอสมควรไปเป็นตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบหรือ
 วิเคราะห์ โดยไม่ต้องชำระราคาสินค้านั้น ทั้งนี้ การเก็บหรือนำสินค้าตัวอย่างไปและการให้คืนสินค้า
 ตัวอย่างตามความประสงค์ของเจ้าของให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการ ประกาศกำหนด
 การใช้อำนาจตามวรรคหนึ่ง (2) ต้องปฏิบัติตามระเบียบที่เลขาธิการคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
 กำหนด ระเบียบดังกล่าว อย่างน้อยต้องกำหนดถึงการแสดงความบริสุทธิ์ก่อนการเข้าไป การมอบบันทึก
 เหตุผลในการเข้าไปให้แก่ผู้ครอบครองสถานที่ และการรายงานการปฏิบัติหน้าที่ต่อผู้บังคับบัญชาในการ
 ปฏิบัติหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอำนวยความสะดวกตามสมควร

มาตรา 6 ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องแสดงบัตร
 ประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ บัตรประจำตัวของพนักงานเจ้าหน้าที่ ให้เป็นไปตามแบบที่
 คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 7 ในการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ ให้กรรมการ อนุกรรมการ นาย
 ทะเบียน และพนักงานเจ้าหน้าที่เป็นเจ้าพนักงาน ตามประมวลกฎหมายอาญา

หมวด 2 การประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

มาตรา 19 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงและผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
 ดำเนินกิจการในลักษณะที่เป็นการชักชวน ให้บุคคลเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง
 หรือในการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง โดยตกลงว่าจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนจากการหาผู้เข้าร่วม
 เครือข่ายดังกล่าว ซึ่งกำหนดจากจำนวนผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจขายตรง

มาตรา 20 ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจขายตรง เว้นแต่จะได้จดทะเบียนการประกอบ
 ธุรกิจขายตรงตามพระราชบัญญัตินี้



มาตรา 21 ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องดำเนินการให้เป็นไปตาม แผนการจ่ายผลตอบแทนของตนที่ได้ยื่นต่อนายทะเบียน ตาม มาตรา 38

แผนการจ่ายผลตอบแทนต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ต้องไม่กำหนดให้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ที่ไม่ใช่ลูกจ้างได้รับผลตอบแทนที่เป็น รายได้หลักจากการรับสมัคร บุคคลหรือ แนะนำผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ที่ไม่ใช่ลูกจ้างอื่นเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรง
2. ผลตอบแทนที่เป็นรายได้หลักของผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ที่ไม่ใช่ลูกจ้างขึ้นอยู่กับยอดขายสินค้าหรือบริการ แก่ผู้บริโภค รวมไปถึงการซื้อเพื่อการใช้หรือบริโภคเอง
3. ต้องไม่บังคับให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้า
4. ต้องไม่ชักจูงให้ผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าในปริมาณมากเกินไปอย่างไม่สม

เหตุผล

5. ต้องแสดงวิธีการคิดคำนวณการจ่ายผลตอบแทนที่ตรงต่อความเป็นจริง หรือ เป็นไปได้จริงและอย่างเปิดเผยชัดเจน

6. ลักษณะอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด

แผนการจ่ายผลตอบแทนใดที่มีลักษณะแตกต่างไปจากที่กำหนดไว้ในวรรคสอง ให้มีผลบังคับใช้เท่าที่เป็นธรรม แก่ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้าง

มาตรา 22 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุ อุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการประกอบธุรกิจขายตรงจากผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ที่ไม่ใช่ลูกจ้าง ในอัตราสูงกว่า ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 23 สัญญาระหว่างผู้จำหน่ายอิสระกับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ทำเป็นหนังสือซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทน
2. เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมการสมัคร ค่าฝึกอบรม ค่าวัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย หรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ
3. เงื่อนไขที่ชัดเจนเกี่ยวกับการที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงจะรับซื้อสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือ หรืออุปกรณ์ส่งเสริม ธุรกิจคืนจากผู้จำหน่ายอิสระ ตลอดจนกำหนดระยะเวลาที่ผู้จำหน่ายอิสระสามารถใช้สิทธิดังกล่าว ความในวรรคหนึ่ง (1) และ (2)ให้นำมาใช้บังคับแก่ตัวแทนขายตรงที่ไม่ใช่ลูกจ้างด้วย

มาตรา 24 ในการนำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระต้องดำเนินการตามเงื่อนไขและ แผนการขาย ที่ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงกำหนด

มาตรา 25 เมื่อผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืนสินค้า วัสดุอุปกรณ์ส่งเสริมการขาย ชุดคู่มือ หรืออุปกรณ์ส่งเสริมธุรกิจที่ซื้อไปจาก ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงซื้อคืนตาม มาตราที่ผู้จำหน่ายอิสระได้จ่าย ภายในระยะเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่ผู้จำหน่ายอิสระใช้สิทธิคืน แต่ในการใช้สิทธิคืนกรณีนี้ที่สัญญาตาม มาตรา 23 สิ้นสุดลง ผู้ประกอบธุรกิจ ขายตรงมีสิทธิหักค่าดำเนินการ ได้ไม่เกินอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนด และมีสิทธิหักกลบลบหนี้ใด ๆ อันเกี่ยวกับสัญญาตาม มาตรา 23 ที่ผู้จำหน่ายอิสระจะต้องชำระได้



มาตรา 26 ในการเข้าไปติดต่อเพื่อเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่น หรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริโภคหรือผู้ครอบครองสถานที่นั้นก่อน และต้องไม่กระทำการอื่น เป็นการรบกวนหรือก่อให้เกิดความรำคาญแก่บุคคลดังกล่าว ในการนี้ผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรงต้องแสดงบัตรประจำตัวประชาชนและบัตรประจำตัวผู้จำหน่ายอิสระหรือตัวแทนขายตรง ซึ่งออกโดยผู้ประกอบการขายตรงด้วย

ส่วนที่ 2 การประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง

มาตรา 27 ห้ามมิให้ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง เว้นแต่จะได้จดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดตรงตาม พระราชบัญญัตินี้

มาตรา 28 ข้อความในการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามที่ กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 29 ให้นำบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา มาใช้บังคับแก่การสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงโดยอนุโลม โดยให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรี และให้ถือว่าอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ การว่าด้วยการโฆษณา เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

หมวด 3 การคุ้มครองผู้บริโภค

มาตรา 30 ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงมีหน้าที่ส่งมอบเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือ บริการแก่ผู้บริโภค

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่งต้องมีข้อความภาษาไทยที่อ่านเข้าใจง่าย โดยระบุชื่อผู้ซื้อและผู้ขาย วันที่ซื้อขายและ วันที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ รวมทั้งสิทธิของผู้บริโภคในการเลิกสัญญา ซึ่งสิทธิเลิกสัญญาดังกล่าวต้องกำหนดด้วยตัวอักษรที่เห็นเด่นชัดกว่าข้อความทั่วไป

มาตรา 31 คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่ใช้วิธีการขายตรงหรือตลาด แบบตรง โดยถือเอาราคาสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับการคุ้มครองและประเภทสินค้าหรือบริการเป็นสำคัญ

เอกสารการซื้อขายตามวรรคหนึ่ง อย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

1. รายละเอียดตาม มาตรา 30
2. กำหนดเวลา สถานที่ และวิธีการในการชำระหนี้
3. สถานที่ และวิธีการในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ
4. วิธีการเลิกสัญญา
5. วิธีการคืนสินค้า
6. การรับประกันสินค้า
7. การเปลี่ยนสินค้าในกรณีมีความชำรุดบกพร่อง

ประกาศกำหนดรายละเอียดในเอกสารการซื้อขายให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรา 32 การซื้อขายสินค้าหรือบริการใดที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงไม่ได้จัด ให้มีเอกสารการซื้อขายที่มีรายละเอียดตาม มาตรา 30 หรือ มาตรา 31 ย่อมไม่มีผลผูกพันผู้บริโภค



มาตรา 33 ในการซื้อสินค้าหรือบริการจากการขายตรงหรือจากการขายผ่านตลาดแบบตรง ผู้บริโภคมีสิทธิเลิกสัญญาโดย การส่งหนังสือแสดงเจตนาภายในเวลาเจ็ดวันนับแต่วันที่ได้รับสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง สำหรับธุรกิจขายตรง ผู้บริโภคจะแจ้งไปยังผู้จำหน่ายอิสระหรือ ตัวแทนขายตรงที่เกี่ยวข้องก็ได้
บทบัญญัติตามวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับประเภท ราคาหรือชนิดของสินค้าหรือบริการตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา

มาตรา 34 ผู้บริโภคที่ใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม มาตรา 33 ต้องเลือกปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้

1. ส่งคืนสินค้าไปยังผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง ในกรณีการขายตรง หรือส่งคืนสินค้า ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ในกรณีตลาดแบบตรง
2. เก็บรักษาสินค้าไว้ตามสมควรภายในระยะเวลาสี่สิบเอ็ดวัน นับแต่วันที่ใช้สิทธิเลิกสัญญา เว้นแต่สินค้านั้นเป็นของเสียง่าย โดยสภาพไม่อาจเก็บรักษาได้ภายในระยะเวลาดังกล่าว ให้เก็บรักษาตามเวลาและวิธีการอันควรแก่สภาพ เมื่อพ้นกำหนดนั้นแล้ว ผู้บริโภคจะเก็บรักษาสินค้านั้นไว้หรือไม่ก็ได้ผู้บริโภคที่เลือกปฏิบัติตามวรรคหนึ่ง (2) มีหน้าที่ต้องส่งคืนสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจ ขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี มารับคืน ณ ภูมิลำเนาของผู้บริโภค แต่ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง ขอให้ผู้บริโภคส่งคืนสินค้าทางไปรษณีย์โดยเรียกเก็บเงินปลายทาง ภายใน ระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง (2) ผู้บริโภคต้องส่งคืนสินค้านั้นตามคำขอของผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว ถ้าสินค้าเป็นของใช้สิ้นเปลือง ผู้บริโภคมีหน้าที่คืนเฉพาะส่วนที่เหลือจากการใช้ ก่อนใช้สิทธิเลิกสัญญาหลักเกณฑ์และวิธีการในการคืนสินค้าและบริการให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ผู้บริโภคมีสิทธิที่จะยึดหน่วงสินค้าไว้ได้จนกว่าจะได้รับคืนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายไปในการซื้อสินค้านั้น

มาตรา 35 ภายใต้บังคับ มาตรา 34 หากสินค้าหรือบริการนั้นบุบสลาย หรือสูญหาย เพราะความผิดของผู้บริโภค หรือ ผู้บริโภคได้ทำให้การคืนสินค้าหรือบริการกลายเป็นพันธีย ให้ผู้บริโภคชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรง แล้วแต่กรณี เว้นแต่เป็นความเสียหายที่เกิดขึ้นตามปกติจาก การเปิดการประกอบ หรือการผสมเพื่อใช้สินค้าหรือบริการ

มาตรา 36 เมื่อผู้บริโภคใช้สิทธิเลิกสัญญาตาม มาตรา 33 ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงคืนเงินเต็มจำนวนที่ผู้บริโภคจ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ภายในกำหนดเวลาสิบห้าวันนับแต่วันที่รับหนังสือแสดงเจตนาเลิกสัญญา ในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงใดไม่คืนเงินตามจำนวน และภายในกำหนดระยะเวลาตามวรรคหนึ่ง ให้ผู้จำหน่ายอิสระ ตัวแทนขายตรง ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดแบบตรงนั้นชำระเบี้ยปรับตามอัตราที่คณะกรรมการประกาศกำหนดให้แก่ผู้บริโภค

มาตรา 37 คำรับประกันสินค้าหรือบริการให้จัดทำเป็นภาษาไทยและระบุถึงสิทธิของผู้บริโภคในการเรียกร้องสิทธิตามคำรับประกันที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ถึงเงื่อนไขที่ระบุไว้ รายละเอียดเกี่ยวกับคำรับประกันสินค้าหรือบริการตามวรรคหนึ่งให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด



หมวด 4 การจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

มาตรา 38 บุคคลใดประสงค์จะประกอบธุรกิจขายตรงหรือประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้ยื่นคำขออนุญาตนายทะเบียน ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด สำหรับผู้ประกอบธุรกิจขายตรง ให้ยื่นแผนการจ่ายผลตอบแทนพร้อมกับคำขอตามวรรคหนึ่งด้วย ในกรณีจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทน ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงให้นายทะเบียน ทราบก่อนจึงจะนำไปปฏิบัติได้

มาตรา 39 คำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงและการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง ให้เป็นไปตามแบบที่คณะกรรมการ ประกาศกำหนด ซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

1. ชื่อของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
2. ภูมิลำเนาของผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง
3. ประเภทหรือชนิดของสินค้าหรือบริการ
4. วิธีการขายสินค้าหรือบริการ

หมวด 5 นายทะเบียน

มาตรา 40 ในการปฏิบัติหน้าที่ของนายทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ให้นายทะเบียน มีอำนาจเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ คำชี้แจง หรือให้ส่งเอกสารและหลักฐานที่จำเป็นมาเพื่อ ประกอบการพิจารณาหรือตรวจสอบได้

มาตรา 41 เมื่อได้รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงให้นายทะเบียนพิจารณาและตรวจสอบ ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. แผนการจ่ายผลตอบแทนต้องไม่ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
2. สินค้าหรือบริการมีลักษณะตรงตามที่ได้มีการสื่อสารข้อมูลเพื่อเสนอขาย
3. สัญญา มีรายการถูกต้องและครบถ้วนตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ในกรณีที่นายทะเบียนเห็นว่า การยื่นคำขอนั้นถูกต้องตาม มาตรา 38 วรรคหนึ่ง และ มาตรา 39 ให้นายทะเบียนรับจดทะเบียน การประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง และแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขอทราบภายในสี่สิบห้าวันนับแต่วันที่รับคำขอจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือ ตลาดแบบตรงในกรณีที่นายทะเบียนเห็นว่า การยื่นคำขอนั้นไม่ถูกต้องตาม มาตรา 38 วรรคหนึ่ง และ มาตรา 39 ให้มีคำสั่งให้ผู้ยื่น คำขอแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้องภายในเวลาอันสมควร เมื่อผู้ยื่นคำขอได้แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงถูกต้องแล้ว ให้นายทะเบียนรับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงและแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ยื่นคำขอทราบภายในสามสิบวันนับ แต่วันที่ได้รับ เอกสารดังกล่าว ในกรณีที่ผู้ยื่นคำขอไม่ปฏิบัติตามคำสั่งที่ให้แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงภายในเวลาที่กำหนด ให้นายทะเบียนมีคำสั่ง ไม่รับจดทะเบียน การประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง และให้นายทะเบียนแจ้งเป็นหนังสือพร้อมทั้งเหตุผลให้ผู้ยื่นคำขอทราบภายในเจ็ดวันนับแต่วันสิ้นกำหนดเวลาให้ ปฏิบัติตามคำสั่ง

มาตรา 42 กรณีปรากฏแก่นายทะเบียนในภายหลังว่าผู้ประกอบธุรกิจขายตรงหรือ ผู้ประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงรายใดประกอบธุรกิจ ขายตรงหรือตลาดแบบตรงไม่เป็นไปตาม พระราชบัญญัตินี้ ให้นายทะเบียนมีอำนาจเพิกถอนการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาด



แบบตรง และแจ้งเป็นหนังสือพร้อม ทั้งเหตุผลให้ผู้ ประกอบธุรกิจขายตรงหรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรงทราบภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่มีคำสั่งเพิกถอน

หมวด 6 การอุทธรณ์

มาตรา 43 ในกรณีที่นายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรง ตาม มาตรา 41 หรือมีคำสั่ง เพิกถอนการจดทะเบียนการประกอบธุรกิจขายตรงหรือตลาดแบบตรงตาม มาตรา 42 ให้ผู้ยื่นคำขอ ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง หรือผู้ประกอบการตลาดแบบตรงแล้วแต่กรณี มีสิทธิอุทธรณ์เป็นหนังสือต่อคณะกรรมการในสามสิบวันนับ แต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งไม่รับจดทะเบียนหรือหนังสือแจ้งคำสั่งเพิกถอนของนายทะเบียน

คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

มาตรา 44 หลักเกณฑ์และวิธีการยื่นอุทธรณ์ และวิธีการพิจารณาอุทธรณ์ ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด

หมวด 7 บทกำหนดโทษ

มาตรา 45 ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการหรือคณะกรรมการ ตาม มาตรา 16 ต้องระวางโทษ จำคุกไม่เกิน หนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 46 ผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 19 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี และปรับไม่เกินห้าแสนบาท

มาตรา 47 ผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 20 หรือ มาตรา 27 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

มาตรา 48 ผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 21 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามแสนบาท

มาตรา 49 ผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 22 หรือ มาตรา 28 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ

มาตรา 50 ผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 23 หรือ มาตรา 25 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

มาตรา 51 ผู้ใดฝ่าฝืน มาตรา 26 มาตรา 30 วรรคหนึ่ง หรือ มาตรา 37 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามหมื่นบาท

มาตรา 52 ผู้ประกอบธุรกิจขายตรงใดไม่แจ้งการเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายผลตอบแทนให้นายทะเบียนทราบ ตาม มาตรา 38 วรรคสาม ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามแสนบาท

มาตรา 53 ผู้ใดกระทำความผิดต้องระวางโทษตามพระราชบัญญัตินี้ เมื่อพ้นโทษแล้วยังไม่ครบกำหนดห้าปี กระทำความผิด ต่อพระราชบัญญัตินี้ อีก ต้องระวางโทษเป็นสองเท่าของโทษที่กำหนดไว้สำหรับความผิดนั้น

มาตรา 54 ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดซึ่งต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้เป็นนิติบุคคลให้กรรมการผู้จัดการ หรือบุคคลใด ซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น ต้องรับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้สำหรับความผิดนั้น ๆ ด้วย เว้นแต่ จะพิสูจน์ได้ว่าตนมิได้มีส่วนในการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้น

มาตรา 55 บรรดาความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ เว้นแต่กรณีตาม มาตรา 46 ให้คณะกรรมการมีอำนาจเปรียบเทียบได้ และในการนี้ ให้คณะกรรมการมีอำนาจมอบหมายให้คณะอนุกรรมการ พนักงานสอบสวนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนิน การเปรียบเทียบได้ โดยจะกำหนด



หลักเกณฑ์ในการเปรียบเทียบหรือเงื่อนไข ประการใดๆ ให้แก่ผู้ได้รับมอบหมายตามที่เห็นสมควรก็ได้ ภายใต้บังคับของบทบัญญัติตามวรรคหนึ่ง ในการสอบสวน ถ้าพนักงานสอบสวนพบว่าบุคคลใดกระทำความผิดตาม พระราชบัญญัตินี้ และบุคคลนั้นยินยอมให้เปรียบเทียบ ให้พนักงานสอบสวนส่งเรื่องมายัง คณะกรรมการหรือผู้ซึ่งคณะกรรมการมอบหมายให้มีอำนาจเปรียบเทียบตามวรรคหนึ่ง ภายในเจ็ดวัน นับแต่วันที่ผู้นั้นแสดงความยินยอมให้เปรียบเทียบ เมื่อผู้กระทำความผิดได้เสียค่าปรับตามที่ เปรียบเทียบแล้ว ให้ถือว่าคดีเลิกกัน ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา (เครือข่ายกฎหมาย ขายมมหาชนไทย. 2557 : เว็บไซต์)

บริบทพื้นที่ที่วิจัย

จังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่รองจากจังหวัดนครราชสีมาและอุบลราชธานี ตามลำดับ, มีเศรษฐกิจ และความเป็นศูนย์กลางรองจากจังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ในจุดที่ถนนมิตรภาพ จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนไปเข้าภาคเหนือที่อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ และเดินทาง เข้าสู่ประเทศลาวทั้งทางด้านทิศใต้และทิศตะวันตกของลาว อาณาเขตทางทิศเหนือติดกับจังหวัดเลย จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดอุดรธานี ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดมหาสารคามและจังหวัดกาฬสินธุ์ ทิศใต้ติดกับจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดนครราชสีมา ทิศตะวันตกติดกับจังหวัดชัยภูมิและจังหวัด เพชรบูรณ์





ที่มา : แผนที่ไทย.คอม (ม.ป.ป. เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 5 แผนที่จังหวัดขอนแก่น

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ที่ตั้งและพื้นที่

จังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 15-17 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101-103 องศาตะวันออก ซึ่งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจาก กรุงเทพมหานคร 445 กิโลเมตร มีพื้นที่ 10,885.99 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6.8 ล้านไร่ ภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบ มีลักษณะสูงต่ำสลับเป็นลูกคลื่นลาดเทไปทางทิศตะวันออกและทิศใต้ มีที่ราบลุ่มแถบลุ่มน้ำชีและลุ่มน้ำพอง พื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 100 - 200 เมตร



1.2 อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดกับ	จังหวัดอุดรธานี เลย และหนองบัวลำภู
ทิศใต้	ติดกับ	จังหวัดนครราชสีมา และบุรีรัมย์
ทิศตะวันออก	ติดกับ	จังหวัดกาฬสินธุ์ และมหาสารคาม
ทิศตะวันตก -	ติดกับ	จังหวัดชัยภูมิ และเพชรบูรณ์

1.3 การปกครอง

อำเภอ

จำนวน 26 อำเภอ 198 ตำบล 2,331 หมู่บ้าน และ 389 ชุมชน (ที่ทำการปกครองจังหวัดขอนแก่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น - จำนวน 225 แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 1 แห่ง เทศบาล จำนวน 66 แห่ง (เทศบาลนคร จำนวน 1 แห่ง เทศบาลเมือง จำนวน 4 แห่ง และเทศบาลตำบล จำนวน 61 แห่ง) และ องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 158 แห่ง ราชการส่วนภูมิภาค - 33 ส่วนราชการ ราชการส่วนกลางและรัฐวิสาหกิจ - 208 หน่วยงาน

1.4 ประชากร

ประชากรรวม 1,767,601 คน แยกเป็นชาย 876,252 คน หญิง 881,349 คน จำนวนบ้าน 521,559 หลัง (ที่มา : กรมการปกครอง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2554)

1.5 เส้นทางคมนาคม

ทางรถยนต์ มีทางหลวงแผ่นดินผ่านพื้นที่จำนวน 7 สาย ได้แก่
 ทางหลวงหมายเลข 2 : สระบุรี-นครราชสีมา-ขอนแก่น-อุดรธานี-หนองคาย
 ทางหลวงหมายเลข 12 : ขอนแก่น-เพชรบูรณ์
 ทางหลวงหมายเลข 23 : แยกจากทางหลวงหมายเลข 2 ผ่านอำเภอบ้านไผ่ (ขอนแก่น) - มหาสารคาม
 ทางหลวงหมายเลข 201 : ขอนแก่น-ชัยภูมิ-เลย
 ทางหลวงหมายเลข 207 : ขอนแก่น-บุรีรัมย์
 ทางหลวงหมายเลข 208 : ขอนแก่น-มหาสารคาม
 ทางหลวงหมายเลข 209 : ขอนแก่น-กาฬสินธุ์
 ทางรถไฟ เส้นทางจาก กรุงเทพฯ-หนองคาย ขนานกับทางหลวงหมายเลข 2 หรือถนนมิตรภาพ ผ่านอำเภอในเขตพื้นที่ คือ อำเภอพล บ้านไผ่ บ้านแฮด เมืองขอนแก่น น้ำพอง และเขาสวนกวาง

ทางเครื่องบิน มีท่าอากาศยานพาณิชย์ 1 แห่ง ห่างจากตัวเมือง 8 กิโลเมตร เส้นทางบินกรุงเทพฯ-ขอนแก่น-กรุงเทพฯ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 55 นาที วันละ 6 เที่ยวบิน

1.6 ภูมิอากาศ

ในรอบปี 2554 อุณหภูมิสูงสุดวัดได้ 41.2 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 13 เมษายน 2554 และอุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ 13.5 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2554 และในปี 2554 (นับถึงเดือนกันยายน 2554) อุณหภูมิสูงสุดวัดได้ 39.3 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2554 และอุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ 11.8 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2554 โดยในรอบ 10 ปี สามารถเปรียบเทียบอุณหภูมิได้ตามตารางท้ายนี้ (สถานีอุตุนิยมวิทยาขอนแก่น. 2554)



1.7 ปริมาณน้ำฝน

สถิติข้อมูลปริมาณน้ำฝนของจังหวัดขอนแก่น โดยสถานีอุตุนิยมวิทยาขอนแก่น เปรียบเทียบย้อนหลัง 10 ปี (2544-2553) ฝนตกมากที่สุดปี พ.ศ.2551 วัดได้ 1,780.6 มิลลิเมตร จำนวนวันที่ฝนตก 122 วัน ฝนตกน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2548 วัดได้ 936.5 มิลลิเมตร จำนวนวันที่ฝนตก 106 วัน

2. เศรษฐกิจ

2.1 GPPปี 2553 GPP จังหวัดขอนแก่นมีมูลค่าจำนวน 155,469 ล้านบาท เป็นลำดับที่ 12 ของประเทศ และเป็นลำดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือรองจากจังหวัดนครราชสีมา รายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากร (Per Capita GPP) ของจังหวัดขอนแก่น ปี 2553 คือ 82,211 บาท อยู่ในอันดับที่ 1 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นอันดับที่ 38 ของประเทศ (ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปี 2554)

2.2 อุตสาหกรรมมีโรงงานอุตสาหกรรมได้รับอนุญาตให้ประกอบการ (สะสมจำพวก 2,3) จำนวนทั้งสิ้น 1,368 โรงงาน เงินทุน 71,206,090,959 บาท คนงาน 47,648 คน แยกตามจำพวกโรงงานได้ดังนี้

ตาราง 1 ประเภทโรงงานอุตสาหกรรม

จำพวกที่	จำนวนโรงงาน	จำนวนเงินลงทุน (บาท)	จำนวนคนงาน
2	552	870,486,295	4,119
3	867	72,698,042,484	44,586
รวม	1,419	73,568,528,779	48,705

หมายเหตุ จำพวกที่ 2 คือ ต้องแจ้งให้ทราบก่อนการประกอบกิจการโรงงาน

จำพวกที่ 3 คือ ต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะดำเนินกิจการได้

ที่มา : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น (2554)

สาขาอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนมากที่สุด 7 อันดับแรกของจังหวัดขอนแก่น

ได้แก่

อุตสาหกรรมโลหะ	จำนวน 208 โรงงาน
อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ	จำนวน 202 โรงงาน
อุตสาหกรรมขนส่ง	จำนวน 179 โรงงาน
อุตสาหกรรมอาหาร	จำนวน 131 โรงงาน
อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล	จำนวน 111 โรงงาน
อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล	จำนวน 114 โรงงาน
อุตสาหกรรมไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	จำนวน 56 โรงงาน



มีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการที่ใช้แรงงานเกิน 100 คน
ขึ้นไป แยกได้ดังนี้

โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ 100-200 คน	มี 33 โรงงาน
โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ 200-500 คน	มี 25 โรงงาน
โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ 500-1,000 คน	มี 7 โรงงาน
โรงงานที่ใช้คนงานตั้งแต่ 1,000 คนขึ้นไป	มี 7 โรงงาน

2.3 เกษตรกรรมมีพื้นที่การเกษตร 4,369,043 ไร่ (ร้อยละ 64.19 ของพื้นที่
จังหวัด) โดยอยู่ในเขตชลประทาน 757,542 ไร่ (คิดเป็นร้อยละ 13.14 ของพื้นที่การเกษตร หรือร้อยละ
8 ของพื้นที่จังหวัด) จำนวนคนทำงานในภาคเกษตร 324,879 คน (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด
ขอนแก่น. 2554) โดยมีผลผลิตจากพืชที่สำคัญ ดังนี้

2.4 พลังงาน

มีโรงงานผลิตเอทานอล 2 แห่ง กำลังการผลิตจากมันสำปะหลัง 130,000 ลิตร
หรือวัน และจากกากน้ำตาล 150,000 ลิตรหรือวัน สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง 523 แห่ง สถานี
บริการก๊าซธรรมชาติ (NGV) 9 แห่ง สถานีบริการก๊าซ LPG 30 แห่ง และร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม (LPG)
80 แห่ง (สำนักงานพลังงานจังหวัดขอนแก่น. 2554)

2.5 สื่อสารและโทรคมนาคมมีที่ทำการไปรษณีย์ จำนวน 28 แห่ง แยกเป็น
ประเภทรับฝาก (ปทฝ.) 4 แห่ง และประเภทรับ-จ่าย (ปทจังหวัด) 24 แห่ง มีสำนักงานเขตโทรศัพท์
ภูมิภาคที่ 2 ซึ่งมีชุมสายในการปฏิบัติงานในจังหวัด 8 แห่ง สื่อมวลชนมีสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT ขอนแก่น สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 สถานีถ่ายทอดผ่านดาวเทียมของสถานีวิทยุโทรทัศน์
ไทยทีวีสีช่อง 3 และช่อง 9 อำเภอส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ช่อง 7 และทีวีไทย
นอกจากนี้ยังมีสถานีวิทยุกระจายเสียง 14 สถานี หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง 12 ฉบับ และหนังสือพิมพ์
ท้องถิ่น 13 ฉบับ

2.6 การเงินการธนาคารเป็นที่ตั้งของธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ และสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
รวมทั้งธนาคารพาณิชย์สาขาหลักและสาขาย่อย รวมทั้งสิ้น 100 แห่ง

2.6.1 ปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์คงค้าง ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2554
มียอดคงค้าง 66,089.73 ล้านบาท ขยายตัวจากเดือนเดียวกันปีที่แล้วร้อยละ 5.46 ชะลอตัวจากเดือนที่
แล้วที่ขยายตัวร้อยละ 7.26 ตามการชะลอตัวของเงินฝากออมทรัพย์

2.6.2 ปริมาณเงินฝากธนาคารรัฐ (ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์
และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) ณ สิ้นเดือนกันยายน 2554 มียอดค้าง 32,947.29
ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันปีที่แล้วร้อยละ 23.24 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนที่แล้วที่ขยายตัวร้อยละ
20.21 เนื่องจากการขยายตัวของเงินฝากธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร ในขณะที่เงินฝากธนาคารอาคารสงเคราะห์ชะลอตัวจากเดือนก่อนหน้า



2.6.3 ปริมาณสินเชื่อบริษัทพาณิชย์คงค้าง ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2554 มียอดคงค้าง 89,589.87 ล้านบาท ขยายตัวจากเดือนเดียวกันปีที่แล้ว ร้อยละ 13.02 ชะลอตัวเล็กน้อยจากเดือนที่แล้วที่ขยายตัวร้อยละ 17.35 ตามการชะลอตัวของเงินเบิกเกินบัญชี เงินให้กู้ และตัวเงิน

2.6.4 ปริมาณสินเชื่อบริษัท (ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2554 มียอดคงค้าง 60,964.84 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันปีที่แล้วร้อยละ 24.60 ชะลอตัวจากเดือนที่แล้วที่ขยายตัวร้อยละ 26.36 จากการชะลอตัวของสินเชื่อตามนโยบายของภาครัฐผ่านธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อย่างไรก็ตามสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ปรับตัวดีขึ้น ตามสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย (ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 2554)

2.7 การค้าและการบริการมีโรงแรม 142 แห่ง ห้องพัก 3,856 ห้อง มีศูนย์การค้าขนาดใหญ่ 6 แห่ง และขนาดกลาง 23 แห่ง โรงภาพยนตร์ 20 โรง สถานบริการ 70 แห่ง (ที่ทำการปกครองจังหวัดขอนแก่น. 2554)

2.8 ประปาการประปา มีสำนักงานประปาอยู่ในพื้นที่ จำนวน 9 แห่ง ให้บริการจ่ายน้ำประปา 8 แห่ง ได้แก่ สำนักงานประปาขอนแก่น บ้านไผ่ ชุมแพ น้ำพอง ขนบท กระนวน หนองเรือ และเมืองพล จำนวนผู้ใช้น้ำรวม 150,264 ราย กำลังการผลิตที่ใช้งาน 203,880 ลูกบาศก์เมตรหรือวัน ปริมาณน้ำผลิต 5,350,878 ลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำผลิตจ่าย 4,796,517 ลูกบาศก์เมตร ปริมาณน้ำจำหน่าย 3,489,446 ลูกบาศก์เมตร

2.9 ไฟฟ้าการไฟฟ้า มีแหล่งผลิตไฟฟ้าที่สำคัญ คือ โรงไฟฟ้าพลังน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ และโรงไฟฟ้าพลังความร้อนร่วมน้ำพอง กำลังผลิต 25.2 เมกกะวัตต์ และ 710 เมกกะวัตต์ตามลำดับ สถานการณ์ใช้ไฟฟ้าของจังหวัดขอนแก่น 475,740 ครั้วเรือน มีไฟฟ้าใช้แล้ว 461,737 ครั้วเรือน เป็นร้อยละที่มีไฟฟ้าใช้ 97.06

3. สังคม การศึกษา และสาธารณสุข

3.1 แรงงาน

ประชากรและกำลังแรงงาน ผลสำรวจข้อมูลสภาพการณ์ทำงานไตรมาส 4 ปี 2554 (ตุลาคม-ธันวาคม) ของสำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น พบว่ามีประชากรทั้งสิ้น 1,897,161 คน เป็นผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 1,514,236 คน คิดเป็นร้อยละ 79.82 ของประชากรรวมทั้งหมด เป็นผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานมีจำนวน 1,051,684 คน คิดเป็นร้อยละ 69.45 ของผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป โดยแบ่งเป็น ผู้มีงานทำจำนวน 1,035,432 คน คิดเป็นร้อยละ 98.45 ผู้ว่างงานจำนวน 5,572 คน คิดเป็นร้อยละ 0.53 ผู้รอฤดูกาลจำนวน 10,681 คน คิดเป็นร้อยละ 1.02 ของผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงาน ส่วนผู้ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงานมีจำนวน 462,552 คน คิดเป็นร้อยละ 30.55 ของผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป แบ่งเป็นกลุ่มทำงานบ้านจำนวน 133,355 คน คิดเป็นร้อยละ 28.83 กลุ่มเรียนหนังสือจำนวน 150,464 คน คิดเป็นร้อยละ 32.53 และอื่นๆ จำนวน 178,732 คน คิดเป็นร้อยละ 38.64 ของผู้ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงานการมีงานทำ การมีงานทำของประชากรในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 1,035,431 คน แบ่งเป็น ชายจำนวน 588,091 คน คิดเป็นร้อยละ 57.17 หญิงจำนวน 447,340 คน คิดเป็นร้อยละ 42.83 ซึ่งจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ทำงานในสาขาเกษตรกรรม



การล่าสัตว์ และการป่าไม้มีจำนวน 467,696 คน คิดเป็นร้อยละ 45.17 ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่มีงานทำ รองลงมาคือ การขายส่ง ขายปลีกมีจำนวน 134,202 คน คิดเป็นร้อยละ 12.96 การผลิต มีจำนวน 131,828 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 กิจการโรงแรมและอาหารจำนวน 74,922 คน คิดเป็นร้อยละ 7.24 การก่อสร้างจำนวน 59,492 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 การว่างงาน มีผู้ว่างงานจำนวนทั้งสิ้น 5,572 คน เป็นชายจำนวน 3,561 คน คิดเป็นร้อยละ 63.91 เป็นหญิงจำนวน 2,011 คน คิดเป็นร้อยละ 36.09 ของผู้ว่างงานทั้งหมดการจัดหางานในประเทศ มีตำแหน่งงานว่างทั้งสิ้น 1,379 คน เป็นชายจำนวน 336 อัตรา คิดเป็นร้อยละ 24.37 เป็นหญิงจำนวน 67 อัตรา คิดเป็นร้อยละ 4.86 และไม่ระบุเพศจำนวน 976 อัตรา คิดเป็นร้อยละ 70.78 ผู้ลงทะเบียนสมัครงานจำนวนทั้งสิ้น 3,486 คน เป็นชายจำนวน 1,419 คน คิดเป็นร้อยละ 40.71 เป็นหญิงจำนวน 2,067 คิดเป็นร้อยละ 59.29 การบรรจุนามีจำนวนทั้งสิ้น 595 คน เป็นชายจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 44.03 เป็นหญิงจำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 55.97 แรงงานต่างด้าว มีแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาในราชอาณาจักรว่าด้วยกฎหมายคนเข้าเมืองและคนต่างด้าวบนพื้นที่สูง ณ เดือนธันวาคม 2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 509 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทชั่วคราว จำนวน 444 คน คิดเป็นร้อยละ 87.23 และรองลงมาเป็น การส่งเสริมการลงทุนจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 8.84 ส่วนคนต่างด้าวมาตรา 12 (คนต่างด้าวซึ่งเข้ามาทำงานในราชอาณาจักรตามกฎหมายพิเศษ ได้แก่ กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน และกฎหมายอื่น เช่น พ.ร.บ. การนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 3.93 แรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมืองสัญชาติพม่า ลาว และกัมพูชา ที่เข้ามาในราชอาณาจักรโดยไม่ถูกต้องตามกฎหมายและได้รับการผ่อนผันให้ทำงานชั่วคราวตามมติคณะรัฐมนตรี ณ เดือนมิถุนายน 2554 จำนวนทั้งสิ้น 2,171 คน โดยแรงงานต่างด้าวที่ได้รับใบอนุญาตทำงานส่วนใหญ่เป็นสัญชาติพม่าจำนวน 1,594 คน คิดเป็นร้อยละ 73.42 รองลงมาสัญชาติลาวจำนวน 393 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ส่วนสัญชาติกัมพูชาจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 8.48 สำหรับแรงงานต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้เดินทางเข้ามาทำงานในราชอาณาจักรตามข้อตกลงระหว่างรัฐ(MOU) ได้แก่ แรงงานต่างด้าวสัญชาติพม่า ลาว และกัมพูชา สัญชาติที่มีมากที่สุดคือ สัญชาติลาวจำนวน 1,001 คน รองลงมาสัญชาติพม่าจำนวน 302 คน (สำนักงานแรงงานจังหวัดขอนแก่น. 2554)

3.2 ประกันสังคม

ไตรมาส 4 ปี 2554 (ตุลาคม-ธันวาคม) สถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกองทุนประกันสังคมจำนวน 5,569 แห่ง ผู้ประกันตน 118,044 คน รายรับ 607,983,451.81 บาท รายจ่าย 244,505,142.53 บาท (ข้อมูล มกราคม-ธันวาคม 2554) สำหรับสถานประกอบการที่มีนายจ้างขึ้นทะเบียนกองทุนทดแทนจำนวน 4,850 แห่ง รายรับ 13,314,288.59 บาท รายจ่าย 11,350,704.15 บาท (ข้อมูล มกราคม-ธันวาคม 2554) ผู้ขึ้นทะเบียนประกันสังคมกรณีว่างงาน 93,660 คน ผู้ขึ้นทะเบียนประกันสังคมตามมาตรา 39 (การสมัครใจประกันตนต่อหลังจากสิ้นสภาพการเป็นผู้ประกันตน) 10,228 คน มีผู้ใช้บริการสถานพยาบาลประกันสังคมจำนวน 147,010 ราย พบได้ว่ามีผู้ใช้บริการในสถานพยาบาลของรัฐจำนวน 140,714 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.72 และผู้ใช้บริการในสถานพยาบาลของเอกชนจำนวน 6,296 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.28 ด้านเงินกองทุนทดแทนมีจำนวนของผู้มาใช้บริการจากการประสบอันตรายจากการทำงานจำนวน 208 คน ซึ่งมีผู้ประกันตนที่ใช้บริการสูงสุด แยกเป็นหยุดงานไม่เกิน 3 วัน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 79.81 และหยุดงานเกิน 3 วัน จำนวน 27 คน



คิดเป็นร้อยละ 12.98 สูญเสียอวัยวะบางส่วนจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.73 เสียชีวิตจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.48 มีสถานพยาบาลที่เข้าร่วมโครงการกับสำนักงานประกันสังคมจังหวัดขอนแก่น ทั้งหมด 4 แห่ง เป็นสถานพยาบาลของรัฐจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลศูนย์ขอนแก่น โรงพยาบาลชุมแพ โรงพยาบาลศรีนครินทร์ ส่วนสถานพยาบาลเอกชนจำนวน 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลเวชประสิทธิ์

หมายเหตุ สถานประกอบการ หมายถึง สถานที่หรือบางส่วนของสถานที่ที่มีที่ตั้งที่แน่นอนและมีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจไม่ว่ากิจกรรมนั้นจะดำเนินงานโดยบุคคลที่เป็นเจ้าของหรือควบคุมกิจการโดยนิติบุคคล (สำนักงานประกันสังคมจังหวัดขอนแก่น. 2554)

3.3 การศึกษา

โรงเรียนทุกสังกัดที่เปิดทำการสอนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 1,365 แห่ง จำนวนนักเรียน 331,305 คน จำนวนครู 13,599 คน จำนวนห้องเรียน 11,599 ห้อง (กระทรวงศึกษาธิการ. 2554) สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา 6 แห่ง เป็นของรัฐ 3 แห่ง เอกชน 3 แห่ง

3.4 สาธารณสุข

มีสถานบริการสาธารณสุข ประกอบด้วย โรงพยาบาล 32 แห่ง เป็นโรงพยาบาลสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด 23 แห่ง มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2 แห่ง กระทรวงกลาโหม 1 แห่ง กรมอนามัย 1 แห่ง กรมสุขภาพจิต 1 แห่ง กรมการแพทย์ 1 แห่ง เอกชน 3 แห่ง และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล 248 แห่ง บุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่ แพทย์ 888 คน (อัตราส่วนต่อคนไข้ 1:1,985) ทันตแพทย์ 209 คน (อัตราส่วนต่อคนไข้ 1:8,432) เภสัชกร 288 คน (อัตราส่วนต่อคนไข้ 1:7,729) และพยาบาล 3,489 คน (อัตราส่วนต่อคนไข้ 1:505) (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น. 2554)

3.5 ศาสนาและวัฒนธรรม

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา 1,312 แห่ง ประกอบด้วย วัด 1,276 แห่ง โบสถ์คริสต์ 58 แห่ง มัสยิด 7 แห่ง และสุเหร่า 2 แห่ง โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกธรรม - บาลี 26 แห่ง และมหาวิทยาลัยสงฆ์ 2 แห่ง (สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดขอนแก่น 2554) การดำเนินงานในด้านการส่งเสริม และอนุรักษ์วัฒนธรรม ได้จัดให้มีศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จำนวน 138 แห่ง โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน 45 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 12 แห่ง ศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม 79 แห่ง ศูนย์วัฒนธรรมในสถานศึกษา 26 แห่ง องค์กรเครือข่ายทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย สภาวัฒนธรรมจังหวัด 1 แห่ง สภาวัฒนธรรมอำเภอ 26 แห่ง สภาวัฒนธรรมตำบล 199 แห่ง สภาวัฒนธรรมหมู่บ้าน 2,337 แห่ง (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดขอนแก่น. 2554)

4. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4.1 ป่าไม้

เป็นพื้นที่ป่า 2,277,675 ไร่ (ร้อยละ 33.57 ของพื้นที่จังหวัด) มีอุทยานแห่งชาติ 4 แห่ง มีพื้นที่รวม 477,589 ไร่ วนอุทยาน 2 แห่ง มีพื้นที่รวม 6,200 ไร่ ป่าสงวนแห่งชาติ 22 ป่า มีพื้นที่รวม 1,697,052 ไร่ ป่าชุมชน 206 แห่ง มีพื้นที่รวม 49,316 ไร่ สภาพป่าประกอบด้วย ป่าดิบเขา ป่าดิบแล้ง ป่าเบญจพรรณ และป่าเต็งรัง พรรณไม้สำคัญ ได้แก่ ประดู่ มะค่าโมง



ตะแบก เหียง พลวง แดง เต็ง รัง พรรณไม้พื้นล่างที่ขึ้นอยู่หนาแน่น ได้แก่ หวานไพร ชัน ข่าป่า เพ็ก หวาย กล้วยไม้ป่า หญ้าคา แปก ฯลฯ (สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 7 ขอนแก่น. 2554)

4.2 แหล่งน้ำ

4.1 น้ำผิวดิน

จังหวัดขอนแก่นอยู่ในเขตของกลุ่มน้ำหลัก 2 กลุ่มน้ำ คือ กลุ่มน้ำมูลและกลุ่มน้ำชี พื้นที่กลุ่มน้ำมูล ได้แก่ กลุ่มน้ำสาขาที่ไหลลงลำห้วยแอก ลำห้วยสะเทต และลำพังชู ในส่วนพื้นที่กลุ่มน้ำชี ได้แก่ กลุ่มน้ำที่ไหลลงอ่างเก็บน้ำอุบลรัตน์ กลุ่มน้ำที่ไหลลงลำน้ำพองตอนล่าง กลุ่มน้ำที่ไหลลงแม่น้ำชี และกลุ่มน้ำสาขาลำปาวตอนบน โดยมีลำน้ำสายหลักที่ไหลผ่านจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ลำน้ำพอง ลำน้ำเชิญ และลำน้ำชี ซึ่งสามารถแบ่งพื้นที่จังหวัดขอนแก่นทั้งหมดออกเป็น 11 กลุ่มน้ำ และปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยรายเดือนที่เกิดจากพื้นที่ รับน้ำของจังหวัดขอนแก่นทั้ง 11 กลุ่มน้ำย่อยสรุปได้ ดังนี้

ปริมาณน้ำท่าในพื้นที่กลุ่มน้ำชี จากการรวบรวมข้อมูลปริมาณน้ำท่าจากสถานีวัดน้ำท่าที่อยู่ใน กลุ่มน้ำชีทั้งหมด 32 สถานี พบว่าปริมาณน้ำท่าของแม่น้ำชีส่วนใหญ่จะมีมากในช่วงเดือนสิงหาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน และมีปริมาณน้อยในช่วงฤดูแล้งโดยเดือนที่มีปริมาณน้ำท่าสูงสุดได้แก่ช่วงเดือนกันยายนและตุลาคม ส่วนลุ่มน้ำย่อยที่อยู่ในลุ่มน้ำมูลพื้นที่จังหวัดขอนแก่น จะมีปัญหาการขาดแคลนน้ำมากพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูแล้ง เนื่องจากปริมาณน้ำท่าที่เกิดจากลุ่มน้ำมีน้อย และยังไม่มีแหล่งเก็บกักน้ำขนาดกลาง จังหวัดขอนแก่นมีลำน้ำที่สำคัญไหลผ่าน 3 สาย ดังนี้

1. ลำน้ำพอง มีต้นกำเนิดจากภูกระดึงและเทือกเขาสันปันน้ำของกลุ่มน้ำป่าสักกับกลุ่มน้ำชี ไหลผ่าน อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย และ อำเภออุบลรัตน์, อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และไหลบรรจบแม่น้ำชีที่ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นมีการก่อสร้างเขื่อนอุบลรัตน์กั้นลำน้ำพอง ที่ อำเภออุบลรัตน์ เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าและการชลประทาน มีพื้นที่ชลประทานประมาณ 258,000 ไร่ โดยการก่อสร้างฝายหนองหวายเพื่อทดน้ำ ที่ อำเภอน้ำพอง ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของโครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาหนองหวายลำน้ำพองสามารถแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

- 1.1 ลำน้ำพองตอนบน ซึ่งอยู่เหนือเขื่อนอุบลรัตน์ ลำน้ำสาขาประกอบด้วย หนองโก ลำน้ำพวย ห้วยทรายขาว ลำน้ำมอ ห้วยแกน และห้วยข่าจาน ซึ่งไหลลงเขื่อนอุบลรัตน์

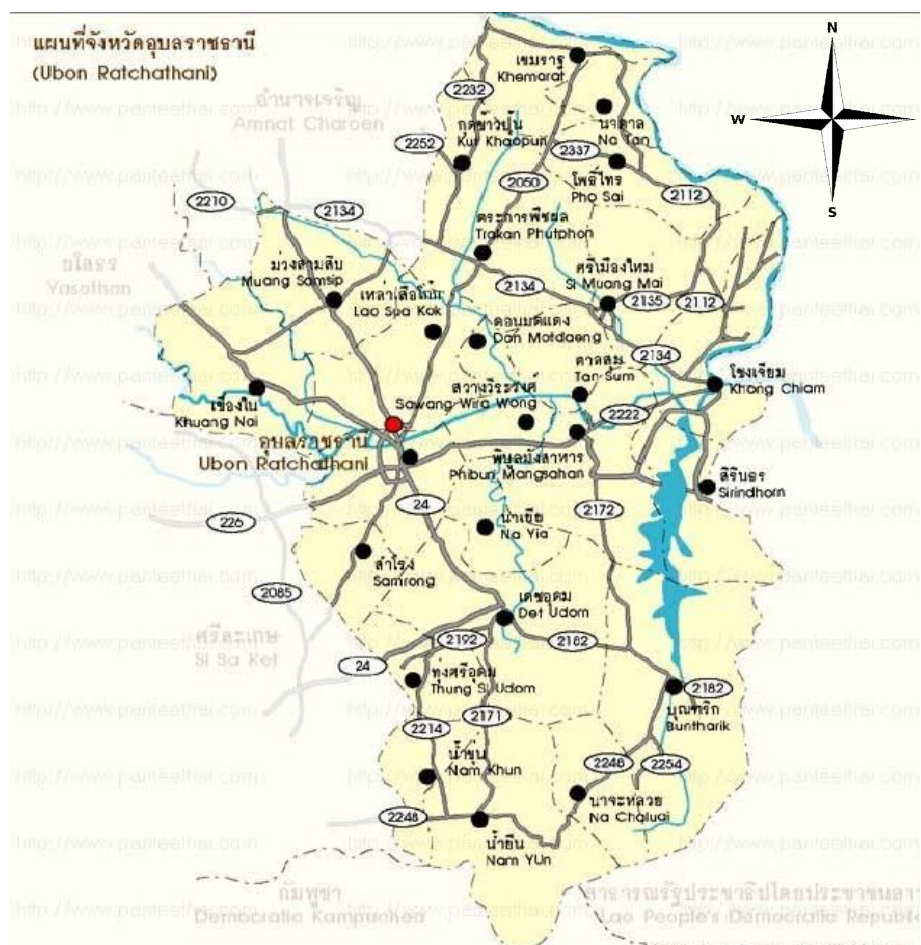
- 1.2 ลำน้ำพองตอนล่าง ซึ่งอยู่ท้ายเขื่อนอุบลรัตน์ ลำน้ำสาขามีประกอบด้วย ห้วยทราย ห้วยคุ่มมูม ห้วยยาง ห้วยโจด ห้วยเสือเต้น ห้วยเสียว ห้วยเก่าคต ห้วยใหญ่ ห้วยสายบาตร และห้วยพระคือ

2. ลำน้ำเชิญ มีต้นกำเนิดจากสันปันน้ำของกลุ่มน้ำป่าสักและกลุ่มน้ำชี ในจังหวัดชัยภูมิ และ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น และไหลลงเขื่อนอุบลรัตน์ที่ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

3. ลำน้ำชี มีต้นกำเนิดจากสันปันน้ำของกลุ่มน้ำป่าสักและกลุ่มน้ำชี ในจังหวัดชัยภูมิ ไหลเข้าสู่จังหวัดขอนแก่นบริเวณ อำเภอแวงน้อย ไหลผ่านอำเภอแวงใหญ่ อำเภอชนบท อำเภอเมืองจัตวี อำเภอบ้านไผ่ และอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ไหลผ่าน จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดยโสธร และบรรจบแม่น้ำมูล ที่จังหวัดอุบลราชธานี ความยาว 900 กม. ในสภาพปัจจุบันภาพน้ำท่าจากแม่น้ำชีไหลผ่านแม่น้ำมูลประมาณ 8.752 ล้าน ลบ.ม. ต่อปี



จังหวัดอุบลราชธานี



ที่มา : แผนที่ไทย.คอม (ม.ป.ป. : เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 6 แผนที่จังหวัดอุบลราชธานี

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดทางตะวันออกสุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและของประเทศไทย ทั้งยังเป็นตำบลที่ตั้งของเส้นเวลาหลักของประเทศ ที่เส้นแวง 105 องศาตะวันออก โดยเป็นจังหวัดแรกที่ได้เห็นดวงอาทิตย์ก่อนพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ จังหวัดอุบลราชธานีเป็นเมืองใหญ่ริมฝั่งแม่น้ำมูลที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานมากกว่า 200 ปี มีพื้นที่กว้างใหญ่ ภายหลังถูกแบ่งออกเป็นจังหวัดใหม่คือจังหวัดยโสธรในปี พ.ศ. 2515 และจังหวัดอำนาจเจริญในปี พ.ศ. 2536 ซึ่งถ้ารวมพื้นที่อีกสองจังหวัดที่แยกออกไป จังหวัดอุบลราชธานีจะมีพื้นที่เป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย

ประวัติความเป็นมา

ตำนานเมืองอุบล ได้กล่าวกันถึงการสืบเชื้อสายจากเจ้านครเชียงรุ่ง แสนหวิฟ้า ของเจ้าปางคำ พระบิดา ของเจ้าพระตา เจ้าพระวอ โดยกล่าวถึง ปี พ.ศ.2228 เกิดวิกฤตทางการเมือง ในนครเชียงรุ่ง เนื่องจาก จีนฮ่อหัวขาว หรือฮ่อธงขาว ยกกำลัง เข้าปล้นเมืองเชียงรุ่ง เจ้านครเชียงรุ่ง ได้แก่



เจ้าอินทกุมาร เจ้านางจันทกุมารี เจ้าปางคำ อพยพไพร่พล จากเมืองเชียงรุ่ง มาขอพึ่งพระเจ้าสุริยวงศา ธรรมิกราช แห่งเวียงจันทน์ ซึ่งเป็น พระประยูรญาติ ทางฝ่ายมารดา พระเจ้าสุริยวงศาธรรมิกราช ให้ การต้อนรับเป็นอย่างดี โปรดให้นำไพร่พลไปตั้งที่ เมืองหนองบัวลุ่มภู เมือง หนองบัวลุ่มภู จึงอยู่ในฐานะ พิเศษ คือไม่ต้อง ส่งส่วย บรรณาการ มีสิทธิสะสม ไพร่พล อย่างเสรีเป็นอิสระ ไม่ขึ้นกับ เวียงจันทน์ มี

ชื่อว่า “นครเขื่อนขันธ์กาบแก้วบัวบาน” สันนิษฐานว่า น่าจะมีฐานะ เป็นเมืองลูกหลวง ต่อมา พระเจ้าสุริยวงศาธรรมิกราช ให้ เจ้าอินทกุมาร เสกสมรส กับ พระราชธิดาพระองค์หนึ่ง ได้อโอรส คือ เจ้าคำ หรือเจ้าองค์นก ให้เจ้า นางจันทกุมารี เสกสมรสกับ พระอุปัชฌาย์ ได้อโอรส คือ เจ้ากิงกิศราช และ เจ้าอินทโสม ซึ่งต่อมา คือบรรพบุรุษของ เจ้านายหลวงพระบาง ส่วนเจ้าปางคำ ให้เสกสมรสกับ พระราชธิดา ได้อโอรส คือ เจ้าพระตา เจ้าพระวอ สันนิษฐานว่า ทั้งสองท่านเป็นเสนาบดี กรุงศรีสัตนาคนหุต ตั้งแต่สมัย พระไชยเชษฐาธิราชที่ 2 (ชัยวงศ์เว้) พระอัยกาของ พระเจ้า สิริบุญสาร การดำรงฐานะ เป็น เจ้านายเชื้อสายพระราชวงศ์ ของพระเจ้าวอ พระเจ้าตา เห็นได้จากหลักฐาน หลายประการ อาทิ การที่หนองบัว ลุ่มภู เป็นเมือง ใหญ่ มีไพร่พลมาก ดังปรากฏเมืองหน้าด่านทั้งสิ้น คือ เมืองภูเขียว ภูเวียง เมืองผ้าขาว เมืองพันนา และ การที่ เมืองอุบล ดำรง ฐานะเป็น เจ้าประเทศราชเมื่อเข้ามาพึ่งพระบรม โภธิสมภาร ของพระมหากษัตริย์ ไทย ต่างจากเมืองเขมร ปาดงอื่นๆ และเมื่อกำเนิด พ.ร.บ. นามสกุล โปรด พระราชทานนามสกุล “ณ อุบล” อันหมายถึง เชื้อสายเจ้านาย อุบลราชธานี แต่โบราณ เมื่อ เจ้านายอุบล ถึงแก่อสัญกรรม ก็มี ประเพณี การทำศพแบบนกหัสติลิงค์ อันสืบมาจากนครเชียงรุ่ง ใน เชียงใหม่ ก็ปรากฏการ ทำศพแบบนกหัสติลิงค์เช่นเดียวกัน

การตั้งเมืองอุบลราชธานี ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช บ้านเมือง ค่อนข้างสงบก็ทรงมี นโยบายที่จะ จัดตั้งเมือง ให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการรวบรวมไพร่พลให้ เป็นปึกแผ่น เพื่อความสงบสุข สมเด็จฯ กรมพระยาดำรง ราชานุภาพได้ทรงกล่าวถึง เรื่องนี้ว่า “... รัชกาล ที่ 1 ถึงรัชการที่ 3 ให้เจ้าเมืองร้าง เทียวเกลี้ยกล่อมหา ผู้คนมาเป็นพลเมือง โดย ไม่ต้องใช้ อำนาจ อาจทำได้ด้วยยินดีด้วยกัน ทุกฝ่ายก็สำเร็จ ประโยชน์ ถึงความมุ่งหมาย เจ้าเมืองไหนเกลี้ยกล่อม คนมาได้มาก ก็ได้ทรัพย์เศษส่วน และได้ผู้คนสำหรับอาศัยใช้สอยมากขึ้น ก็เต็มใจชวนขวาย ตั้งบ้านเมือง ฝ่ายราษฎรที่ไปเทียวหลบหนี เดือดร้อนลำบากมากอยู่ เมื่อรู้ว่า บ้านเมืองเรียบร้อยอย่างเดิม ก็ยินดีที่จะ กลับมา โดยมาก” คงจะเป็น เพื่อสนองตอบ พระบรมราโชบาย ในการตั้งเมืองดังกล่าวมาแล้ว และ เพื่อความอุดมสมบูรณ์ในการประกอบอาชีพของ ไพร่บ้านพลเมือง “ ในปี พ.ศ. 2329 (จุลศักราช 1148 ปีมะเมีย นพศก) พระประทุมจึงย้ายครอบครัวไพร่พลมาตั้งอยู่ ณ ตำบลแจระแม ตือ ตำบล ที่ตั้ง อยู่ทาง ทิศเหนือ เมืองอุบลปัจจุบัน”

สถาปนาเมืองอุบลราชธานี พ.ศ. 2335 พระประทุมสุรราช (ท้าวคำผง) ได้พาพรรค พวกไพร่พลตั้งอยู่ที่ ตำบลห้วยแจระแม (บริเวณบ้าน ท่าบ่อ ในปัจจุบัน) ด้วยความปกติสุขเป็นเวลานาน หลายปี จนกระทั่ง พ.ศ.2334 (จุลศักราช 1153 ตรีศก) อ้ายเชียงแก้ว ซึ่งตั้งบ้านอยู่ที่ตำบลเขาโองแขวง เมืองโขง คิดการกบฏ พาพรรคพวก ไพร่พลเข้ายึดนครจำปาศักดิ์ พระเจ้าองค์หลวง (ไชยกุมาร) เจ้า เมืองซึ่งกำลังป่วยอยู่ก็มี อาการป่วยทรุดหนัก และถึงแก่พิราลัย อ้ายเชียงแก้วจึงยึดเมือง นครจำปาศักดิ์ ไว้ได้ ความทราบ ถึงพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช จึงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยา นครราชสีมา (ทองอิน) เมื่อครั้งเป็น พระพรหม ยกกระบัตร ยกกองทัพเมืองนครราชสีมาไปปราบกบฏ อ้ายเชียงแก้ว อย่างไรก็ดีขณะที่กองทัพนครราชสีมายกมาไม่ถึงนั้น พระประทุมสุรราช (ท้าวคำผง) และ



ท้าวฝ่ายหน้า ผู้น้อง ที่ตั้งอยู่บ้านสิงห์ท่า (เมืองยโสธร) ได้ยกกำลังไปรบอ้ายเชียงแก้วก่อน ทั้งสองฝ่ายได้สู้รบกันที่บริเวณ แก่งตะนะ (อยู่ในท้องที่ อำเภอโขงเจียม) กองกำลัง อ้ายเชียงแก้วแตกพ่ายไป อ้ายเชียงแก้วถูกจับได้ และถูกประหารชีวิต เมื่อกองทัพ เมืองนครราชสีมายกมาถึงเมืองจำปาศักดิ์ เหตุการณ์ก็สงบเรียบร้อยแล้ว จึงพากันยกกองทัพ ไปตีพวกข่า “ชาติกระเสงสวาง จะรายระแดร์” ซึ่งตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกแม่น้ำโขง จับพวกข่าเป็นเชลย ได้เป็นจำนวนมาก จากความ ดีความชอบในการปราบปรามกบฏอ้ายเชียงแก้วนี้เอง พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้า จุฬาลงกรณ์ราช จึงได้ โปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้ ท้าวฝ่ายหน้าเป็น พระวิไชยราชขัตติยวงศา ครองนครจำปาศักดิ์ และโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้ พระประทุม สุรราช เป็นพระประทุม วรราชสุริยวงศ์ ครอง เมืองอุบลราชธานี พร้อมกับยกฐานะบ้านห้วยแจระแมขึ้นเป็นเมืองอุบลราชธานี เมื่อวันจันทร์ แรม 13 ค่ำ เดือน 8 จุลศักราช 1154 (พ.ศ. 2335) ดังปรากฏ ในพระสุพรรณบัฏตั้ง เจ้าประเทศราชในรัชกาล พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ว่า “ ด้วยพระบาทสมเด็จพระพุทธเจ้า ผู้ผ่าน พิกพกรุงเทพ มหานครศรีอยุธยา มีพระราชโองการโปรดเกล้า โปรดกระหม่อม ตั้งให้ พระประทุม เป็นพระประทุมวรราช สุริยวงศ์ ครองเมืองอุบลราชธานี ศรีวนาลัยประเทศราชเศกให้ ณ วัน 2 แรม 13 ค่ำ เดือน 8 จุลศักราช 1154 ปีจัตวาศก” เจ้าเมืองอุบลราชธานีในอดีต ที่พระมหากษัตริย์แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งมีจำนวนทั้งสิ้น 4 ท่านดังนี้

1. พระประทุมวรราชสุริยวงศ์ (พ.ศ. 2335-2338) นามเดิม ท้าวคำผง บุตรเจ้าพระตา เป็นบุคคลสำคัญ ในการสร้างบ้าน แยกเมืองอุบล โปรดให้สร้างคู ประตูเมือง หอโสมเจ้านายต่างๆ สร้างวัดหลวง และเสนาสนะ อาทิสิม อาฮาม หอระฆัง พระพุทธรูป สิ่งก่อสร้าง ล้วนเลียนแบบ ศิลปแบบหลวงพระบาง

2. พระพรหมวรราชสุริยวงศ์ (พ.ศ. 2338-2388) นามเดิม พรหม น้องชายพระประทุม (คำผง) เป็นบุตรชาย คนเล็กของ เจ้าพระตา เป็นผู้ก่อสร้างวัด ป่าหลวง (วัดป่าหลวงมณีโชติ) นำไพร่พลผู้ศรัทธาสร้างพระพุทธรูป องค์ใหญ่ก่ออิฐถือปูน เป็นที่เคารพสักการะของชาวอุบลฯ มีชื่อว่า พระเจ้าใหญ่ อินทร์แปลง ปัจจุบัน เป็นพระประธาน ในวิหารวัดมหานาราม

3. พระพรหมราชวงศา (พ.ศ. 2388-2409) นามเดิม กุทอง สุวรรณภูมิ บุตรพระพรหม (ทิดพรหม) ในสมัยของท่าน ธรรมยุติกนิกาย แพร่หลายในเมือง อุบลฯ เพื่อสนองพระราชประสงค์ของ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงโปรดให้สร้างวัดสุปฏิหาราม และบรรดา อุปฮาด ราชวงศ์ ราชบุตร ร่วมกัน สร้างวัดศรีทอง (ศรีอุบลรัตนาราม) วัดสุทัศน์ ซึ่งเหตุการณ์สำคัญในสมัยนี้คือการเข้าร่วมสงคราม ขับไล่ญวน

4. เจ้าพรหมเทวานุเคราะห์วงศ์ (พ.ศ. 2409-2425) เจ้าพรหมเทวา (เจ้าหน่อคำ) เป็นพี่ชายเจ้าจอมมารดา ตัวคำใน รัชกาลที่ 4 เจ้าราชวงศ์ จำปาศักดิ์ บุตรเจ้าเสื่อหลานเจ้าอนุวงศ์ ในสมัยของท่านได้สร้างวัดไชยมงคล ซึ่งเป็นวัดธรรมยุตที่สี่ ในจังหวัดอุบลราชธานี สิ่งที่พึงสังเกต คือความขัดแย้งระหว่าง เจ้าเมืองอุปฮาด ราชวงศ์ รุนแรง เนื่องจากฝ่ายเจ้านายอุบลฯ ไม่พอใจที่ โปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้ เจ้าหน่อคำเป็นเจ้าเมือง ในสมัยนั้นจึง เกิดการทะเลาะวิวาทขัดแย้งกัน กลั่นแกล้งกัน อยู่เสมอ ท้ายที่สุด ราวปี พ.ศ. 2412 เกิดกรณี เมืองโขง ได้เกิดความบาดหมาง วิวาทความรุนแรง ต่างฝ่ายต่างกล่าวโทษ ซึ่งกัน และกัน เจ้าพรหม กล่าวหาว่า อุปฮาด ราชวงศ์ ราชบุตร ขัดขวางไม่ให้เก็บเงินส่วย จากไพร่ ข้างฝ่ายอุปฮาด ราชวงศ์ ราชบุตร ก็กล่าวหาว่า เจ้าพรหม ใช้อำนาจรังแกหลวง ทั้งสองฝ่ายจึงลงมา สู้ความกันที่กรุงเทพฯ จนพากันถึงแก่กรรม ต่างฝ่ายต่างสูญเสียทรัพย์สินส่วนตัว



เป็นจำนวนมาก พ.ศ. 2418 เกิดศึกฮ่อ เจ้าพรหมเทวถูกเกณฑ์ไปราชการทัพฮ่อ หลังศึกฮ่อได้อัญเชิญ พระพุทธรูป 2 องค์ คือ พระทองทิพย์ และพระทอง ประดิษฐาน ที่วัดศรีทอง และวัดไชยมงคล พ.ศ. 2422 กราบบังคมทูลขอตั้งบ้านท่าแขก เป็นเมืองขานูมานมณฑล บ้านพระเหลา เป็นเมืองพนานิคม ให้เมืองทั้งสอง ขึ้นกับเมือง อุบลราชธานี พบหลักฐาน เอกสารการแต่งตั้งเจ้าเมือง องค์ที่ 3 คือ พระพรหมราชวงศา (กุทอง) กล่าวถึงเครื่องยศ ที่ทางกรุงเทพฯ พระราชทานแก่ เจ้าเมืองอุบลฯ ประกอบด้วย การแต่งตั้งเจ้าเมืองสมัยโบราณ พบหลักฐาน เอกสารการแต่งตั้งเจ้าเมือง องค์ที่ 3 คือ พระพรหมราชวงศา (กุทอง) กล่าวถึงเครื่องยศ ที่ทางกรุงเทพฯ พระราชทานแก่ เจ้าเมืองอุบลฯ ประกอบด้วย พานถมเครื่องในทองคำ 1 สำหรับ เครื่องยศเจ้าเมืองอุบลฯ สมัยโบราณ คนโททองคำ 1 ใบ กระโถนถม 1 ใบ ลูกประคำทองคำ 1 สาย กระบี่บังคม 1 อัน เสื้อหมวกตุ้มปี 1 ชุด สัปทนปัสตุ 1 ชุด ปืนคาบศิลาคล้าย 1 กระบอก เสื้อเข็มขบบริ้วเลื้อย 1 ตัว สำนไทยปักทอง 1 ชุด ผ้าปู 1 ผืน มีพระบรมราชโองการ ให้เจ้าเมืองปกครองราษฎร ด้วยความร่มเย็นเป็นสุข ดังความว่า “...ให้โอบอ้อมอารีต่ออาณาประชาราษฎร์ อย่าเบียดเบียน ช่มเหงไพร่บ้านพลเมือง ปฏิสังขรณ์วัดวาอาราม ทำนุบำรุงพระสงฆ์ สามเณร ให้ปฏิบัติเล่าเรียนคัมภีร์ วิปัสสนาธุระ กำชับ กำซาไพร่บ้านพลเมือง อย่าให้สุบผืน ซื่อผืน กินผืน ให้กระทำพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาปีละ 2 ครั้ง...”

สภาพทั่วไป

1. ขนาดหรือที่ตั้ง

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่สุดเขตชายแดนตะวันออกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีขนาดพื้นที่ใหญ่ เป็นอันดับ 2 ของภาค และเป็นอันดับ 5 ของ ประเทศ มีแนวพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นระยะทาง 428 กิโลเมตร คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (จาก อำเภอเขมราฐ – อำเภอ น้ำยืน ติดต่อกับแขวงสะหวันนะเขต และแขวงจำปาสัก ระยะทาง 361 กิโลเมตร) และราชอาณาจักรกัมพูชา (อำเภอน้ำยืน ติดกับจังหวัดเขาพระวิหาร เป็นระยะทาง 67 กิโลเมตร) อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 630 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 16,112 ตารางกิโลเมตร หรือ 10.6 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ ติดจังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยโสธร และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศใต้ ติดจังหวัดศรีสะเกษและราชอาณาจักรกัมพูชา

ทิศตะวันออก ติดสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ทิศตะวันตก ติดจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดยโสธร

2. ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศ

จังหวัดอุบลราชธานีตั้งอยู่บริเวณที่ เรียกว่า แอ่งโคราช (Korat Basin) สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางเฉลี่ย 68 เมตร (227 ฟุต) ลักษณะโดยทั่วไป เป็นที่ราบสูงต่ำสลับกันลาดเอียงไปทางตะวันออกมีแม่น้ำมูล ไหลผ่านกลางจังหวัด จากทิศตะวันตกมายังทิศตะวันออก ไหลลงสู่ แม่น้ำโขงที่ อำเภอโขงเจียม มีลำน้ำที่สำคัญได้แก่ ลำเซบก ลำเซบาย ลำโดมใหญ่ ลำโดมน้อย และมีภูเขาซับซ้อนหลายแห่งบริเวณชายแดน ทางตอนใต้ มีเทือกเขาที่สำคัญ คือ เทือกเขาบรรทัด และเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งกั้นอาณาเขตระหว่างจังหวัดอุบลราชธานี กับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา



2.1 ลักษณะภูมิฐานของจังหวัดอุบลราชธานี

พื้นที่ จังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่ ประกอบด้วย หินทราย หินทรายแป้ง และหินดินดาน ลักษณะฐานของภูเขาและเนินเขาจึงเป็น ภูเขา ยอดตัด และภูเขา ยอดบ้าน มีไหล่เขา และสันเขาคลายเส้นตรง ไม่แหลมขรุขระ โดยมีภูเขา และเทือกเขาที่สำคัญ คือ

2.1.1 ทิวเขาพนมดงรักหรือทิวเขาพนมดงแร็ก ซึ่งแปลว่า ภูเขาไม้คาน ประกอบด้วย ยอดภูต่าง ๆ ในเขตอำเภอบุณฑริก สูงสุดประมาณ 784 เมตร และยอดเขาภูโดมใหญ่สูงประมาณ 753 เมตร โดยลักษณะของทิวเขาจะทอดยาวไปจนจรดปากแม่น้ำมูล

2.1.2 ทิวเขาภูพานตะวันออก อยู่บริเวณทิวเขาทางตอนเหนือของจังหวัด ได้แก่ ภูผาขาม ภูโหล่น ภูผาขาว ภูสะมุข ภูดงนาทาม ภูผาชัน ภูโหลง และภูจันทร์แดง

2.1.3 ภูจองนายอย เป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาพนมดงรัก มีลักษณะฐานคล้ายโดม หรือ ฝาชี ซึ่งเป็นฐานของภูเขาไฟ ทำให้เกิดกระบวนการไหลของลำธาร แตกกระจาย เป็นลักษณะรัศมี ปัจจุบันเป็นอุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ

2.1.4 ภูเขาไฟน้ำเย็น มีลักษณะเป็นเนินเขาธารลาวา (Lava Flow) เป็นพื้นที่บริเวณเดียวของจังหวัดที่เป็นเนินภูเขาไฟ มียอดเนินเขาสูงประมาณ 258 เมตร ปัจจุบันเป็นเขตกสิกรรมพืชไร่ พืชสวน

2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

ภูมิอากาศโดยทั่วไปคล้ายกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ มีอากาศร้อนจัดในฤดูร้อน และอากาศค่อนข้างหนาวในฤดูหนาว ส่วนในฤดูฝนจะมีฝนตกชุกในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนกันยายน และในปี 2552 มีฝนตกประมาณ 114 วัน ปริมาณน้ำฝนวัดได้ 1,976.20 มิลลิเมตร ปริมาณน้ำฝนสูงสุด 130.9 มิลลิเมตร เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2552 ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 164.68 มิลลิเมตรหรือเดือน

3. โครงสร้างพื้นฐาน

3.1 ด้านการคมนาคมขนส่ง

จังหวัดอุบลราชธานี มีการคมนาคมขนส่งติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ ทั้งทางรถไฟ รถยนต์ และทางอากาศ ดังนี้

3.1.1 ทางรถไฟ มีรถด่วน รถเร็ว และรถไฟปรับอากาศด่วนพิเศษทุกวัน จาก กรุงเทพฯ ผ่านจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์และศรีสะเกษ สุดปลายทางที่ อำเภวารินชำราบ โดยจังหวัดอุบลราชธานี มี สถานี ย่อย 2 แห่ง คือ สถานี บุ่งหวาย และสถานี ห้วยชะยุ้ง เวลาเดินรถไฟ ประกอบด้วย

3.1.1.1 เทียวขึ้นจากสถานีต้นทางกรุงเทพฯ เริ่มต้นที่เวลา 05.45 ถึง 23.40 น.

3.1.1.2 เทียวลงจากสถานีรถไฟวารินชำราบจังหวัดอุบลราชธานีเริ่มต้นที่เวลา 07.00ถึง19.30 น.

3.1.2 ทางรถยนต์ สามารถใช้เส้นทางติดต่อภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงตลอดจน กรุงเทพฯ ระยอง เชียงใหม่ ได้อย่างสะดวกสบาย โดยรถยนต์ของบริษัทขนส่งจำกัด และรถยนต์ ปรับอากาศของบริษัทเอกชนหลายบริษัท



3.1.3 ทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี มีสนามบินนานาชาติ 1 แห่ง ซึ่งมีสายการบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) สายการบินนกแอร์ และสายการบิน แอร์เอเชีย ไป-กลับ กรุงเทพฯ - อุบลราชธานี ให้บริการเป็นประจำทุกวัน

3.2 ด้านสาธารณูปโภค และการสื่อสาร

3.2.1 การไฟฟ้า

3.2.1.1 สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้รับซื้อกำลังไฟฟ้าจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิต 3 แห่ง คือ

3.2.1.2 สถานีไฟฟ้าอุบลราชธานี 1 อำเภอเมืองอุบลราชธานี กำลังการผลิตเฉลี่ยเดือนละ 16 ล้านยูนิต

3.2.1.3 สถานีไฟฟ้าสิรินธร อำเภอสิรินธร กำลังการผลิตเฉลี่ยเดือนละ 7 ล้านยูนิต

3.2.1.4 สถานีไฟฟ้าอุบลราชธานี 2 กำลังการผลิตเฉลี่ยเดือนละ 57 ล้านยูนิต การให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดอุบลราชธานี และ กฟภ.ในสังกัด ครอบคลุมพื้นที่ทุกอำเภอและสามารถจ่ายไฟฟ้าให้ประชาชนในเขตพื้นที่ความรับผิดชอบ ได้ในอัตราร้อยละ 100 โดยมีครัวเรือนที่ใช้ไฟฟ้าคิดเป็นร้อยละ 94.6 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดที่อยู่นอกเขตเทศบาล โดยมีจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้ารวมทั้งสิ้น 467,000 ราย

3.2.2 การประปาจังหวัดอุบลราชธานีมีกิจการประปาทั้งหมด 4 แห่ง โดยแบ่งเป็น

3.2.2.1 สำนักงานประปาชั้น 1 จำนวน 3 แห่ง

3.2.2.2 สำนักงานประปาชั้น 2 จำนวน 1 แห่ง

ในปี 2552 สำนักงานประปาจังหวัดอุบลราชธานีสามารถผลิตน้ำได้ประมาณ 26,411,209 ลบ.ม. มีจำนวนผู้ใช้น้ำ 54,677 ราย

3.2.3 ด้านการไปรษณีย์โทรเลข

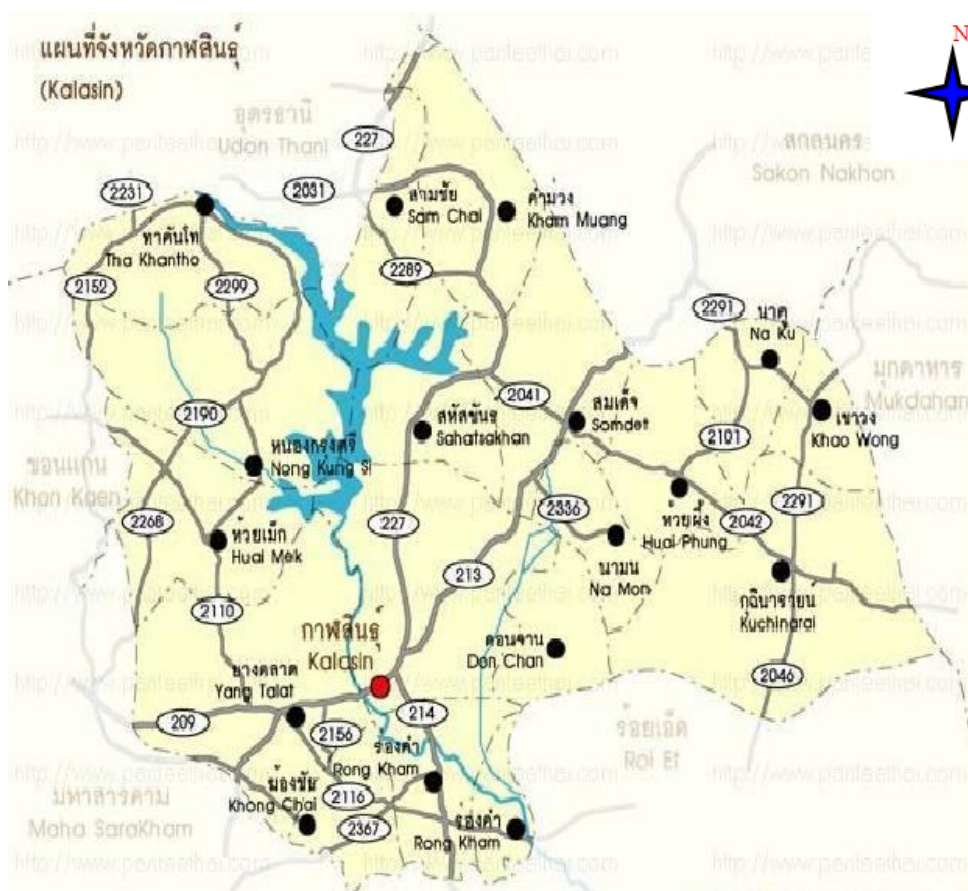
จังหวัดอุบลราชธานีมีที่ทำการไปรษณีย์จังหวัด จำนวน 1 แห่ง ไปรษณีย์รับฝากจำนวน 3 แห่ง ไปรษณีย์ระดับอำเภอ จำนวน 22 แห่ง และไปรษณีย์อนุญาตเอกชน (ปณอำเภอ) ระดับตำบล 112 แห่ง

3.2.4 ด้านโทรศัพท์

จังหวัดอุบลราชธานี มีชุมสายโทรศัพท์ 138 แห่ง จำนวนเลขหมายที่มีผู้เช่าทั้งหมด 56,478 เลขหมาย โดยเปิดใช้ประเภทบ้านพักอาศัยและธุรกิจต่างๆจำนวน 46,761 เลขหมาย โทรศัพท์สาธารณะ 4,072 เลขหมาย และเลขหมายว่าง 9,657 เลขหมาย (สำนักงานท้องถิ่น จังหวัดอุบลราชธานี. 2554 : เว็บไซต์)



จังหวัดกาฬสินธุ์



ที่มา : แผนที่ไทย.คอม (ม.ป.ป. : เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 7 แผนที่จังหวัดกาฬสินธุ์

ประวัติความเป็นมาของจังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์จังหวัดหนึ่งในภาคอีสาน จากหลักฐานทางโบราณคดีบ่งบอกว่าเคยเป็นที่อยู่อาศัยของเผ่าละว้า ซึ่งมีความเจริญทางด้านอารยธรรมประมาณ 1,600 ปี พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ต่อมาได้รับพระกรุณาโปรดเกล้า ยกฐานะบ้านแก่งสำโรงขึ้นเป็นเมือง และพระราชทานนามว่า “เมืองกาฬสินธุ์” หรือ “เมืองน้ำดำ” ซึ่งเป็นเมืองที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่สมัยโบราณกาล “กาฬ” แปลว่า “ดำ” “สินธุ์” แปลว่า “น้ำ” และยังมีแหล่งซากไดโนเสาร์หลายแห่งด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอำเภอสหัสขันธ์ นอกจากนี้ยังมีชื่อเสียงด้านโปงลาง

อำเภอเมืองกาฬสินธุ์แต่เดิมตามหลักฐานเอกสารที่ปรากฏมีชื่อเรียกว่า “อำเภอกุทัยธานี” สมัยหนึ่งและ “อำเภอกุหลาบ” สมัยหนึ่ง ตั้งเมื่อ พ.ศ.2437 ต่อมา พ.ศ. 2490 จึงได้เรียกชื่อว่า อำเภอเมืองกาฬสินธุ์จนถึงปัจจุบัน มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญควรทราบ ดังนี้



เดิมบริเวณหมู่บ้านที่ตั้งเมืองกาฬสินธุ์ปัจจุบันมีชื่อว่า แก่งสำโรง อยู่ติดชายดงสงเปลือยริมฝั่งลำน้ำปาว ด้านทิศตะวันออก มีดินดีอุดมสมบูรณ์เป็นที่อยู่อาศัยของพวกกะว้า สำหรับบรรพบุรุษของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นคนไทยเผ่าหนึ่งเรียกตัวเองว่า “ลาว” หรือ “อ้ายลาว” มีถิ่นอาศัยอยู่ที่นครเวียงจันทน์เมื่อประมาณ พ.ศ. 2320 ก่อนตั้งกรุงรัตนโกสินทร์ 5 ปี เจ้าโสมพะมิตรหรือท้าวโสมพะมิตรเป็นหัวหน้าพาพรรคพวกกวาดต้อนผู้พยพหนีพระเจ้าศิริบุญสารจากนครเวียงจันทน์ ข้ามลำน้ำโขง และสันภูพานมุ่งลงมาทางตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีพระอุปราชเมืองแสนคือนโป่งเมืองแสนนำจ้าวอพยพมาด้วย เมื่อข้ามลำน้ำโขงมา ระยะแรกตั้งหลักอยู่เมืองหนองหาร พระธาตุเชิงชุม ปัจจุบันเป็นที่ตั้งอำเภอเมืองสกลนคร และ ย้ายไปอยู่ที่เมืองพรรณานิคม ปัจจุบันเป็นอำเภอสว่างดินแดน จังหวัดสกลนคร อาศัยลำน้ำก่ำเป็นที่ทำมาหาเลี้ยงชีพต่อมาสภาพดินฟ้าอากาศเปลี่ยนแปลงเกิดฝนแล้งและโรคระบาดประชาชนล้มตายเป็นจำนวนมาก ประกอบกับพระเจ้าศิริบุญสารผู้ครองนครเวียงจันทน์ส่งกองทัพมาติดตาม เจ้าโสมพะมิตรจึงอพยพผู้คนที่เหลือ 5,000 คน ร่นถอยข้ามภูพานมาทางใต้และตั้งหมู่บ้านใหม่ชื่อว่า บ้านกลางหมื่น เพื่อเป็นอนุสรณ์ตามจำนวนคนที่อพยพเหลือตายมา 5,000 คน (คำว่ากลางหมื่น ก็คือ ครึ่งหมื่น หรือ 5,000 นั่นเอง) บ้านกลางหมื่นปัจจุบันอยู่ที่ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ ตั้งอยู่ได้ไม่นานเนื่องจากทำเลไม่เหมาะสมแก่การทำมาหากิน และรักษาเมืองยาก จึงย้ายมาตั้ง ณ ที่ตั้งเดิมชื่อ บ้านแก่งสำโรง บริเวณลุ่มน้ำปาวเป็นที่ยอดมสมบูรณ์ ชัยภูมิเหมาะแก่การสร้างเมือง จึงได้จัดสร้างเมืองโดยตั้งหลักเมืองขึ้น ณ ที่ตั้งศาลเจ้าพ่อหลักเมืองกาฬสินธุ์ ปัจจุบันและตั้งตัวเป็นอิสระโดยไม่ขึ้นต่อใคร อยู่มาได้ประมาณ 10 ปีเศษ

ต่อมา พ.ศ. 2336 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี รับสั่งให้ท้าวแสนสะท้านยกกองทัพไปปราบพระเจ้าศิริบุญสารที่นครเวียงจันทน์ได้สำเร็จ เจ้าเมืองร้อยเอ็ดจึงได้นำท้าวโสมพะมิตรเข้าเฝ้านำเครื่องบรรณาการเข้าสวามิภักดิ์ต่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช และได้กราบทูลตั้งบ้านแก่งสำโรงขึ้นเป็นเมือง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้อยู่ฐานะบ้านแก่งสำโรงขึ้นเป็นเมือง โดยที่ทรงเห็นว่าที่ตั้งของบ้านแก่งสำโรงอยู่บริเวณลุ่มน้ำก่ำ ซึ่งเป็นภาษาพื้นเมืองมีความหมายว่า แม่น้ำดำ จึงทรงพระราชทานนามว่า “เมืองกาฬสินธุ์” และมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมแต่งตั้งให้เจ้าโสมพะมิตรเป็นพระยาชัยสุนทรครองเมืองกาฬสินธุ์เป็นคนแรก และมีเจ้าเมืองปกครองด้วยความร่มเย็นเป็นสุข

จนถึง พ.ศ. 2437 สมัยพระยาชัยสุนทร (ท้าวเก) ได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปกครองให้เจ้าเมืองปกครองเมืองต่างๆ ที่ขึ้นต่อกรุงเทพฯ มาเป็นรูปแบบการปกครองแบบเทศาภิบาล มีมณฑล จังหวัด อำเภอ ตำบล และมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ตั้งให้เมืองร้อยเอ็ดเป็นจังหวัด บรรดาเมืองต่างๆ ให้ยุบเป็นอำเภอ และ ให้เมืองกาฬสินธุ์ เป็น “อำเภออุทัยกาฬสินธุ์” ขึ้นกับจังหวัดร้อยเอ็ด

วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2456 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ยกฐานะจังหวัดร้อยเอ็ดเป็นมณฑล ยกฐานะอำเภออุทัยกาฬสินธุ์เป็นจังหวัดกาฬสินธุ์

ต่อมาเมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2474 ตรงกับรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เศรษฐกิจของประเทศต่างๆทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทยตกต่ำข้าวยากมากแพ่งเกิดภาวะขาดแคลน ราษฎรเดือดร้อน ทางราชการ โดยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยประหยัทรายจ่ายของประเทศลง และ ยุบมณฑลร้อยเอ็ดลง เป็น



จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดกาฬสินธุ์ถูกยุบลงเป็นอำเภอชื่อว่า “อำเภอหุบ” และ ให้อำเภอหุบขึ้นต่อ จังหวัดมหาสารคาม

เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2490 ได้ทรงกรุณาโปรดเกล้าฯยกฐานะอำเภอหุบ ขึ้นเป็น จังหวัดกาฬสินธุ์ แบ่งการปกครองออกเป็นหลายอำเภอ โดยอำเภอที่เป็นที่ตั้งของศาลากลางจังหวัด กาฬสินธุ์ให้ชื่อว่า อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ แต่บัดนั้นเป็นต้นมาตราบเท่าทุกวันนี้



ภาพประกอบ 8 พระยาชัยสุนทร

เรียงลำดับประวัติอำเภอเมืองกาฬสินธุ์โดยสรุปได้ดังนี้

พ.ศ. 2334 ชื่อบ้านแก่งสำโรง มีเจ้าโสมพะมิตรเป็นผู้นำหมู่บ้าน อายุบ้านแก่งสำโรง 2 ปี

พ.ศ. 2336 โปรดเกล้าฯยกฐานะบ้านแก่งสำโรงเป็นเมืองกาฬสินธุ์มีพระยาชัยสุนทร (เจ้าโสมพะมิตร)

พ.ศ. 2437 ยุบเมืองกาฬสินธุ์เป็นอำเภออุทัยกาฬสินธุ์สมัยพระยาชัยสุนทร(เก) เป็น เจ้าเมืองกาฬสินธุ์

พ.ศ. 2456 ยกฐานะอำเภออุทัยกาฬสินธุ์และอำเภอเมืองกาฬสินธุ์โดยมีพระภริมา บุรีรักษ์เป็นปลัดมณฑลประจำจังหวัดกาฬสินธุ์และขุนชัยศรีทรงยศ (ศรี ฆารสินธุ์) เป็นนายอำเภอเมือง กาฬสินธุ์

พ.ศ. 2474 ยุบจังหวัดกาฬสินธุ์และอำเภอเมืองกาฬสินธุ์เป็นอำเภอหุบ ขึ้นจังหวัด มหาสารคาม หลวงบริหารสารนิคม (ทรัพย์ โชติหัต) เป็นนายอำเภอ



พ.ศ.2490 ยกฐานะอำเภอหุบกะพงเป็นจังหวัดกาฬสินธุ์ และอำเภอเมืองกาฬสินธุ์โดยมี
ขุนบริบาลบรรพตเขต เป็นข้าราชการประจำจังหวัดกาฬสินธุ์ และขุนอาจเอื้อระ (เหลื่อม วงศ์กมล
ไสย) เป็นนายอำเภอเมืองกาฬสินธุ์

ที่ตั้งและอาณาเขต : อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ ตั้งอยู่ทางตอนกลาง ค่อนไปทางทิศใต้ของ
จังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอหนองสูง อำเภอสหัสขันธ์ และ อำเภอสมเด็จ

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอนามน และ อำเภอดอนจาน

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอกมลาไสย และ อำเภอฆ้องชัย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอยางตลาด

พื้นที่ : 649.9 ตารางกิโลเมตร

ประชากร : 146,287 คน (พ.ศ. 2552) ความหนาแน่น : 225.09 คน ต่อตาราง

กิโลเมตร

การปกครองส่วนภูมิภาค : อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ แบ่งพื้นที่การปกครองตาม
พระราชบัญญัติ ลักษณะปกครองท้องที่ออกเป็น 17 ตำบล 180 หมู่บ้านที่ตั้ง : ที่ว่าการอำเภอเมือง
กาฬสินธุ์ ถนนกาฬสินธุ์ ตำบลกาฬสินธุ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ลักษณะอากาศ : ภูมิอากาศโดยทั่วไปแบบทุ่งหญ้าสะวันนา (Aw) คือ มีอากาศร้อนชื้น
สลับกับฤดูแล้ง มีฝนตกปานกลาง

ฤดูหนาวช่วงเดือนตุลาคมถึงกุมภาพันธ์อากาศหนาวเย็นเนื่องจากได้รับอิทธิพลจาก
ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ

ฤดูฝน ช่วงเดือนพฤษภาคม - ตุลาคม เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากพายุดีเปรสชัน

ฤดูร้อน ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม อากาศจะร้อนและแห้งแล้งมาก เพราะอยู่
ไกลจากทะเล

สภาพเศรษฐกิจ

1. อาชีพหลัก ได้แก่ ทำนา ไร่ อ้อย มันสำปะหลัง ยางพารา

2. อาชีพเสริม ได้แก่ สวนผัก ผลไม้ เลี้ยงปลา

3. จำนวนธนาคาร มี 11 แห่ง ได้แก่

3.1 ธนาคารกรุงไทย

3.2 ธนาคารออมสิน

3.3. ธนาคารออมสิน สาขาถิ่นานนท์

3.4 ธนาคารอาคารสงเคราะห์

3.5 ธนาคารกสิกรไทย

3.6 ธนาคารกรุงเทพ

3.7 ธนาคารทหารไทย

3.8 ธนาคารไทยพาณิชย์

3.9 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

3.10 ธนาคาร ธ.ก.ส.

3.11 ธนาคารธนชาติ



3.12 ธนาคารอิสลาม

3.13 ธนาคารเกียรตินาคิน

การเกษตรกรรม

1. ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง
2. ชื่อแหล่งน้ำที่สำคัญได้แก่ แม่น้ำลำปาว ลำพาน
3. โรงงานอุตสาหกรรมที่สำคัญได้แก่
 1. บริษัท เอเชียโมติไฟสตาร์ช จำกัด ที่ตั้ง ตำบลโพหนอง อำเภอมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
 2. บริษัท จิรัฐพัฒนาการเกษตร จำกัด ที่ตั้ง ตำบลภูดิน อำเภอมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
 3. บริษัท สยามโปรดักส์ (1994) จำกัด ที่ตั้ง ตำบลหนองกุง อำเภอมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

กาฬสินธุ์

กาฬสินธุ์

กาฬสินธุ์

สถานที่ที่น่าสนใจ ในเขตอำเภอมืองกาฬสินธุ์



ภาพประกอบ 9 วัดกลาง (Wat Klang) อำเภอมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

สร้างเมื่อ พ.ศ.2387 แต่ไม่ปรากฏหลักฐานเกี่ยวกับผู้สร้าง เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ชนิดสามัญ สังกัดคณะสงฆ์มหานิกาย มีพื้นที่ 7 ไร่ 2 งาน 55 ตารางวา ลักษณะพื้นที่ของวัดเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า แนวจากทิศเหนือจรดใต้ เป็นด้านยาว 126.83 เมตร จากทิศตะวันออกจรดตะวันตก เป็นด้านกว้าง 99 เมตร วัดกลางกาฬสินธุ์ ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2480 เขตวิสุงคามสีมา กว้าง 40 เมตร ยาว 80 เมตร ซึ่งได้รับการสถาปนาเป็นพระอารามหลวง เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2511 โดยเป็นวัดที่มีเฉพาะที่ตั้งวัดเท่านั้น ไม่มีที่ธรณีสงฆ์หรือที่กัลปนา



วัดกลาง มีการเปลี่ยนแปลงและเจริญก้าวหน้ามาโดยลำดับ จนกระทั่งถึงสมัยพระเทพวิสุทธาจารย์ (สุข สุขโณ) เจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน ที่ได้มีการพัฒนาวัดทั้งในด้านวัตถุ การศึกษา และการปฏิบัติธรรม มีการปลูกสร้างเสนาสนะอย่างถาวรได้มาตรฐาน และ ถูกต้อง ตามศิลปกรรมไทย เป็นพุทธสถาน แหล่งปฏิบัติศาสนากิจ ที่ได้รับการคัดเลือกและได้รับการยกย่องชมเชยจากกรมการศาสนาให้เป็นวัดพัฒนาตัวอย่างเกียรติยศดีเด่น ในปี พ.ศ. 2509 และ พ.ศ. 2515 ในปี พ.ศ. 2532 ได้รับคัดเลือกจากกรมการศาสนาให้เป็นสำนักเรียนดีเด่นในด้านการจัดการศึกษาพระปริยัติธรรม ซึ่งได้เปิดสอน 3 แผนก คือ

1. แผนกบาลี เปิดสอนในระดับเปรียญธรรม 1 ประโยค ถึง เปรียญธรรม 5 ประโยค
2. แผนกธรรม เปิดสอนตั้งแต่ต้นกัธรมตรี ถึงนักกัธรมเอก
3. แผนกสามัญ เปิดสอนเมื่อ พ.ศ. 2535 ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6

นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดกลาง ซึ่งเปิดสอนมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2519 จนถึงปัจจุบัน



ภาพประกอบ 10 อุโบสถวัดกลาง และหลวงพ่อดำ

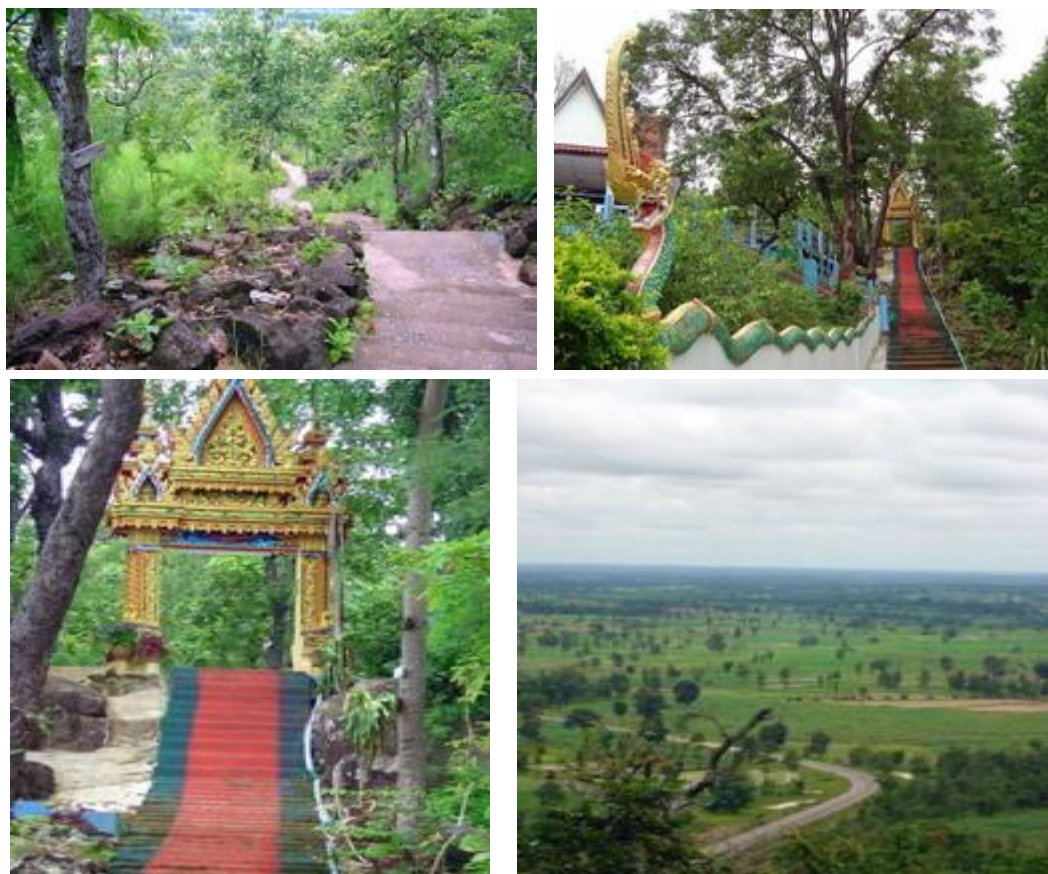
พระอุโบสถวัดกลาง พระอารามหลวง มีพระอุโบสถทั้งดงามประดับด้วยลวดลายปูนปั้นที่หน้าบัน บานประตู หน้าต่างแกะสลักด้วยไม้เป็นภาพพุทธประวัติ ผนังด้านบนภายในพระอุโบสถเป็นภาพจิตรกรรมเกี่ยวกับมหาชาติหรือเวสสันดรชาดก 13 กัณฑ์ ทั้ง 3 ด้าน ส่วนผนังด้านตรงข้ามกับพระพุทธรูปพระประธานเป็นภาพมารผจญ ที่กำแพงแก้วรอบพระอุโบสถมีประติมากรรมนูนต่ำ ทั้งภายใน และ ภายนอก ภายในเป็นนิทานพื้นบ้านอีสาน ส่วนภายนอกเป็นเรื่องเกี่ยวกับผญา คติพื้นบ้านต่างๆ มีคำอธิบายประกอบภาพ ซึ่งการปั้นภาพประติมากรรมนูนต่ำ และ คำบรรยายประกอบภาพเหล่านี้เกิดจากความคิด และแรงบันดาลใจ ของเจ้าอาวาส

นอกจากนี้วัดกลาง ยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปโบราณสำคัญ คือ พระพุทธรูปองค์ดำ พระพุทธสัมฤทธิ์นโรคนตราย (ชาวเมืองกาฬสินธุ์ เรียกชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า หลวงพ่อขุ่มเย็น) (หล่อด้วยทองสัมฤทธิ์หรือดำแดง) หน้าตักกว้าง 20 นิ้ว มีพระพุทธรูปลักษณะงดงาม สร้างในสมัยพระเจ้าคูนาชาม เช่น เมืองภูแล่นช้าง ต่อมาพระยาชัยสุนทร (กิง) ได้นำมาเป็นพระพุทธรูปศรีเมืองเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์หากปีใดฝนแล้ง ชาวกาฬสินธุ์จะอัญเชิญออกมาแห่เพื่อขอฝนเสมอ ที่พระแท่นมีรอยจารึกเป็นอักษรโบราณ ลักษณะพิเศษอีกอย่างก็คือ แม้จะขัดผิวให้เห็น เนื้อสัมฤทธิ์ แต่ทิ้งไว้ไม่นานผิวของพระพุทธรูปก็จะกลับดำดูจงรักดั่งเดิม นอกจากนี้ยังมีพระสังข์กัจจายญ์ รอยพระพุทธรูปจำลองสลักจากหินทราย ที่นำมาจากวัดแก่งสำโรงริมฝั่งลำน้ำปาว โดยพระยาไชยสุนทร เจ้าเมืองกาฬสินธุ์ในสมัยรัชกาลที่ 5



ภาพประกอบ 11 วัดศรีบุญเรือง – วัดเหนือ

เรียกชื่อหนึ่งว่าวัดเหนือ อำเภอเมือง อยู่ถัดจากวัดกลางเป็นวัดเก่าแก่ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดกาฬสินธุ์ สิ่งสำคัญในวัดนี้ก็คือเสมาจำหลักจากฟ้าแดดสงยางเป็นโบราณวัตถุที่เจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่อดีต ในสมัยทวารวดีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 13-15 จำนวนหนึ่งเก็บรักษาไว้โดยการปักไว้รอบพระอุโบสถ จำหลักลวดลาย และ รูปทรงต่างๆ ขึ้นทั้งดงามที่สุดคือใบเสมาที่จำหลักเป็นรูปเทวดาเหาะอยู่เหนือปราสาทเรือนแก้วซ้อนกัน 2 ชั้น ชั้นล่างสุด มีรูปกษัตริย์พระมเหสี และ พระโอรส สวยงามมาก เป็นศิลปะแบบพื้นเมืองอีสาน (ศิลปะแบบทวารวดี) วัดศรีบุญเรือง นอกจากจะเป็นวัดสำคัญเก่าแก่ และมีโบราณวัตถุชิ้นสำคัญหลายชิ้นภายในวัดแล้ว ยังเป็นวัดที่มีความสงบร่มรื่น มีสิ่งก่อสร้างที่ได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์มาแล้ว เป็นอย่างดี เช่น พระวิหาร พระอุโบสถ ตลอดจนสิ่งก่อสร้างอื่นๆ ภายในบริเวณวัด เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาทางด้านศิลปกรรมที่หาชมได้ยาก เบอร์โทรวัด 043-813071



ภาพประกอบ 12 พระพุทธสถานภูโป

ภูโป เป็นเขาหินทราย ตั้งอยู่ที่ ตำบลภูโป อำเภอเมือง ห่างจากอำเภอเมือง 28 กิโลเมตร (ไปทางอำเภอสมเด็จหรือ อำเภอสหัสขันธ์) ตามทางหลวงหมายเลข 2319 ยอดเขามีความสูง 336 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง หรือ สูง 94 เมตร จากพื้นที่ดินล่าง ทอดตัวตามแนวทางตะวันออก-ตะวันตก ด้านทิศเหนือเป็นเขตอำเภอสหัสขันธ์ ด้านทิศใต้เป็นเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์



แหล่งหินศิลปะถ้ำสมัยประวัติศาสตร์ ณ ที่นี้เป็นภาพสลักรูปพระนอน (พระพุทธรูปปางไสยาสน์) อายุประมาณ 1,500 ปี บนแผ่นหินได้เพิงผา 2 แห่งอยู่ทางด้านตะวันตกในเขตวัดพระอินทร์ประทานพร บ้านโพนคำ ตำบลภูพาน อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ ภาพสลัก 2 รูป อยู่บนผาหินต่างระดับกัน ภาพแรกสลักอยู่บนผนังใต้เพิงผาเชิงเขา สูงจากพื้นดินราบ (ที่วัด) ประมาณ 5 เมตร ภาพประกอบสองอยู่บนผนังหินใต้เพิงผา เกือบถึงยอดเขาสูง จากพื้นดินด้านล่างประมาณ 80 เมตร มีบันไดทางขึ้น มีที่พักเป็นระยะๆ



ภาพประกอบ 13 พระพุทธรูปไสยาสน์องค์ที่ 1 (องค์ล่าง)

พระพุทธรูปไสยาสน์ สร้างขึ้นประมาณ พุทธศตวรรษที่ 12-14 ลักษณะศิลปกรรม สร้างตามศิลปกรรมแบบทวารวดี สกulpture อีสาน ความยาวของภาพสลัก 3.30 เมตร กว้าง 1.27 เมตร ภาพสลัก ณ ที่นี้ไม่ได้สลักแต่รูปองค์พระลอย ๆ แต่สลักแผ่นพื้นหิน ให้เป็นรูปผ้าปูลาดรองพระองค์ และผ้า (หมอน)รองหนุนพระเศียร และรองพระบาททั้งคู่ รอบ ๆ พระวรกาย และพระเศียรสลักเป็นรูปประภาวาลิที่เส้นกรอบนอกของประภาวาลิรอบพระเศียรสลักรูปดวงดอกไม้เป็นระยะ ทำให้ดูคล้ายเป็นรัศมีเพิ่มขึ้น องค์พระนอนตะแคงข้างขวาตามแบบสีหไสยา พระเศียรประทับบนพระหัตถ์และพระกรข้างขวา หันสู่ทิศเหนือพระพักตร์หันสู่ทิศตะวันตก



ภาพประกอบ 14 พระพุทธรูปไสยาสน์องค์ที่ 2 (องค์บน)

สร้างขึ้นประมาณพุทธศตวรรษที่ 18-19 ลักษณะศิลปกรรมสร้างตามศิลปกรรมแบบทวารวดี ผสมผสานกับพุทธศิลปะแบบสุโขทัยความยาวของภาพสลักนับจากประภาวลิเหนือเศียรพระจนถึงขอบเตียงปลายพระบาท 5.20 เมตร ส่วนกว้างที่สุด 1.50 เมตร องค์พระสลักนูน จากผนังขึ้นมา 55 เซนติเมตร องค์พระนอนตะแคงขวาตามแบบสีหไสยา พระเศียรหันสู่ทิศเหนือก่อนมาทางตะวันตกเล็กน้อย โดยสลักหินที่รองรับใต้องค์พระ ให้เป็นแท่นขอบเหลี่ยมต่อด้วยขาคู่หนึ่งซึ่งสลักให้ดูเป็นรูปขาเตียง ภาพสลักนี้มีเส้นโค้งเว้า เน้นสัดส่วนและมีลักษณะอ่อนช้อยกว่าภาพสลักโดยทั่วไป

เดิมที่ชาวเมืองกาฬสินธุ์มีแนวคิดที่จะจัดสร้างอนุสาวรีย์พระยาชัยสุนทรมาตั้งแต่ ปี พ.ศ.2510 แต่มาแล้วเสร็จในสมัยนายสมศักดิ์ ร่มไทรทองเป็นนายกเทศมนตรีเมืองกาฬสินธุ์ นายประกิต พิณเจริญ ดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยอาจารย์ชาว ละออ เป็นผู้ออกแบบรูปหล่อ ขนาดเท่าองค์จริง สูง 175 เซนติเมตร ส่วนบริเวณรอบองค์อนุสาวรีย์ มีการจัดทำภาพปะติมากรรมโดย อาจารย์ วิโรจน์ ศรีสุโร งบประมาณ 460,000 บาท งบประมาณจากภาคส่วนราชการและประชาชนร่วมบริจาค เริ่มประกอบพิธีเททองหล่อรูปเหมือน ในวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2524 โดยนายขุนทอง ภูผิวดือน รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการเป็นประธาน ต่อมามีการกำหนดให้ วันที่ 13 กันยายน มีพิธีการบวงสรวงทุกปี การก่อสร้างอนุสาวรีย์ใช้เวลา 1 ปี แล้วเสร็จในปี 2525



ภาพประกอบ 15 พิพิธภัณฑของดีจังหวัดกาฬสินธุ์ (ตั้งอยู่ศาลากลางหลังเก่า)

ตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัดกาฬสินธุ์ (หลังเดิม) ผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ (นายชัยรัตน์ มาประณีต) ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้เป็นศูนย์รวมของดีเมืองกาฬสินธุ์ จัดเป็นห้องบรรยายสรุป ห้องเจ้าเมือง ห้องศาสนา ห้องเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ห้องวิถีชีวิตความเป็นอยู่ชาวไทย ห้องวิถีธรรมชาติ ห้องศึกษาค้นคว้าเรื่องหัตถกรรม ห้องสาธิตจำหน่ายผ้าไหมแพรวา และของที่ระลึกพื้นเมือง โดยเปิดให้นักท่องเที่ยว และ ผู้สนใจเข้าชมทุก วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.30-16.30 น. โทร. 043-811695





ภาพประกอบ 16 ศูนย์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

สวนสาธารณะกุดน้ำกิน กุดน้ำกิน เป็นบึงน้ำขนาดใหญ่ อยู่ในตัวเมืองกาฬสินธุ์ ห่างจาก สถานีขนส่งไปทางทิศตะวันตกไม่ถึง 200 เมตร เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ได้พัฒนาให้เป็นสวนสาธารณะ สำหรับพักผ่อนหย่อนใจ ออกกำลังกาย และนันทนาการต่างๆ โดยบริเวณโดยรอบของกุดน้ำกินจะมีทาง สำหรับวิ่งหรือเดินออกกำลังกาย ผืนดินที่ยื่นเข้าไปจนเกือบคล้ายเกาะ จะสร้างอาคารสำหรับเป็นฟิตเนส บริเวณลานตรงกลางใช้สำหรับซ้อมลีลาศ, เต้นแอโรบิก, รำกระบอง ฯลฯ ส่วนศาลาด้านหลังไว้สำหรับ ประกอบพิธีต่างๆ





ภาพประกอบ 17 แก่งดอนกลาง

เป็นแหล่งน้ำสำคัญของเมืองกาฬสินธุ์ใช้สำหรับอุปโภคและการประมง ในปี 2524 ชาวเมืองกาฬสินธุ์ได้ร่วมจัดกิจกรรมการแข่งขันเรือยาว โดยมีวัดอุประสงค์เพื่อธรรงค์ก่าจัดฝึกตบชาวพร้อมคีนธรรมชาติให้แหล่งน้ำ พร้อมเชิญชวนเรือยาวจากอำเภอกุโลยเคียงร่วมแข่งขัน



ภาพประกอบ 18 งานประเพณีบุญคูณลานสู่ขวัญข้าว

เป็นงานประเพณีที่จัดในช่วงเดือนมกราคมของทุกปี โดยชาวบ้านแต่ละครัวเรือนในตำบล นำรวงข้าวมาบริจาคและมัดด้วยตอก (ไม้ไผ่เป็นเส้นบาง) จากนั้นก็มัดกับโครงไม้ที่ทำเป็นโครงไว้ที่มีรูปร่างต่างๆ ที่สวยงาม เมื่อถึงวันงานก็จะมีพิธีบาศีสู่วัวข้าว เป็นประเพณีของชาวอีสาน (จังหวัดกาฬสินธุ์. ม.ป.ป. : เว็บไซต์)

จังหวัดมุกดาหาร

จังหวัดมุกดาหารตั้งอยู่ทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นแบ่งกั้นพรมแดน ตั้งอยู่เส้นรุ้งที่ 16-17 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 104-105 องศาตะวันออก มีพื้นที่ทั้งหมด 4,339.83 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,712,394 ไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ระยะทาง 642 กิโลเมตร ข้อมูลทั่วไปมีดังต่อไปนี้



ที่มา : แผนที่ไทย.คอม (ม.ป.ป. : เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 19 แผนที่จังหวัดมุกดาหาร



ประวัติความเป็นมา

พระเจ้ากรุงศรีสัตนาคนหุต (เวียงจันทน์) สวรรคต พระยาเมืองแสนได้ชิงเอาราชสมบัติขึ้นครองเวียงจันทน์ พระมเหสีของพระเจ้ากรุงเวียงจันทน์องค์เดิมได้พาโอรส 2 พระองค์ คือ เจ้าองค์หล่อ และเจ้าองค์หน่อ (เจ้าหน่อกุมาร) อพยพหลบหนีตามลำน้ำโขงมาอาศัยอยู่กับ พระครูโพนเสม็ด เมื่อเจ้าองค์หล่อเจริญวัยขึ้น มีความโกรธแค้นพระยาเมืองแสนซึ่งชิงเอาราชสมบัติ จึงพาบ่าวไพร่ไปอยู่เมือง ญวน ช่างสมผู้คนคอยหาโอกาสแก้แค้นพระยาเมืองแสน ฝ่าย เมื่อพระเจ้ากรุงศรีสัตนาคนหุต (เวียงจันทน์) สวรรคต พระยาเมืองแสนได้ชิงเอาราชสมบัติขึ้นครองเวียงจันทน์ พระมเหสีของพระเจ้ากรุงเวียงจันทน์องค์เดิมได้พาโอรส 2 พระองค์ คือ เจ้าองค์หล่อและเจ้าองค์หน่อ (เจ้าหน่อกุมาร) อพยพหลบหนีตามลำน้ำโขงมาอาศัยอยู่กับ พระครูโพนเสม็ด เมื่อเจ้าองค์หล่อเจริญวัยขึ้น มีความโกรธแค้นพระยาเมืองแสนซึ่งชิงเอาราชสมบัติ จึงพาบ่าวไพร่ไปอยู่เมือง ญวน ช่างสมผู้คนคอยหาโอกาสแก้แค้นพระยาเมืองแสน ฝ่ายพระยาเมืองแสนผู้ครองกรุงศรีสัตนาคนหุตเห็นว่าพระครูโพนเสม็ดมีผู้คนรักใคร่เกรงกลัวนับถือมากหากปล่อยไว้อาจจะคิดแย่งชิงเอาบ้านเมืองจึงคิดจะกำจัดพระครูโพนเสม็ดเสีย เมื่อพระครูโพนเสม็ดรู้ระแคะระคายว่าพระยาเมืองแสนจะคิดทำร้ายจึงรวบรวม ผู้คนได้ 3 พันเศษพาเจ้าหน่อกุมารพร้อมด้วยมารดา (พระมเหสีของพระเจ้ากรุงเวียงจันทน์) อพยพลงมาตามลำน้ำโขง เมื่อเห็นว่าที่อุดมสมบูรณ์ก็ให้ผู้คนติดตามแยกย้ายกันตั้งบ้านตั้งเมืองขึ้นตามความสมัครใจในแถบถิ่นสองฝั่งแม่น้ำโขงจึงเกิดเป็นเมืองต่าง ๆ ขึ้นและแผ่ขยายต่อมาออกไปทั่วภาคอีสานในปัจจุบันท่านพระครูโพนเสม็ดอพยพผู้คนลงมาตามลำน้ำโขง เมื่อถึงที่ใดก็มีคนเลื่อมใสศรัทธามากขึ้นตามลำดับ ท่านพระครูโพนเสม็ดได้บูรณะปฏิสังขรณ์พระธาตุพนมเมื่อ พ.ศ. 2233 และได้แบ่งคนจำนวนหนึ่งให้อยู่อยู่ภูพาน พระธาตุพนม แล้วได้อพยพต่อไปถึงนครจำบากนาคนบุรีศรี (นครจำปาศักดิ์) จึงได้ยกเจ้าหน่อกุมารขึ้นเป็นกษัตริย์ ถวายพระนามว่า เจ้าสร้อยศรีสมุทรพุทธางกูรเปลี่ยนนามนครจำบากนาคนบุรีศรี เป็นนครจำปาศักดิ์ เมื่อ พ.ศ. 2256 เมืองมุกดาหารได้ก่อกำเนิดขึ้นในยุคนี้ โดยได้อพยพลงมาจากทางใต้ตามลำน้ำโขงจากเมืองไร่เมืองบุงบ้านน้ำน้อยอ้อยหนู ลงมาตามลำน้ำโขงและตั้งบ้านตั้งเมืองอยู่ ณ บ้านหลวงโพนสิม (บริเวณธาตุอิงฮังแขวงสุวรรณเขตในปัจจุบัน) เมื่อเจ้าสร้อยศรีสมุทรพุทธางกูร สถาปนาเป็นนครจำปาศักดิ์ขึ้นในปี พ.ศ. 2256 จึงได้ตั้งเจ้าเมืองขึ้นคือตั้งเจ้าจันทร์สุริยวงษ์ เป็นเจ้าเมืองหลวงโพนสิม (ต่อมาได้อพยพมาตั้งเมืองมุกดาหาร)

ตั้งให้ท้าวสุด เป็นพระชายเชษฐา เจ้าเมืองหางโค (เมืองเชียงแตง) ตั้งให้เจ้าแก้วมงคล (จารย์แก้ว) เป็นเจ้าเมืองเมืองทอง (ภายหลังเปลี่ยนนามเป็นเมืองสุวรรณภูมิ) และต่อมาได้แยกเป็นเมืองร้อยเอ็ด สารคามกาฬสินธุ์ ขอนแก่น ฯลฯ ตั้งให้ท้าวมั่น เป็นหลวงเอกอาษาเจ้าเมืองสาละวัน (ต่อมาแยกเป็นเมืองสาละวัน เมืองคำทองใหญ่ เมืองคำทองน้อย ซึ่งอยู่ในแขวงสาละวันและแขวงวาปีคำทองในประเทศลาวปัจจุบัน) ตั้งให้อาจารย์โสม เป็นเจ้าเมืองอัตตะปือ (เมืองอัตตะปือ) เมืองต่าง ๆ เหล่านี้ได้มีบุตรหลานสืบสกุลเป็นเจ้าเมืองต่อ ๆ กันมา และได้แตกแยกออกเป็นเมืองต่าง ๆ เพิ่มขึ้นมากมาย ฝ่ายเมืองหลวงโพนสิม เมื่อเจ้าจันทร์สุริยวงษ์ถึงแก่กรรมแล้ว เจ้ากินรีได้เป็นเจ้าเมืองสืบต่อมาอีกหลายกัป หรือชาวมุกดาหารเรียกหอยก็จนถึง พ.ศ. 2310 จึงได้อพยพข้ามโขงมาตั้งเมืองใหม่ทางฝั่งขวาแม่น้ำโขงตรงปากห้วยมุก มูลเหตุที่เจ้ากินรีจะย้ายเมืองมาตั้งใหม่มีอยู่ว่า วันหนึ่งนายพรานจากบ้านหลวงโพนสิมได้ข้ามโขงมาล่าสัตว์ตรงปากห้วยมุกได้พบต้นตาลต้นหนึ่งมี 7 ยอด และเห็นกองอิฐปรักพังอยู่บริเวณใต้ต้นตาล 7 ยอดนั้นจึงสันนิษฐานว่าคงเป็นบ้านเมืองในสมัยโบราณมาก่อนนายพรานจึงนำไปเล่าให้เจ้ากินรีฟัง เมื่อเจ้ากินรีมาตรวจดู เห็นว่าเป็นทำเลดี เหมาะสมที่จะตั้งบ้านตั้งเมือง จึงได้ชักชวนพรรคพวก



มาตั้งเมืองขึ้นใหม่ทางฝั่งขวาแม่น้ำโขงตรงปากห้วยมุกวันหนึ่งขณะที่เจ้ากินรีควบคุมบ่าวไพร่ในกลางป่า อยู่ใกล้ต้นตาล 7 ยอด เจ้ากินรีได้พบพระพุทธรูป 2 องค์ องค์ใหญ่ เป็นพระพุทธรูปก่ออิฐถือปูน องค์เล็ก เป็นพระพุทธรูปเหล็กอยู่ใต้ต้นโพธิ์ เจ้ากินรีจึงให้สร้างวัดขึ้น ในบริเวณนั้นและตั้งชื่อว่า วัดศรีมุงคุณ (วัดศรีมงคล) เพื่อเป็นมงคลนามแก่ชาวเมืองและเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปทั้งสององค์ เมื่ออัญเชิญ พระพุทธรูปสององค์ไปไว้ในโบสถ์แล้ววันรุ่งขึ้นอีกวันเมื่อพระภิกษุประจำวัดจะเข้าไปสักการะ ก็ปรากฏว่าไม่พบพระพุทธรูปเหล็ก (องค์เล็ก) เมื่อค้นดูรอบ ๆ บริเวณวัด ปรากฏว่าพระพุทธรูปเหล็กกลับไป ประดิษฐานอยู่ใต้ต้นโพธิ์ที่เดิมแต่จมลงไปในดิน และวันต่อ ๆ มาอีกค่อย ๆ จมลงในดิน เหลือแต่ยอดพระ โคมีย์ เจ้ากินรีจึงให้สร้างแท่นสักการะบูชาไว้ ณ ที่นั้นและถวายพระนามว่า พระหลุมเหล็กส่วน พระพุทธรูปองค์ใหญ่คงประดิษฐานอยู่ในโบสถ์วัดศรีมงคล เป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง ตลอดมาจนถึง ปัจจุบันเมื่อเจ้ากินรีตั้งเมืองขึ้นใหม่ ตอนกลางคืนจะเห็นแก้วดวงหนึ่งสีสดใสลอยออกจากต้นตาล 7 ยอด แล้วลอยกลับมาที่ต้นตาลตอนเช้ามีดแทบทุกคืน เจ้ากินรีจึงเรียกนามแก้วศุภนิมิตร์นั้นว่า แก้วมุกดาหาร เพราะอยู่ใกล้ห้วยบังมุก (บัง แปลว่า ลำห้วย) อีกทั้ง ได้มีผู้พบเห็นไข่มุกอยู่ในหอยกาบ (หอยก๊) ในลำน้ำ โขงอีกด้วย และตั้งนามเมืองว่า เมืองมุกดาหาร เมื่อเดือน 4 ปีกุน พ.ศ. 2313 (มุกดาหาร หมายถึง แก้ว ไข่มุก) เป็นต้นมาและมีเจ้าปกครองสืบต่อกันมาตามลำดับรวม 8 คน

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดสกลนคร และจังหวัดนครพนม
 ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดยโสธร จังหวัดอำนาจเจริญ และ จังหวัดร้อยเอ็ด
 ทิศตะวันออก ติดต่อกับแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน

ลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นกั้นพรมแดน

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดกาฬสินธุ์ และจังหวัดร้อยเอ็ด

เศรษฐกิจและสังคม

จังหวัดมุกดาหาร ประชากรส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม ประชากรยังมีฐานะยากจน

การเกษตร การปลูกข้าว เพื่อเป็นการบริโภคภายในครัวเรือนเสียเป็นส่วนใหญ่ และยัง พึ่งพาอาศัยน้ำฝนเพื่อการเพราะปลูกในฤดูกาลจะมีการปลูกข้าวนอกฤดูกาลบางพื้นที่ไม่มากนักโดย อาศัยแหล่งน้ำจากอ่างเก็บน้ำ หรือฝายขนาดเล็ก เช่นอ่างเก็บน้ำห้วยขี้เหล็ก ที่อำเภอนิคมคำสร้อย และ อ่างเก็บน้ำห้วยชะโนด (หนองฮะ) อำเภอดงหลวง แต่บางปีหากฝนแล้ง ฝนตกไม่ตรงตามฤดูกาล ก็จะทำให้ การเกษตรได้ไม่เต็มส่วนพื้นที่ที่ปลูกข้าวได้ดินนอกฤดูกาล (นาปรัง) จะอยู่ในพื้นที่ อำเภอหว้านใหญ่ ตำบลโป่งขาม อำเภอเมืองมุกดาหารในตำบลบางทรายใหญ่อาศัยเครื่องสูบน้ำ สูบน้ำจากแม่น้ำโขง นอกจากจะปลูกข้าวแล้วยังปลูกถั่วลิสง ข้าวโพดแตงกว่าฯลฯ มันสำปะหลังเป็นพืชเศรษฐกิจที่ชาว มุกดาหารปลูกกันมากเพราะปลูกง่าย ทนต่อสภาพอากาศแห้งแล้ง อ้อยก็มีเป็นที่นิยมปลูกกันในบาง พื้นที่ เช่นที่อำเภอนิคมคำสร้อย นอกจากนี้ยังมีพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ที่ชาวมุกดาหาร เริ่มทำการเพราะ ปลูกกันมากคือ ยางพารา นิยมปลูกในพื้นที่ อำเภอดงหลวง อำเภอเมืองมุกดาหารที่ตำบลคำอาฮวน และอำเภอนิคมคำสร้อย คาดว่าคงจะขยายพื้นที่เพาะปลูกไป หลายพื้นที่ (ประวัติความเป็นมาจังหวัด มุกดาหาร. 2555 : เว็บไซต์)



การปศุสัตว์ โดยวิถีชีวิต ของชาวมุกดาหารผู้มีอาชีพเกษตรกรรมแล้ว จะเลี้ยงสัตว์หลายชนิดเป็นอาชีพเสริม เช่น เลี้ยงพื้นบ้านไก่เนื้อ เป็ดพันธุ์เนื้อ โค กระบือ โดยส่วนใหญ่จะเลี้ยงแบบเปิด ให้สัตว์หากินเองโดยธรรมชาติ และให้อาหารเสริมบ้างเป็นครั้งคราว การประมง การทำประมงของชาวจังหวัดมุกดาหารนั้นเป็นการประมงน้ำจืด โดยส่วนราชการส่งเสริมและสนับสนุนการเลี้ยงปลาในบ่อเป็นอาชีพภายในครัวเรือน ผู้ที่มีพื้นที่ติดลำน้ำโขงก็จะเลี้ยงปลาในกระชัง หลังฤดูการเก็บเกี่ยว เพราะช่วงน้ำหน้าฝนน้ำโขงหลากไม่เหมาะกับการเลี้ยงปลาในลำน้ำโขงเพราะเสี่ยงต่อการชำรุดของวัสดุเพาะเลี้ยงปลาที่เลี้ยงในแหล่งธรรมชาติในลำน้ำโขงจะมีรสชาติที่อร่อย

การอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ของจังหวัดมุกดาหารเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากผลผลิตของการเกษตรโดยจะกระจายไปตามแหล่งพืชผล และ ผลิตภัณฑ์ของการเกษตร เช่น โรงงานตากมันสำปะหลัง โรงสีข้าวโรงงานรับฟอกยางแผ่นโรงงานกรวด หิน และทราย ตามลำน้ำโขงต่างๆส่วนมากจะเป็นอุตสาหกรรมเล็กๆน้อยภายในครัวเรือน เครื่องจักสาน สินค้า OTOP ต่างๆ ส่วนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรือปานกลางจะตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง

การปกครอง

แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอดำชะอี อำเภอนิคมน้ำส้วม อำเภอดอนตาล อำเภอดงหลวง อำเภอหว้านใหญ่ และอำเภอหนองสูง

งานประเพณี

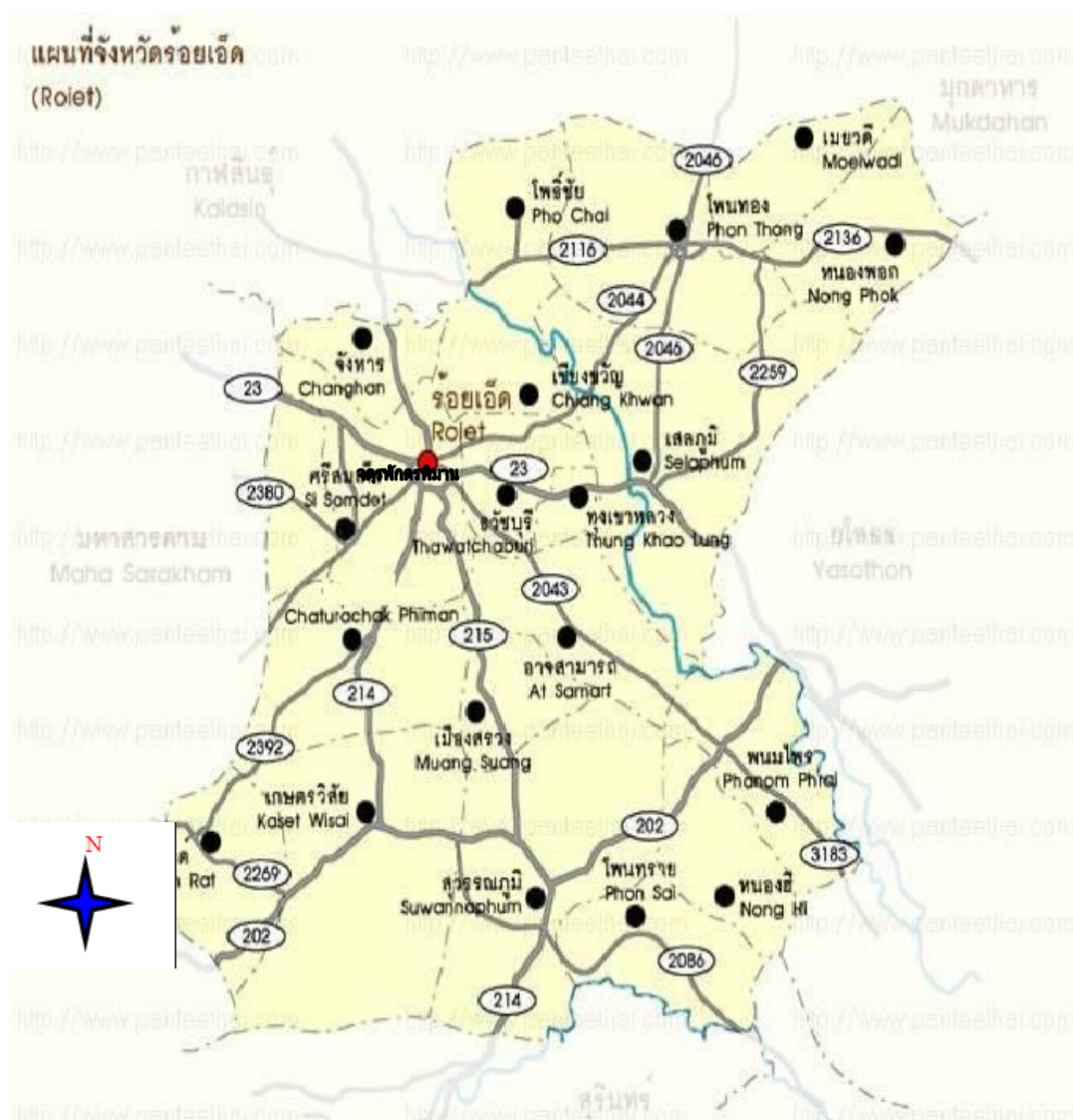
ประเพณีการแข่งขันเรือ การแข่งเรือของจังหวัดมุกดาหารเป็นประเพณีสืบทอดกันมาแต่โบราณ โดยจัดขึ้นในลำน้ำโขงในช่วงเทศกาลออกพรรษาของทุกปี ในวันขึ้น 13 ค่ำ – 15 ค่ำ เดือน 11 ที่บริเวณเขื่อนริมโขง ถนนสำราญชายโขง

งานรวมเผ่าไทยมุกดาหารมะขามหวานชายโขง จังหวัดมุกดาหารเป็นเมืองเก่าแก่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขงตรงข้ามกับแขวงสวันเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จึงมีชาวไทยเผ่าต่างๆ อาศัยวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรม ของตนเอง คือเผ่าผู้ไทย ในจังหวัดมุกดาหารมีกระจายทั่วไปเกือบทุกอำเภอไทยข่า (บรู) จังหวัดมุกดาหารยังมีผู้ที่มีเชื้อสายจำนวนมาก โดยเฉพาะแถบเทือกเขาภูพานติดต่อชายแดน กระสือ หรือ โซ่ อยากลุ่มเดียวกับ ไทยข่า กะเลิง เป็นกลุ่มเดียวกับข่า (บรู) ในจังหวัดมุกดาหารยังมีผู้สืบเชื้อสายอยู่ ไทยย้อ มีการจัดกระจายแทรกอยู่กลุ่มไทยลาวกลา เป็นชนต่างถิ่นเร่ร่อนค้าขาย

นอกจากนี้มุกดาหารยังเป็นแหล่งกำเนิดมะขามหวานพันธุ์ดีที่มีชื่อเสียงโด่งดังมา นาน โดยจะมีการจัดงานรวมเผ่าไทยมุกดาหาร มะขามหวานชายโขงขึ้น เป็นประจำทุกปี รวม 7 วัน 7 คืน โดยงานจะจัดขึ้นบริเวณหน้าศาลากลางจังหวัด กิจกรรมระหว่างวันมีขบวนแห่ ซึ่งใช้ฟ้อนนับร้อยคนแต่งกายด้วยชุดประจำเผ่า มีการประกวดมะขามหวาน การประกวดธิดาเผ่าไทย การออกร้านของหน่วยงานต่าง ๆ และการแสดงพื้นเมือง เป็นต้น (จังหวัดมุกดาหาร. 2555 : เว็บไซต์)



จังหวัดร้อยเอ็ด



ที่มา : แผนที่ไทย.คอม (ม.ป.ป. : เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 20 แผนที่จังหวัดร้อยเอ็ด

ประวัติศาสตร์ความเป็นมา

ร้อยเอ็ด เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่กึ่งกลางของภาคอีสานมานานกว่า 200 ปี อดีตเคยเป็นเมืองใหญ่ที่รุ่งเรืองมาก ชื่อว่า สาเกตนคร มีประตูเข้าเมือง 11 ประตู เมืองขึ้น 11 เมือง แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาในด้านต่างๆ มากมาย เมืองร้อยเอ็ดเป็นเมืองแห่งบึงพลาญชัย และมีส่วนหนึ่งของทุ่งกุลาร้องไห้ที่มีชื่อเสียง ซึ่งมีเนื้อที่กว้างใหญ่ถึงสองล้านไร่เศษ ขณะนี้กำลังได้รับการพัฒนาเพื่อให้เป็นแผ่นดินแห่งความอุดมสมบูรณ์จนแทบจะหาร่องรอยแห่งอดีตไม่พบ



ประวัติศาสตร์ของเมืองร้อยเอ็ดเริ่มปรากฏขึ้นในราวสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย โดยมีเจ้าลาวจากนครจำปาศักดิ์ได้เดินทางมาตั้งบ้านเรือนในบริเวณที่เป็นอำเภอสุวรรณภูมิในปัจจุบัน ต่อมาได้มาพึ่งพระบรมโพธิสมภารสมเด็จพระบรมราชาที่ 3 แห่งกรุงศรีอยุธยา ในสมัยสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ได้ย้ายเมืองใหม่มาตั้งที่บริเวณเมืองร้อยเอ็ดปัจจุบัน ส่วนเมืองสุวรรณภูมิเดิมก็ยังคงมีอยู่ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 เจ้าอนุวงศ์เวียงจันทน์คิดกบฏต่อกรุงเทพฯ ได้ยกทัพเข้ามาตีหัวเมืองรายทางจนถึงนครราชสีมา แต่ก็ถูกทัพไทยตีแตกพ่ายไปในที่สุด

นอกจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์แล้ว ยังพบหลักฐานทางโบราณคดีแสดงการอยู่อาศัยของคนมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์เช่นกันและรวมทั้งเคยเป็นดินแดนที่อยู่ในเขตอิทธิพลของอาณาจักรขอมโบราณ เพราะพบโบราณสถานแบบขอมหลายแห่ง เช่น กู่พระโกนา อำเภอสุวรรณภูมิ กู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย ปรางค์กู่ อำเภอธวัชบุรี เป็นต้น

ร้อยเอ็ด มีเนื้อที่ 8,299 ตารางกิโลเมตร และแบ่งการปกครองออกเป็น 20 อำเภอ คือ อำเภอเมืองร้อยเอ็ด อำเภอเกษตรวิสัย อำเภอปทุมรัตน์ อำเภอดุสิตรัตน อำเภอธวัชบุรี อำเภอพนมไพร อำเภอโพธิ์ทอง อำเภอเสลภูมิ อำเภอสุวรรณภูมิ อำเภออาจสามารถ อำเภอหนองพอก อำเภอเมืองสรวง อำเภอโพธิ์ชัย อำเภอโพธิ์ทราย อำเภอเมยวดี อำเภอศรีสมเด็จ อำเภอจังหาร อำเภอเชียงขวัญ อำเภอหนองฮี และอำเภอทุ่งเขาหลวง

ประวัติศาสตร์

สมัยก่อนประวัติศาสตร์มีการพบหลักฐานสมัยก่อนประวัติศาสตร์กระจายอยู่ทั่วไปในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ขุดพบแหล่งโบราณคดีบ้านเมืองบัวซึ่งสันนิษฐานว่า ชุมชนโบราณสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่ค้นพบมีอายุประมาณ 1,800-2,500 ปีมาแล้ว และมักมีถิ่นฐานอยู่บริเวณลุ่มน้ำกับใกล้แหล่งเกลือสินเธาว์ อิทธิพลของพุทธศาสนาภายใต้วัฒนธรรมทวารวดีได้เข้ามาเมื่อปลายพุทธศตวรรษที่ 12-15 มีหลักฐานสมัยทวารวดีที่สำคัญ เช่น คูเมืองร้อยเอ็ด เจดีย์เมืองหงส์ในเขตอำเภอดุสิตรัตน กลุ่มใบเสมาบริเวณหนองศิลาเลขในเขตอำเภอพนมไพร และพระพิมพ์ดินเผาปางนาคปรกที่เมืองไพรในเขตอำเภอเสลภูมิวัฒนธรรมจากอาณาจักรขอมได้แพร่เข้ามาในพุทธศตวรรษที่ 16 ปรากฏหลักฐานอยู่มาก เช่น สถาปัตยกรรมในรูปแบบของปราสาทหิน เช่น กู่กาสิงห์ในเขตอำเภอเกษตรวิสัย ปรางค์กู่ในเขตอำเภอธวัชบุรี กู่พระโกนาในเขตอำเภอสุวรรณภูมิ และประติมากรรมที่เป็นรูปเคารพทางศาสนาที่เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันที่ทำจากหินทรายและโลหะเป็นจำนวนมากสมัยทวารวดีการตั้งถิ่นฐานของชุมชนก่อนประวัติศาสตร์ได้ต่อเนื่องมาถึง สมัยทวารวดี ซึ่งเป็นวัฒนธรรมในพระพุทธศาสนา เมืองที่สร้างขึ้นมีรูปร่างและที่ตั้งไม่แน่นอน แต่มีลักษณะที่สำคัญคือ มีคูน้ำและคันดินล้อมรอบชุมชน ร่องรอยที่ยังเห็นอยู่ของคูเมืองและคันดินได้แก่บริเวณด้านตะวันออกของวัดบูรพาภิราม ด้านใต้ของเมืองบริเวณโรงเรียนสตรีศึกษา นอกจากนี้ยังพบอยู่ในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ บ้านเมืองไพร (เขตอำเภอเสลภูมิ) บ้านเมืองหงส์ (เขตอำเภอดุสิตรัตน) บ้านสีแก้ว (เขตอำเภอเมืองร้อยเอ็ด) หนองศิลาเลข บ้านชะโด (เขตอำเภอพนมไพร) และบ้านดงสิงห์ (เขตอำเภอจังหาร) สมัยลพบุรีได้พบโบราณสถานและโบราณวัตถุสมัยลพบุรีหรือละโว้ที่เป็นที่รู้จักดี ได้แก่ ปราสาทหินกู่กาสิงห์ในเขตอำเภอเกษตรวิสัย กู่พระโกนาในเขตอำเภอสุวรรณภูมิ ปรางค์กู่ในเขตอำเภอธวัชบุรี กู่โพธิ์ระฆัง กู่โพธิ์วิท กู่บ้านเมืองบัวในเขตอำเภอเกษตรวิสัย กู่คันหนามในเขตอำเภอโพธิ์ทราย สำหรับโบราณวัตถุ ได้แก่ รูปเคารพและเครื่องมือเครื่องใช้ในศาสนา เช่น พระพุทธรูป เทวรูป ศิวลึงค์ ภาชนะดินเผา คันฉ่องสำริด กำไลสำริด เป็นต้น



สมัยอาณาจักรล้านช้างได้ปรากฏชื่อเมืองร้อยเอ็ดในเอกสารของลาวว่า พระเจ้าฟ้าจัมเมื่อดำรงตำแหน่งเป็นบุตรเขยเมืองขอม ได้นำไพร่พลมารวมกำลังกันอยู่ที่เมืองร้อยเอ็ด ก่อนยกกำลังไปยึดเมืองเชียงทอง (หลวงพระบาง) ได้สำเร็จแล้วจึงได้สถาปนาอาณาจักรล้านช้างหลักฐานเกี่ยวกับเมืองร้อยเอ็ดขาดหายไปประมาณ 400 ปี จนถึงประมาณปี พ.ศ. 2231 เมืองเวียงจันทน์เกิดความไม่สงบ พระครูโพนสะเม็ดพร้อมผู้คนประมาณ 3,000 คนได้เชิญเจ้าหน่อกษัตริย์อพยพลงมาตามแม่น้ำโขง แล้วมาตั้งมั่นอยู่ที่บริเวณ เมืองจำปาศักดิ์ ผู้ปกครองเมืองจำปาศักดิ์มีความเลื่อมใสศรัทธาในพระครูโพนสะเม็ด จึงได้นิมนต์ให้ทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและปกครองเมืองจำปาศักดิ์ ต่อมาเจ้าหน่อกษัตริย์ได้รับสถาปนาขึ้นเป็นกษัตริย์พระนามว่า เจ้าสร้อยศรีสมุทรพุทธางกูร ได้ขยายอิทธิพลไปในดินแดนต่าง ๆ เหนือสองฝั่งแม่น้ำโขง ได้ตั้งเมืองใหม่ขึ้นหลายแห่งและส่งบริวารไปปกครอง เช่น เมืองเชียงแตง เมืองสีทันดร เมืองรัตนบุรี เมืองคำทอง เมืองสาละวัน และเมืองอัตตะปือ เป็นต้นต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2256 เจ้าสร้อยศรีสมุทรพุทธางกูรได้มอบหมายให้อาจารย์แก้วควบคุมไพร่พลประมาณ 3,000 คน มาสร้างเมืองขึ้นใหม่ในดินแดนอีสานตอนล่าง เรียกว่า เมืองท่ง ปัจจุบันอยู่ในเขตอำเภอสุวรรณภูมิ มีเจ้าเมืองต่อมาคือ ท้าวमित ท้าวทนต์ ท้าวเชียง และท้าวสุนสมย์กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ปี พ.ศ. 2256 สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้โปรดเกล้าฯ ให้พระยากรมท่าและพระยาพรหมเดินทางมาดูแลหัวเมืองในภาคอีสาน ท้าวทนต์จึงได้เข้ามาขออ่อนน้อม พระยาทั้งสองจึงมีใบบอกไปยังกรุงธนบุรีขอตั้งท้าวทนต์เป็นเจ้าเมือง โดยยกบ้านกุ่มฮ้างขึ้นเป็น เมืองร้อยเอ็ด ตามนามเดิม ท้าวทนต์ได้รับแต่งตั้งเป็นพระขัติยะวงษา นับว่าเป็นเจ้าเมืองร้อยเอ็ดคนแรก ส่วนเมืองท่งนั้นบรรดากรมการเมืองเห็นว่าเป็นชัยภูมิที่ไม่เหมาะสม จึงได้ย้ายไปตั้งบริเวณดงท้าวสาร และให้ชื่อว่า เมืองสุวรรณภูมิ นับแต่นั้นมาทั้งเมืองร้อยเอ็ดและเมืองสุวรรณภูมิต่างมีฐานะขึ้นตรงต่อกรุงธนบุรีเช่นเดียวกัน

พ.ศ. 2325 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานีแห่งใหม่ ทำให้เมืองร้อยเอ็ดและบรรดาหัวเมืองอีสานล้วนต้องขึ้นตรงต่อกรุงรัตนโกสินทร์ ส่วนเมืองร้อยเอ็ดก็ได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องจนมีฐานะทางการเมืองและความสำคัญเหนือเมืองสุวรรณภูมิในเวลาต่อมา

พ.ศ. 2326 พระขัติยะวงษา (ทนต์) ถึงแก่กรรม ท้าวสีลังบุตรคนโตได้รับโปรดเกล้าฯ ให้เป็นพระขัติยะวงษา เจ้าเมืองร้อยเอ็ดสืบแทน ต่อมาในปี พ.ศ. 2369 เกิดกบฏเจ้าอนุวงศ์ เมื่อกองทัพกบฏถูกตีแตกถอยร่นกลับมา กำลังทหารจากเมืองร้อยเอ็ดได้เข้าโจมตีซ้ำเติมจนพวกกบฏแตกพ่าย พระขัติยะวงษา (สีลัง) มีความดีความชอบได้รับโปรดเกล้าฯ ให้เป็นพระยาขัติยะวงษาในปี พ.ศ. 2418 เกิดสงครามปราบฮ่อที่เวียงจันทน์และหนองคาย เจ้าเมืองอุบลได้รับมอบหมายให้เป็นหัวหน้ายกกำลังไปปราบ โดยเกณฑ์กำลังพลจากหัวเมืองตะวันออกเฉียงเหนือไปช่วยปราบกบฏ เมื่อกองทัพยกมาถึงเมืองร้อยเอ็ด พระขัติยะวงษา (สาร) และราชวงศ์ (เสือ) ได้สมทบกำลังไปปราบฮ่อด้วย เมื่อเสร็จศึก ราชวงศ์ (เสือ) ได้รับแต่งตั้งเป็นพระขัติยะวงษา

เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงปฏิรูปการปกครองในระบบมณฑลเทศาภิบาล จึงให้รวมหัวเมืองอีสานเข้าด้วยกัน แล้วแบ่งออกเป็น 4 กองใหญ่ แต่ละกองมีข้าหลวงกำกับ การปกครองกองละ 1 คน และมีข้าหลวงใหญ่กำกับราชการอีกชั้นหนึ่งอยู่ที่เมืองจำปาศักดิ์ กองใหญ่ทั้ง 4 กอง ได้แก่ หัวเมืองลาวฝ่ายตะวันออก หัวเมืองลาวฝ่ายตะวันออกเฉียงเหนือ หัวเมืองลาวฝ่ายเหนือ และหัวเมืองลาวฝ่ายกลาง เมืองร้อยเอ็ดเป็นหัวเมืองเอกในจำนวน 12 เมืองของหัวเมืองลาวฝ่ายตะวันออกเฉียงเหนือ มีศูนย์การบริหารหัวเมืองอยู่ที่เมืองอุบลราชธานี



พ.ศ. 2437 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดเกล้าฯ ให้ตราระบบการปกครองเทศาภิบาลขึ้นใช้ปกครองส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ หัวเมืองลาวกาวจึงเปลี่ยนฐานะเป็นมณฑลลาวกาว ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นมณฑลตะวันออกเฉียงเหนือ และมณฑลอีสานตามลำดับ

พ.ศ. 2450 เมืองร้อยเอ็ดได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นบริเวณร้อยเอ็ด โดยแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 5 เมือง คือเมืองร้อยเอ็ด เมืองสุวรรณภูมิ เมืองมหาสารคาม เมืองกมลาไสย และเมืองกาฬสินธุ์ในปี

พ.ศ. 2453 สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทย ทรงเห็นด้วยกับข้อเสนอของเทศาภิบาลข้าหลวงมณฑลอีสานว่า ควรแยกมณฑลอีสานออกเป็น 2 มณฑล คือ มณฑลอุบลราชธานีและมณฑลร้อยเอ็ด พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวก็ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้เป็นไปตามที่เสนอ มณฑลร้อยเอ็ดจึงมีเขตปกครอง 3 จังหวัดคือ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดกาฬสินธุ์

พ.ศ. 2465 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดเกล้าฯ ให้รวมมณฑลร้อยเอ็ด มณฑลอุบล และมณฑลอุดร เป็นภาคเรียกว่า ภาคอีสาน มีอุปราชประจำภาคอยู่ที่เมืองอุดรธานี ต่อมาเมื่อปี

พ.ศ. 2468 ได้โปรดเกล้าฯ ให้ยกเลิกภาคอีสาน แล้วปรับเปลี่ยนเป็นการปกครองระบบมณฑลตามเดิม

พ.ศ. 2469 ได้โปรดเกล้าฯ ให้ยุบมณฑลร้อยเอ็ด มณฑลอุบล และมณฑลอุดร แล้วให้เปลี่ยนชื่อเป็น จังหวัด ขึ้นต่อมณฑลนครราชสีมา

พ.ศ. 2445-2455 ได้เกิดกบฏผีบุญขึ้นในจังหวัดร้อยเอ็ดอันมีสาเหตุมาจากการยกเลิกการปกครองแบบดั้งเดิม โดยยกเลิกตำแหน่งเจ้าเมือง แล้วแต่งตั้งข้าราชการจากส่วนกลางไปปกครอง ทำให้เกิดการต่อต้านจากกลุ่มเจ้าเมืองเดิมและทายาท กบฏผีบุญเกิดขึ้นจากการมีผู้อ้างตัวเป็นผู้วิเศษตามท้องถิ่นต่าง ๆ ในภาคอีสาน ในที่สุดก็ถูกทางราชการปราบได้ราบคาบ

พ.ศ. 2469 อำมาตย์เอกพระยาสุนทรเทพกิจจารักษ์ (ทอง จันทรางศุ) ข้าหลวงจังหวัดร้อยเอ็ดเห็นว่า บึงปลาญชัย (เดิมใช้ว่าบึงพระลานชัย) ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองร้อยเอ็ดตื้นเขิน ถ้าปล่อยทิ้งไว้บึงก็จะหมดสภาพไป จึงได้ชักชวนชาวบ้านจากทุกอำเภอมาร่วมขุดลอกบึงเพื่อให้มีน้ำขังอยู่ได้ตลอดปี ได้ดำเนินการขุดลอกบึงทั้งกลางวันและกลางคืนอยู่ 2 ปี มีชาวบ้านมาร่วมขุดลอกบึงถึง 40,000 คน นับว่าเป็นผลงานที่ยิ่งใหญ่แห่งหนึ่งของไทยที่ควรจารึกไว้เป็นตัวอย่างที่ดีแก่ลูกหลานไทยต่อไปชั่วกาลนาน ต่อมาก็ได้มีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องจนเป็นมรดกที่สำคัญของจังหวัดร้อยเอ็ดมาตราប់เท่าทุกวันนี้

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดกับอำเภอกมลาไสย อำเภอกุฉินารายณ์ อำเภอธวัชชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ และอำเภอดงคำชะอี จังหวัดมุกดาหาร

ทิศใต้ ติดกับอำเภอรัตนบุรี จังหวัดสุรินทร์ และอำเภอราชสีห์ จังหวัดศรีสะเกษ

ทิศตะวันออก ติดกับอำเภอเมือง อำเภอเลิงนกทา อำเภอกุดชุม จังหวัด ยโสธร

ทิศตะวันตก ติดกับอำเภอเมือง อำเภอวาปีปทุม และอำเภอยักษ์ภูมิ จังหวัดมหาสารคาม



ภูมิศาสตร์

ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดร้อยเอ็ดตั้งอยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระหว่างละติจูดที่ 15 องศา 24 ลิปดาเหนือ ถึง 16 องศา 19 ลิปดาเหนือ และลองจิจูดที่ 103 องศา 16 ลิปดาตะวันออก ถึง 104 องศา 21 ลิปดาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ ประมาณ 512 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งสิ้น 8,299.46 ตารางกิโลเมตร หรือ 5,187,156 ไร่ มีเขตแดนติดต่อกับจังหวัดอื่น ๆ หลายจังหวัดดังนี้

ทิศเหนือและตะวันตกเฉียงเหนือ จรดจังหวัดกาฬสินธุ์

ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ จรดจังหวัดมุกดาหาร

ทิศตะวันออก จรดจังหวัดยโสธร

ทิศตะวันออกเฉียงใต้ จรด จังหวัดศรีสะเกษ

ทิศใต้ จรดจังหวัดสุรินทร์

ทิศตะวันตก จรดจังหวัดมหาสารคาม

จังหวัดร้อยเอ็ดมีระยะทางจากจังหวัดนครราชสีมา 265 กิโลเมตร

ลักษณะภูมิประเทศจังหวัดร้อยเอ็ด ตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 120-160 เมตร มีภูเขาทางตอนเหนือซึ่งติดต่อกับเทือกเขาภูพาน บริเวณตอนกลางของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่น บริเวณตอนล่างมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำมูลและสาขา ได้แก่ ได้แก่ลำน้ำชี ลำน้ำพลับพลา ลำน้ำเตา เป็นต้น บริเวณที่ราบต่ำอันกว้างขวาง เรียกว่าทุ่งกุลาร้องไห้ มีพื้นที่ประมาณ 80,000 ไร่ มีลักษณะเป็นที่ราบแอ่งกระทะลักษณะภูมิอากาศจังหวัดร้อยเอ็ดได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ สภาพภูมิอากาศอยู่ในประเภทฝนเมืองร้อน ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,196.8 ลูกบาศก์มิลลิเมตร ฝนตกชุกในเดือนมิถุนายนถึงกันยายน อากาศร้อนแห้งแล้งในเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน

การเมืองการปกครองและประชากร

การปกครองแบ่งออกเป็น 20 อำเภอ 193 ตำบล 2412 หมู่บ้าน มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3 รูปแบบ คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 17 แห่ง (เทศบาลเมือง 1 แห่ง และเทศบาลตำบล 16 แห่ง) และองค์การบริหารส่วนตำบล 186 แห่ง

อำเภอเมืองร้อยเอ็ด

อำเภอเกษตรวิสัย

อำเภอปทุมรัตน์

อำเภอจตุรพักตรพิมาน

อำเภอธวัชบุรี

อำเภอพนมไพร

อำเภอโพนทอง

อำเภอโพธิ์ชัย

อำเภอหนองพอก

อำเภอเสลภูมิ

อำเภอสว่างภูมิ



อำเภอเมืองสรวง
อำเภอโพธาราย
อำเภออาจสามารถ
อำเภอเมยวดี
อำเภอศรีสมเด็จ
อำเภอจังหาร
อำเภอเชียงขวัญ
อำเภอหนองฮี
อำเภอทุ่งเขาหลวง

มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,310,259 คน แยกเป็นชาย 654,508 คน หญิง 655,751 คน โดยมีอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดได้แก่ อำเภอเมืองร้อยเอ็ด 118,789 คน รองลงมาได้แก่ อำเภอเสลภูมิ มีจำนวน 108,063 คน และอำเภอสุวรรณภูมิ มีจำนวน 106,451 คน สำหรับอำเภอที่มีความหนาแน่นของประชากรมากที่สุด คือ อำเภอจังหาร โดยมีอัตราความหนาแน่น 295 คนต่อตารางกิโลเมตร รองลงมาได้แก่ อำเภอเมืองร้อยเอ็ด มีอัตราความหนาแน่น 240 คนต่อตารางกิโลเมตร และอำเภอเชียงขวัญมีอัตราความหนาแน่น 215 คนต่อตารางกิโลเมตร โดยอัตราความหนาแน่นโดยเฉลี่ยของจังหวัดอยู่ในระดับ 158 คนต่อตารางกิโลเมตร โดยประชากรมีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

กลุ่มไทย-ลาว เป็นกลุ่มชนพื้นเมืองเดิม อาศัยทั่วไปในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด

กลุ่มไทย-เขมร เป็นคนที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด แต่มีบรรพบุรุษที่มีเชื้อสายเขมร อยู่ในอำเภอสุวรรณภูมิ และเกษตรวิสัยกลุ่มไทย-ส่วย เป็นคนที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีเชื้อสายเป็นชาวส่วยหรือกูย อยู่บริเวณอำเภอสุวรรณภูมิและอำเภอโพธาราย ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ

กลุ่มภูไทหรือผู้ไทย เป็นกลุ่มที่ตั้งถิ่นฐานในเขตอำเภอเมยวดี หนองพอก ซึ่งติดต่อกับจังหวัดกาฬสินธุ์ ยโสธร และมุกดาหารกลุ่มไทยย้อ เป็นกลุ่มที่มีเชื้อสายมาจากแขวงคำม่วน ประเทศลาว อาศัยอยู่ในเขตอำเภอโพธิ์ชัยนอกจากนี้ยังมีกลุ่มคนอพยพเข้ามาอาศัยในจังหวัดร้อยเอ็ดในภายหลัง ได้แก่ กลุ่มไทย-จีน กลุ่มไทย-ยวน กลุ่มไทย-แขก

การศึกษา

การศึกษาในจังหวัดร้อยเอ็ดได้ริเริ่มอย่างแบบตะวันตกนั้นได้เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2453 โดยพระครูอดุลยศีลพรต เจ้าอาวาสวัดศรีมงคล (ปัจจุบันคือวัดสระทอง) อำเภอเมืองร้อยเอ็ด ตรงกับช่วงเวลาที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงริเริ่มขยายการศึกษาไปสู่หัวเมืองต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2454 รัฐบาลจึงได้มอบหมายให้ราชบุรุษจันทรมานเปิดโรงเรียนอย่างเป็นทางการที่วัดศรีมงคล โดยได้ตั้งชื่อว่า โรงเรียนวัดศรีมงคล ปลาย พ.ศ. 2456 จึงได้ย้ายมาทำการสอนที่อาคารที่ว่าการอำเภอเก่าริมคูเมือง พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็น โรงเรียนประจำมณฑลร้อยเอ็ด และตั้งเป็นโรงเรียนประจำมณฑลร้อยเอ็ด (ร้อยเอ็ด มหาสารคาม และกาฬสินธุ์) ซึ่งภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็น โรงเรียนร้อยเอ็ดวิทยาลัย เนื่องจากโรงเรียนประจำมณฑลร้อยเอ็ดเปิดสอนเฉพาะนักเรียนชาย จึงได้มีการจัดตั้งโรงเรียนประจำมณฑลหญิงขึ้นในปี พ.ศ. 2462 โดยได้แยกออกมาทำการเรียนการสอนบริเวณนอกคูเมืองทางทิศใต้ ซึ่งปัจจุบันคือ โรงเรียนสตรีศึกษา ต่อมารัฐก็ได้พยายามส่งเสริมการศึกษาระดับมัธยมศึกษามากขึ้น โดยได้จัดตั้งโรงเรียนวิสามนัญประจำอำเภอจนครบทุกอำเภอในปี พ.ศ. 2513 จนกระทั่งปัจจุบันจังหวัดร้อยเอ็ด



มีการจัดการศึกษาในทุกระดับการศึกษาทั้งระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา การศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษานอกโรงเรียน ทั้งในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดูที่รายชื่อโรงเรียนในจังหวัดร้อยเอ็ดระดับอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ร้อยเอ็ด

เอกลักษณ์ของจังหวัด

อินทนิลบก (Lagerstroemia Microcap) ดอกไม้ประจำจังหวัด

โหวดตราประจำจังหวัด: ประกอบด้วยสัญลักษณ์ที่สำคัญคือรูปบึงปลาญชัย

ศาลหลักเมือง พระมหาเจดีย์ชัยมงคล ตัวเลข 101 และรวงข้าวหอมมะลิ ตราที่ใช้ในปัจจุบันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อ ปี พ.ศ. 2545 ออกแบบโดย นายรังสรรค์ ต้นทัพไทยดอกไม้ประจำจังหวัด:

อินทนิลบกเครื่องดนตรีประจำจังหวัด: โหวดคำขวัญประจำจังหวัด: สิบเอ็ดประตูเมืองงาม เรืองนามพระสูงใหญ่ ผ้าไหมสาเกต บุญผะเหวดประเพณี มหาเจดีย์ชัยมงคล งามน่ายลบึงปลาญชัย เขตกว้างไกลทุ่งกุลา โลกลือชาข้าวหอมมะลิ

บึงปลาญชัยบึงปลาญชัยร้อยเอ็ดบึงปลาญชัยตั้งอยู่บริเวณกลางเมืองร้อยเอ็ด ถือเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด มีลักษณะเป็นเกาะอยู่กลางบึงน้ำขนาดใหญ่ มีเนื้อที่ประมาณ 2 แสนตารางเมตร เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ตกแต่งเป็นส่วนไม้ดอกขนาดใหญ่ มีพรรณไม้ต่าง ๆ รมรื่น และในบึงน้ำมีปลาชนิดต่าง ๆ หลายพันธุ์ มีเรือจักรยานน้ำและเรือพายไว้บริการประชาชนพายเล่นในบึง นอกจากนั้นยังใช้เป็นสถานที่จัดงานเทศกาลของจังหวัด รวมทั้งจัดมหรสพต่าง ๆ ภายในบึงปลาญชัยยังมีสิ่งก่อสร้างที่น่าสนใจคือศาลเจ้าพ่อหลักเมือง เป็นของคู่บ้านคู่เมืองที่ชาวร้อยเอ็ดเคารพนับถือ และเชื่อว่าเจ้าพ่อจะช่วยดลบันดาลให้ชาวเมืองมีความสุข คิดสิ่งใดสมปรารถนา จึงเป็นสถานที่อีกแห่งหนึ่งที่ชาวเมืองร้อยเอ็ดจะพากันมากราบนมัสการขอพรเป็นประจำพระพุทธรูปปางลีลาขนาดใหญ่ กลางสวนดอกไม้พานรัฐธรรมนูญ และนาฬิกาดอกไม้ปลาญชัย มีลักษณะเป็นน้ำตกจำลอง และรูปปั้นสัตว์ต่าง ๆ คล้ายสวนสัตว์สนามเด็กเล่น และ สวนสุขภาพ เป็นสวนออกกำลังกาย เพื่อให้ประชาชนได้ออกกำลังกาย อันเป็นการเสริมสร้างพลานามัยแก่ชาวร้อยเอ็ด

พระมหาเจดีย์ชัยมงคลตั้งอยู่บริเวณวัดผาน้ำทิพย์เทพประสิทธิ์วราราม ตำบลโคกสว่าง อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ระยะทางจากตัวเมืองร้อยเอ็ดประมาณ 80 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นมหาเจดีย์ขนาดใหญ่ที่วิจิตรพิสดาร ใช้ศิลปกรรมร่วมสมัยระหว่างภาคกลางและภาคอีสานเป็นการผสมกันระหว่างพระปฐมเจดีย์และพระธาตุพนม ใช้งบประมาณก่อสร้างถึงปัจจุบันกว่า 3,000 ล้านบาท ดำเนินการสร้างโดย “พระอาจารย์ศรี มหาวิโร” ซึ่งเป็นศิษย์พระอาจารย์มั่น ภูริทัตโตพระมหาเจดีย์นี้ออกแบบโดยกรมศิลปากรเป็นสีขาวตกแต่งลวดลายตระการตาด้วยสีทองเหลืองอร่าม รายล้อมด้วยเจดีย์องค์เล็กทั้ง 8 ทิศ สร้างในเนื้อที่ 101 ไร่ กว้าง 101 เมตร ยาว 101 เมตร ความสูง 101 เมตร รวมยอดทองคำเป็น 109 เมตร ใช้ทองคำหนัก 4,750 บาท หรือประมาณ 60 กิโลกรัม ภายในองค์พระมหาเจดีย์เหมือนอยู่บนวิมานแดนสวรรค์ชั้นที่ 1 เป็นห้องโถงกว้างใหญ่ โอ่อา ผั่งจารึกนามทานาธิบตีต่าง ๆ ใช้เป็นห้องประชุม บำเพ็ญบุญชั้นที่ 2 เป็นห้องโถงโอ่อาเช่นกัน ผั่งจัดตั้งรูปพระพุทธรูปประวัติลวดลาย ไทยวิจิตรพิสดารชั้นที่ 3 เป็นที่ประดิษฐานรูปพระณาจารย์ ปราชญ์อีสานในอดีต เป็นรูปเหมือนสลักหินอ่อน และหุ่นรูปเหมือนพระสุปฏิปันโน 101 องค์ชั้นที่ 4 จัดเป็นพิพิธภัณฑ์แสดงวัฒนา



อาราม สถานปฏิบัติสมณะวิปัสสนา กรรณฐานที่หลวงปู่ศรี เคยบำเพ็ญธรรมมาชั้นที่ 5 บนโดเวียน 119 ชั้น เป็นห้องโถงรูประฆัง 8 เหลี่ยมบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ

ประเพณีบุญผะเหวด ผ่าผะเหวดเป็นบุญประเพณีที่มีการเทศน์มหาชาติเป็นงานที่ยิ่งใหญ่ของจังหวัดร้อยเอ็ด โดยเฉพาะจังหวัดได้กำหนดให้เป็นงานประเพณีประจำปีของจังหวัดและจัดได้ยิ่งใหญ่เป็นไปตามฮีต 12 คือหมายถึงเดือนสี่มีการทำบุญผะเหวดดังกล่าวไว้ในฮีตว่าฮีตหนึ่งพอถึงเดือนสี่ได้ให้เก็บดอกบวบผา หามาลาดวงหอมสูตนเก็บไว้ อย่าได้ไผ่คองนี้เสียศรีสุญเปล่า หาเอาตากแดดไว้ได้ทำแท่นสูคน อย่าได้ไผ่คองนี้เว้นแวนคองตั้งแต่เก่า ไฟทั้งหลายสไล่น้ำเข้าเผาบ้านสไล่น้ำสูญได้

มูลเหตุแห่งการทำมีกล่าวไว้ในหนังสือมาลัยหมื่นมาลัยแสนว่า ครึ่งหนึ่งพระมาลัยให้ไปไหว้พระธาตุเกษแก้วจุฬามณีบนสวรวรรคชั้นดาวดึงส์ ได้พบและสนทนากับพระศรีอาริยมตไตรย พระโพธิสัตว์ ผู้ซึ่งจะได้จุติกาลลงมาเป็นพระพุทธเจ้าในอนาคต ทราบความประสงค์ของมนุษย์จากพระมาลัย แล้วจึงสั่งความกับพระมาลัยว่า “หากใครต้องการจะพบและเกิดในสมัยพระศรีอาริย์ ให้ทำแต่ความดีอย่าฆ่าพ่อตีแม่ สมณชี พราหมณ์ ครูอาจารย์ อย่าทำร้ายพระพุทธเจ้า อย่ายุยงสงฆ์ให้แตกกัน และต้องฟังเทศน์มหาชาติให้จบทุกกัณฑ์ในวันเดียว ท่านทั้งหลายจะได้เกิดร่วมและพบพระองค์” ด้วยเหตุนี้เองชาวร้อยเอ็ดจึงได้พากันทำบุญผะเหวดและไปฟังเทศน์มหาชาติทุกปี โดยกำหนดเอาวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์แรกของเดือนมีนาคมเป็นวันจัดงาน ขั้นตอนพิธีทำเมื่อกำหนดวันจัดงาน ชาวบ้านจะช่วยกันหาดอกไม้มารากแห้ว ช่วยกันผานดอกโน (ทำจากลำต้นหม่อน) งานนี้เป็นงานใหญ่ทำติดต่อกัน 3 วันวันแรกของงาน ตอนเย็น (บ่าย ๆ) จะมีการแห่พระอุปคุตรอบบ้านให้ชาวบ้านได้สักการบูชา แล้วนำไปประดิษฐานไว้ห่ออุปคุต ภายในบริเวณงานเพราะเชื่อว่าเป็นพระเถระ ผู้มีฤทธิ์นิรมิตกุญอยู่กลางแม่น้ำมหาสมุทร สามารถจัดเกยภัยทั้งมวลได้ วันที่ 2 ของงานเป็นการแห่พระเวสสันดรเข้าเมือง แต่ละคุ้มวัดจะจัดขบวนแห่ แต่ละกัณฑ์ทั้ง 13 กัณฑ์แห่รอบเมือง ตอนเย็นมีมหรสพสมโภช ในวันที่ 2 ที่ 3 ชาวร้อยเอ็ดจะมี โรงทานเลี้ยงข้าวบิณฑบาตบุญผะเหวด ผู้คนที่มาในงานกินได้ตลอดเวลา (ฟรี) มีชาวบ้าน ร้านค้า และ หน่วยงานราชการมาตั้งโรงทานมากมาย วันที่ 3 ของงานเริ่มตั้งแต่เช้ามืด ประมาณตี 4 ชาวบ้านจะนำข้าวเหนียวมาปั้นเสียบไม้จำนวน 1,000 ก้อน เพื่อเอาบูชากัณฑ์เทศน์ คาถาพัน เรียกว่า “ข้าวพันก้อน” ชาวบ้าน จะพากันแห่ข้าวพันก้อนรอบศาลาวัด มีหัวหน้ากล่าวคำบูชา ดังนี้ “นะโม นะโม จอมไตรปิฎก ยกออกมาเทศนาธรรม ชนหมากเบ็งงานสะพาส ข้าวพันก้อนอาตมาบูชา ซาเฮสา สามดวงยอดแก้ว ข้าไหว้แล้วถวายอาตมาบูชา สาธุ” ว่าดังนี้ไปเรื่อยๆ จนครบ 3 จบ แล้วนำขึ้นไปศาลาโรงธรรม แล้วญาติโยมพากันทำวัตรเช้า อาราธนาศีลาธารณาเทศน์ โดยอาราธนาเทศน์พระเวสโดยเฉพาะ การอาราธนาเทศน์พระเวสนั้น ถ้าไม่ต้องว่ายาวจะตบถสั้นๆ ก็ได้ให้ขึ้นตรง “อาทิกัลยาณัง เปฯ อารานัง โกโรม” เท่านั้นก็ได้แล้วพระสงฆ์จะเริ่มเทศน์สังกาด เป็นการพรรณนาอายุกาลของพระพุทธศาสนาเริ่มต้นจนถึงอันตรายาน เมื่อเทศน์สังกาดจบแล้วจึงเริ่มเทศน์กัณฑ์เทศน์ไปจนจบจนครบกัณฑ์ อันเป็นกัณฑ์ที่ 13 เทศน์แต่เช้ามืดไปจนค่ำ จบแล้วจัดขันขอขมาโทษพระสงฆ์ให้พรเป็นเสร็จพิธี ในวันที่ 3 นี้เอง ชาวบ้านชาวเมืองจะแห่กัณฑ์หลอนมาร่วมถวายกัณฑ์เทศน์ตลอดทั้งวัด กัณฑ์เทศน์จะมี 2 ลักษณะ กัณฑ์หลอน เป็นการแห่กัณฑ์เทศน์มา ถึงบริเวณที่พระกำลังเทศน์ก็ถวายกัณฑ์เทศน์โดยไม่เจาะจงว่าจะเป็นพระสงฆ์รูปใดกัณฑ์จบ เป็นกัณฑ์เทศน์ที่กลุ่มผู้ถวายปรารภจะถวายเฉพาะภิกษุที่ตนชอบ เคารพศรัทธา จึงมีการส่งคนไปสอถามว่าขึ้นเทศน์หรือยัง ภาษาอีสานเรียกว่า “จอบ” แอบดู จึงเรียกกัณฑ์เทศน์ประเภทนี้ว่า “กัณฑ์จอบ”



ทุ่งกุลาร้องไห้ทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นที่ราบขนาดใหญ่มีพื้นที่ประมาณ 2 ล้านไร่ อยู่ในเขต จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดร้อยเอ็ด การที่ได้ชื่อว่า ทุ่งกุลาร้องไห้ มีเรื่องเล่าสืบกันมาว่า ชนเผ่ากุลาสซึ่งเป็นชนกลุ่มน้อยจากเมืองเมาะตะมะ ประเทศพม่า ได้เดินทางมาค้าขายผ่านทุ่งแห่งนี้ ต้องใช้เวลาเดินทางหลายวัน ไม่พบหมู่บ้านใด ๆ เลย น้ำก็ไม่มีดื่ม ดินไม้ก็ไม่มีที่จะให้ร่มเงา มีแต่ทุ่งหญ้าเต็มไปด้วยหนาม พื้นดินเป็นทราย เดินทางยากลำบากเหมือนอยู่กลางทะเลทราย ทำให้คนพวกนี้ถึงกับร้องไห้ในอดีตทุ่งกุลาร้องไห้ในฤดูแล้ง พื้นที่ส่วนใหญ่จะแห้งแล้งมาก ส่วนในฤดูฝนน้ำจะท่วมทุกปี ได้พื้นดินลงไปเป็นน้ำเค็ม ไม่สามารถทำการเกษตรได้ หลังจากที่ได้มีการพัฒนาที่ดินแล้ว ทุ่งกุลาร้องไห้ได้กลายเป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิที่สำคัญของประเทศ และกลายเป็นอยู่ข้าวอุ่นน้ำที่มีชื่อเสียงของไทย (จังหวัดร้อยเอ็ด. 2555 : เว็บไซต์)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายวัฒนธรรม

Linton (1936 : 113-115) ได้ให้แนวความคิดในเรื่องสถานภาพ (Status) และบทบาท (Role) เขาเห็นว่าสถานภาพเป็นนามธรรม หมายถึง ฐานะหรือตำแหน่งจะเป็นเครื่องกำหนดบทบาทของตำแหน่งนั้น ๆ ว่าตำแหน่งนั้นจะมีภารกิจอย่างไรบ้าง ดังนั้นเมื่อมีตำแหน่งเกิดขึ้น สิ่งที่ควบคู่มากับตำแหน่งก็คือบทบาทของตำแหน่ง ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ จนกล่าวได้ว่า ไม่อาจจะมียุทธศาสตร์ได้โดยปราศจากตำแหน่ง หรือไม่อาจมีตำแหน่งได้โดยปราศจากบทบาท บทบาทและตำแหน่งควบคู่กันเสมอ เปรียบเสมือนเหรียญ ถ้าด้านหนึ่งของเหรียญคือตำแหน่ง อีกด้านหนึ่งของเหรียญก็คือบทบาทนั่นเอง

Parsons และ Shils (1951 : 4) กล่าวว่า สถานภาพและบทบาทเป็นหน่วยของระบบสังคม โดยยอมรับว่าสถานภาพและบทบาทเป็นคุณลักษณะของผู้แสดงในสังคมนั้น ๆ บทบาทคือ การจัดระเบียบของผู้เริ่มแสดง เป็นการสร้างและกำหนดการมีส่วนร่วมของเขาในกระบวนการที่มีการกระทำร่วมกัน ซึ่งเป็นการร่วมความคาดหวังที่เกี่ยวกับตนเองและบุคคลอื่นที่เขามีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนสถานภาพคือ ตำแหน่งของผู้แสดงภายในสถาบัน เป็นตำแหน่งของผู้แสดงภายในระบบสังคม ซึ่งอาศัยกลไกของสังคมเป็นตัวกำหนด

Berlo (1966 : 153) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะบทบาทไว้ดังนี้

1. บทบาทที่ถูกกำหนดไว้ (Role Prescriptions) คือ บทบาทที่กำหนดไว้เป็นระเบียบอย่างชัดเจนว่าบุคคลที่อยู่ในบทบาทนั้นจะต้องทำอะไรบ้าง
2. บทบาทที่กระทำจริง (Role Descriptions) คือ บทบาทที่บุคคลได้กระทำจริงเมื่ออยู่ในบทบาทนั้น ๆ
3. บทบาทที่ถูกคาดหวัง (Role Expectations) คือ บทบาทที่ถูกคาดหวังโดยผู้อื่นว่าบุคคลที่อยู่ในบทบาทนั้น ๆ ควรกระทำอย่างไร



เครือข่ายวัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

วัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

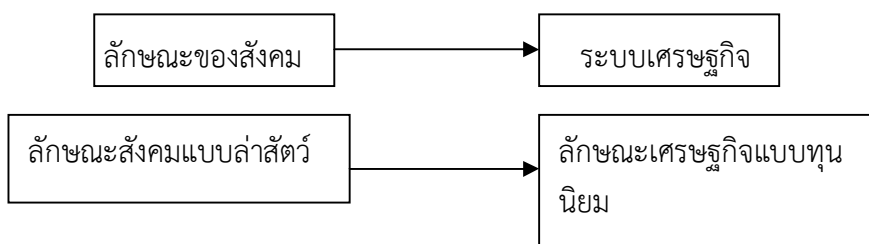
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายวัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม นำมาซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมในเครือข่ายธุรกิจขายตรง โดยใช้แนวคิด ดังนี้ ลักษณะภาษา กลุ่มชาติพันธุ์ ภูมิปัญญา ความเชื่อ และกลุ่มสายโลหิตที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเครือข่ายธุรกิจขายตรง

1. มนุษย์เป็นสัตว์สังคม การดำรงอยู่ของมนุษย์มีรูปแบบที่สำคัญ เรียกว่า สังคม ซึ่งมีครอบครัวเป็นหน่วยที่เล็กในสังคมระดับพื้นฐาน แต่มีความสำคัญมาก และพัฒนาเป็นสังคม หรือชุมชนขนาดใหญ่ โดยสามารถแบ่งลักษณะทางสังคมเป็น 3 ระดับใหญ่ ได้แก่ สังคมดั้งเดิม สังคมบ้าน และสังคมเมือง โดยมีโครงสร้างทางสังคม เป็นตัวบ่งบอกลักษณะที่สำคัญของแต่ละสังคม ประกอบด้วย ภาษา ชาติพันธุ์ ระบบ (เศรษฐกิจ, เครือญาติ, ปกครอง, อุปถัมภ์, อาวุโส) สถาบัน (ศาสนา, กษัตริย์, ความเชื่อ, ปกครอง)

การดำรงอยู่ของมนุษย์ภายใต้โครงสร้างทางสังคมซึ่งเป็นที่ยอมรับและสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง สามารถพัฒนาเป็นมรดกทางสังคม สร้างความมั่นคง เข้มแข็งและยั่งยืนให้กับสังคมที่เป็นอยู่มรดกทางสังคมที่สำคัญประกอบด้วย ครอบครัว กษัตริย์ ศาสนา ระบบปกครอง และระบบคุณธรรม ทั้งโครงสร้างทางสังคมและมรดกทางสังคมเป็นสิ่งบ่งบอกพัฒนาการทางสังคมของมนุษย์ที่มีวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน การพัฒนาสังคมจึงเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นตามโครงสร้างทางสังคมและคัดเลือกสิ่งที่ดีงามของสังคมให้เป็นมรดกสืบทอดต่อไป

2. ระบบเศรษฐกิจ

ระบบเศรษฐกิจเป็นองค์ประกอบหนึ่งของโครงสร้างทางสังคมที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ และเกิดควบคู่กับสังคมมนุษย์มาโดยตลอด การพัฒนาลักษณะของสังคมมีผลต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของสังคม และในทางตรงกันข้าม การพัฒนาระบบเศรษฐกิจของสังคมก็ส่งผลถึงโครงสร้างของสังคมและวัฒนธรรมของสังคมด้วย ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ของลักษณะทางสังคมกับการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจได้ ดังนี้



ภาพประกอบ 21 ลักษณะของสังคม

กิจกรรมที่เรียกว่า เศรษฐกิจ หมายถึง การผลิตและให้บริการเพื่อให้เกิดผลกำไรหากสังคมมีการกระจายรายได้ (กำไร) เพื่อพัฒนาตนเอง ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาควบคู่กันทั้งสังคมและระบบเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจของสังคมโดยรวมมีความมั่นคง ส่งผลต่อการพัฒนาสถานะของสังคมในทางที่ดี การเติบโตของวัฒนธรรมทางสังคมได้รับการส่งเสริม ได้รับการพัฒนาอย่างมั่นคง

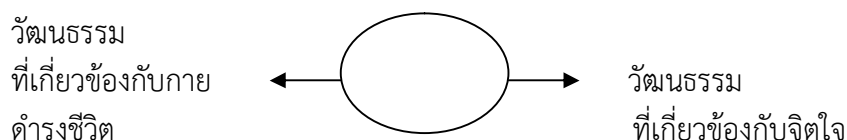


ในทางตรงกันข้ามการกระจายรายได้จากระบบเศรษฐกิจ ที่เอื้อประโยชน์กลุ่มชนชั้นทางสังคมมากเกินไป ได้แก่ ระบบเศรษฐกิจการตลาดที่เน้นผลกำไร ย่อมส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของสังคม เกิดช่องว่างของคนในสังคม วัฒนธรรมการดำรงชีพของสังคมมีความแตกต่างกันมาก ระบบเศรษฐกิจเช่นนี้ มีผลกระทบต่อรูปแบบการปกครอง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมได้ง่าย ระบบเศรษฐกิจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคมและวัฒนธรรมของสังคมด้วยเช่นกัน

3. วัฒนธรรม

วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตของคนในสังคม เป็นแบบแผนการปฏิบัติและการแสดงออก ซึ่งความรู้ สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจ ชาบซึ่ง ยอมรับ และใช้ปฏิบัติร่วมกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมนั้น ๆ นอกจากนี้ยังหมายถึงความเจริญงอกงามซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมไปสู่อีกสังคมหนึ่งจนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดพฤติกรรมและผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม สารโธ บัศวรี (2531)

วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตของคนในสังคม การดำเนินวิถีชีวิตเป็นไปเพื่อพัฒนาทางกาย และจิตใจดังนั้นจึงสามารถแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกาย และจิตใจ



ภาพประกอบ 22 วัฒนธรรมของวิถีชีวิตของคนในสังคม

4. ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคม ระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมสังคม

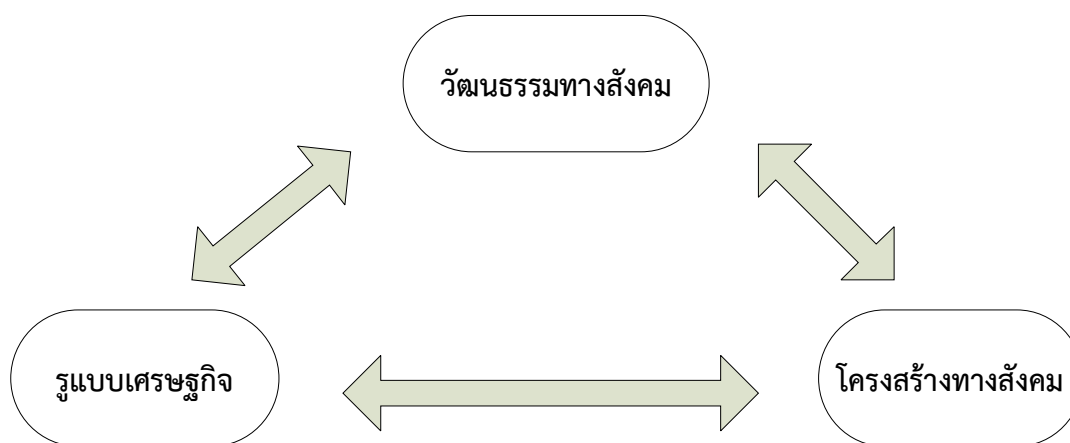
การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของสังคม มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมและสังคม เช่น กรณีระบบเศรษฐกิจแบบการล่าสัตว์และหาของป่า เปลี่ยนแปลงมาเป็นการปลูกพืช

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของสังคม มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองการปกครอง และค่านิยม

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสังคม มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของสังคม เช่น กรณีการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักรบชาโมโรของญี่ปุ่น

กล่าวโดยสรุปว่า สถานะทางเศรษฐกิจของสังคมมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมของสังคม บางครั้งเศรษฐกิจเป็นสาเหตุสำคัญให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของสังคมแต่ในหลายกรณี ค่านิยมและความเชื่อ กลับมาเป็นข้อจำกัดในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถ แสดงความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมทางสังคมรูปแบบเศรษฐกิจและโครงสร้างทางสังคม





ภาพประกอบ 23 วัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจมีส่วนสำคัญคือ นวัตกรรม (Innovations) ที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม สามารถนำเสนอการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมตามแผนภูมิ ดังนี้

ระดับเศรษฐกิจ		ลักษณะสังคม		รูปแบบวัฒนธรรม
↓		↓		↓
ระดับบุคคลหรือกลุ่มเล็ก	→	สังคมดั้งเดิม	→	ผี หรือ สิ่งศักดิ์สิทธิ์
↓		↓		↓
การเกษตรระดับหมู่บ้าน Agricultural	→	สังคมบ้าน กระจุก หรือ กระจาย	→	วัฒนธรรมพื้นบ้าน ผี หรือ สิ่งศักดิ์สิทธิ์
↓		↓		↓
ระบบอุตสาหกรรม Industrial	→	สังคมเมืองใหญ่ ชุมชนถาวร	→	วัฒนธรรมคนเมือง มีแบบแผนการดำเนิน ชีวิต Life styles

แผนภูมิ การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม
จากอิทธิพลของการแพร่กระจายทางนวัตกรรม (Innovations)

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย

จากกระบวนการและวิธีการจัดการเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น พบว่ามีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายในที่นี้จะกล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของเครือข่าย ดังนี้



ปัจจัยภายใน ที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย ได้แก่ การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน จิตสำนึกต่อส่วนรวมของปัจเจกบุคคลการมีผู้นำเครือข่ายท่ามีความรู้ ความสามารถ การมีระบบการบริหารจัดการในเครือข่ายที่เป็นระบบหรือมีกลไกที่เหมาะสมกับเครือข่าย การมีระบบสารสนเทศหรือข้อมูลหรือระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การมีพันธมิตรที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน การจัดการและการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องการเสริมสร้างภูมิความรู้และขบวนการทางปัญญา และการมีกิจกรรมที่ต่อเนื่อง

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น แหล่งทุน สถาบันวิชาการ หน่วยงานวิจัย และกองทุนสนับสนุนต่าง ๆ การมีเวทีสาธารณะ ขบวนการประชาสังคม และสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดการรวมพลังเครือข่าย เช่น เหตุการณ์ทางธรรมชาติ สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน เป็นต้น

แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจชุมชน

สำนักงานประสานงานวิจัยเชิงบูรณาการ (2550 : เว็บไซต์) ชุมชน ประกอบด้วย ครอบครัวหลายครอบครัวที่มาอยู่รวมในที่เดียวกัน และมีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ เศรษฐกิจ ก็จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับ “การผลิต การบริโภคและการกระจายผลผลิต คือ การซื้อขายแลกเปลี่ยนผลผลิต เศรษฐกิจชุมชน จึงหมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม บริการทั้งในด้านการผลิต การบริโภคและการกระจายผลผลิต โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนนั้น คือ ให้มีส่วนร่วม คิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ บนรากฐานความสามารถที่มีอยู่ จากการใช้ ”ทุนของชุมชน” ซึ่งทุนของชุมชนทั้งที่เป็น ทุนทางสังคม เช่น วิธีการผลิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศาสนสถาน โรงเรียน ที่ดิน ทรัพยากร การคมนาคมขนส่งนั้น คือ สมาชิกในชุมชนจะเป็นผู้ตัดสินใจว่า พวกเราจะผลิตอะไรได้บ้างตามศักยภาพและทุนประเภทต่างๆที่มีอยู่ เราจะผลิตกันอย่างไร แล้วเราจะแบ่งปันผลประโยชน์จากการผลิตกันอย่างไร คือ ชุมชน คิดเอง ทำเอง แล้วก็ได้เอง

ลักษณะสำคัญของเศรษฐกิจชุมชน คือ ครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ความพอเพียง ความพึ่งตนเองที่เราพูดถึงขึ้นอยู่กับการใช้แรงงานเป็นอย่างมาก พึ่งแรงงานในครอบครัว พึ่งทรัพยากรท้องถิ่น พึ่งตนเองและพึ่งกันเองในชุมชนก่อนและหากจะขาย ก็ขายในตลาดใกล้ตัว ตลาดภูมิภาค ตลาดภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจชุมชนนั้น ฝังตัวอยู่ในสังคมและวัฒนธรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology)

สจ๊วต ให้ความหมายนิเวศวิทยาว่า “คือ การปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม นิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม จึงหมายถึงวิธีการศึกษาหาข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลกระทบจากการปรับตัวเข้ากับสภาวะแวดล้อม (ของมนุษย์แต่ละสังคม) นิเวศวิทยาวัฒนธรรมจึงแตกต่างไปจากนิเวศวิทยาสังคม (Social Ecology) เพราะนิเวศวิทยาวัฒนธรรมมุ่งแสวงหากฎเกณฑ์เพื่ออธิบายที่มาของลักษณะและแบบแผนวัฒนธรรมบางประการที่มีอยู่ในแต่ละสภาวะแวดล้อม มากกว่ามุ่งแสวงหาหลักการทั่วไปที่ใช้ได้กับทุกวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม” สิ่งที่สำคัญที่สุดในแนวคิดนี้คือ



“แก่นวัฒนธรรม” (Cultural Core) ซึ่งหมายถึง “กลุ่มของลักษณะหรือแบบแผนวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดมากที่สุดกับกิจกรรมเพื่อการดำรงชีพและการจัดการทางเศรษฐกิจ” ทั้งนี้จะมุ่งสนใจการนำวัฒนธรรมทางวัตถุ (ระบบเทคนิควิทยาที่ใช้หรือเครื่องมือเทคโนโลยี) มาใช้แตกต่างกันอย่างไรและก่อให้เกิดการจัดการทางด้านสังคมที่แตกต่างกันอย่างไรในสภาวะแวดล้อมที่แตกต่างกัน เพราะสภาวะแวดล้อมแต่ละแห่งอาจเป็นตัวช่วยหรือข้อจำกัดใช้เทคนิควิทยาเหล่านี้ก็ได้

ทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมเน้นว่า “ความเชื่อและการปฏิบัติต่างๆตามระบบวัฒนธรรมที่ดูเหมือนไร้สาระ ไม่มีเหตุผล แต่อาจมีผลในด้านการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพก็ได้ โดยคำนึงถึงระดับของเทคโนโลยีที่ใช้เฉพาะสถานที่ด้วย” เช่น การกินเนื้อวัวเป็นของต้องห้ามของชาวฮินดูทั้งที่ความอดอยากยากจนมีไปทั่วอินเดีย นั่น แฮร์รีสอธิบายสิ่งเหล่านี้ว่า “การห้ามกินเนื้อวัวมีความหมายว่าวัวมีไว้ใช้ลากคันไถ หากไม่มีวัวก็จะไม่อาจทำการเกษตรได้ ดังนั้นข้อห้ามทางศาสนาจึงเป็นการเพิ่มความสามารถของสังคมเกษตรกรรมในระยะยาว”

อธิบายการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคม วิธีการที่วัฒนธรรมแต่ละชนิดปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยเฉพาะ และหรือการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมนั้น เลสลีย์ ไวท์ (Leslie A. White) ได้เสนอว่า วัฒนธรรมมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ 1) เทคโนโลยีมีบทบาทในสังคม และเกิดขึ้นเพื่อความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม 2) เมื่อเกิดความสัมพันธ์มนุษย์จะสร้างระบบสังคมจนสามารถกำหนดแนวคิดของมนุษย์ในที่สุด 3) ระบบวัฒนธรรมจะควบคุมระบบสังคม ระบบสังคมจะควบคุมระบบจิตของมนุษย์แต่ละคน

Julian Steward (1902-1972) ได้เสนอว่า

1. การศึกษาการปรับตัวของสังคมสามารถอธิบายลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม
2. สภาพแวดล้อมอาจจะมีอิทธิพลหรือไม่มีอิทธิพลกำหนดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมก็ได้
3. การศึกษานิเวศวิทยาชีวภาพ คือการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอินทรีย์กับสภาพแวดล้อมที่มีชีวิตทั้งหลาย
4. การศึกษานิเวศวิทยากายภาพ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างอินทรีย์กับสภาพแวดล้อมที่ไม่มีชีวิตทั้งหมด
5. การศึกษานิเวศวิทยาวัฒนธรรม ก็คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม

โดยสรุปแล้วทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างประชากร สิ่งแวดล้อมทางสังคมและลักษณะทางกายภาพในสังคมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม

นักมานุษยวิทยาที่มีความสำคัญต่อการกำเนิดทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมคือ แรคคิลฟ์ บราวน์ (A. R. Radcliffe Brown) และบรอนิสลอส มาลินอฟสกี (Bronislaw Malinowski) ในหนังสือมนุษย์กับวัฒนธรรม (ยศ สันตสมบัติ. 2543 : 11-14) กล่าวถึงมโนทัศน์ของทฤษฎีโครงสร้าง และหน้าที่ของแรคคิลฟ์ บราวน์ไว้ว่า เป็นการมองสังคมโดยเปรียบเทียบกับสิ่งมีชีวิต เช่น ร่างกายคน ประกอบด้วยอวัยวะต่าง ๆ ซึ่งแต่ละระบบก็มีโครงสร้างและหน้าที่ของตัวเอง เช่น ระบบย่อยอาหาร ประกอบด้วยกระเพาะ ลำไส้ ทำหน้าที่ย่อยอาหารเป็นของเหลวดูดซึมไปตามเส้นเลือดทุก ๆ ระบบ



ภายในร่างกายจะทำหน้าที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ร่างกายมีชีวิตอย่างเป็นปกติ หากระบบใดหยุดทำงานก็จะทำให้เกิดอาการผิดปกติของร่างกาย สังคมก็เช่นเดียวกัน ประกอบด้วยระบบต่าง ๆ เช่น ระบบครอบครัว เศรษฐกิจ ศาสนา การเมือง ซึ่งแต่ละระบบก็มีโครงสร้างและหน้าที่เฉพาะแต่ละระบบจะทำหน้าที่เพื่อให้สังคมดำเนินไปอย่างราบรื่นหรือรักษาความสมดุลของสังคมเอาไว้โดยแรดคลิฟฟ์ บราวน์ ได้นำเอาเมโนทส์เรื่อง “หน้าที่” มาจากเดอร์ก์ไคม์ (Emile Durkheim) โดยเขาเสนอว่าเราสามารถศึกษาโครงสร้างของสังคมหรือความสัมพันธ์ของคนในสังคม โดยดูจากพฤติกรรมต่างๆ ว่ามีส่วนช่วยในการสร้างความเป็นปึกแผ่น และรักษาความสมดุลของสังคมได้ อย่างไรบ้าง

โครงสร้างย่อยทางสังคมที่สำคัญต่อชีวิตมนุษย์ของ แรดคลิฟฟ์ บราวน์ ได้แก่

1. ครอบครัว-เครือญาติ
2. ด้านการศึกษา
3. ด้านเศรษฐกิจ
4. ด้านสาธารณสุข
5. ด้านวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ
6. ด้านการปกครอง

นิยพรรณ วรณศิริ (2540 : 109 –110) กล่าวถึงการศึกษาพฤติกรรมของคน ในสังคมในเชิงความสัมพันธ์ของหน้าที่ตามโครงสร้างของสังคมของแรดคลิฟฟ์ บราวน์ ว่าในทางวิชาการเรียกว่า “Holistics” เป็นการมองสังคมที่เดียวทุกโครงสร้างเพื่อความเข้าใจสังคม ทั้งสังคม โดยแรดคลิฟฟ์ บราวน์ เชื่อว่า การศึกษาเฉพาะโครงสร้างใดโครงสร้างหนึ่งเพียงโครงสร้างเดียว ไม่สามารถจะเข้าใจถึงโครงสร้างนั้น ๆ ได้ เช่น ถ้าจะศึกษาโครงสร้างทางการเมืองการปกครองของสังคมไทย ก็ต้องศึกษาระบบค่านิยม เศรษฐกิจ ศาสนา การศึกษา ครอบครัว และเครือญาติของสังคมไทยด้วย เพราะทุกระบบดังที่กล่าวมาแล้วมีผลต่อโครงสร้างทางการเมืองการปกครองทั้งสิ้น

จากแนวความคิดของดาร์วิน อีมิล เดิร์กไฮม์ (David Émile Durkheim) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศสได้แนวความคิดเกี่ยวกับสังคมไว้ ดังนี้ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2535 : 48)

สังคมมนุษย์เป็นองค์ภาวะ (Entity) โดยตัวของมันเอง สังคมเป็นสิ่งที่ชีวิตที่แตกต่างไปจากส่วนผสมต่าง ๆ ที่มารวมกัน เดิร์กไฮม์เห็นว่าสังคมเป็นองค์ภาวะทางสังคม (Social Whole) มีเอกลักษณ์ความต้องการโครงสร้างและชื่อที่ต่างออกไปจากส่วนผสมที่ประกอบขึ้นเป็นสังคม

ส่วนประกอบต่าง ๆ ของระบบ (หมายถึง สังคม) ปฏิบัติหน้าที่สนองความต้องการจำเป็นทั้งหมดจากที่ระบบพึงมีในฐานะที่เป็นระบบอินทรีย์ระบบหนึ่ง ถ้าระบบ (สังคม) สามารถสนองความต้องการจำเป็นของระบบได้แล้วสังคมก็จะอยู่ในภาวะปกติหากไม่ได้สังคมก็จะป่วย ความสมดุลของระบบด้วยจุดสมดุล (Equilibrium Points) คือ จุดต่าง ๆ ที่สังคมเกิด ความเป็นปกติอันเนื่องมาจากการที่ความต้องการได้รับการตอบสนองกับระดับความต้องการเท่าเทียมกัน ความสมดุลจึงเกิดขึ้น

นอกจากนี้ เดิร์กไฮม์ ได้เขียนหนังสือ The Elementary Forms of Religious Life (เสาวนีย์ จิตต์หมวด. 2527 : 16 ; อ้างอิงมาจาก Durkheim. 1917 : 45) ไว้ว่า วิธีการควบคุมสังคมเป็นไปอย่างมีระเบียบเรียบร้อยโดยใช้กฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ที่มีบทลงโทษสำหรับผู้ละเมิดอย่างชัดเจนแล้ว ศาสนาจะเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สามารถควบคุมให้สังคมเป็นไปในแนวทางที่มุ่งหวังได้เพราะ ศาสนามีหน้าที่ต้องปฏิบัติ 4 ประการ คือ



1. หน้าที่ในการจัดระเบียบและการเตรียม (Discipline and Preparatory) ซึ่งจะเป็นส่วนของพิธีกรรมต่าง ๆ ของศาสนา ซึ่งมีผลทำให้บุคคลมีระเบียบวินัยด้วยตนเอง และเตรียมคนเพื่อการมีชีวิตในสังคม
2. หน้าที่ในการยึดเหนี่ยวหรือผนึกเข้ากับสังคม (Cohesive Function) ศาสนาและพิธีกรรมจะทำหน้าที่เพื่อสร้างความหมายของการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยมีอารมณ์และความรู้สึกร่วมกัน ตลอดจนมีการแสดงออกในทางเดียวกันเป็นการสร้างพลังของการรวมกลุ่ม
3. หน้าที่ในการผนวกและรื้อฟื้น (Revitalizing Function) ศาสนาและประเพณีจะทำหน้าที่สร้างศรัทธาและระเบียบปฏิบัติในประเพณีในอดีตให้สืบต่อมาถึงปัจจุบัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นกลุ่มสังคม
4. หน้าที่ในการสร้างความรู้สึกของคุณค่าและความสุขของการมีชีวิต (Euphoric Function) พิธีกรรมทำให้เกิดความสุขในการมีชีวิตร่วมกัน พร้อมทั้งเป็นการลดความกดดันและความเศร้าโศกในจิตใจ

เดิร์กไฮม์ (Durkheim) ได้กล่าวถึง หน้าที่ต่าง ๆ ของสถาบันศาสนา เช่น การจัดระเบียบพิธีกรรมต่าง ๆ ว่ามีผลต่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมอย่างไร ซึ่งถือว่าเป็นกลไกสำหรับการแสดงออกและสร้างจิตใจที่จำเป็นในการหล่อหลอมให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งบรรทัดฐานของกลุ่มหรือชุมชนจะได้รับการเคารพยำเกรงก็ต่อเมื่อได้ผ่านพิธีกรรมทางศาสนา จึงถือว่าการสร้างบรรทัดฐานของกลุ่มในชุมชนเป็นสิ่งที่ถูกต้องชอบธรรม เป็นหน้าที่พื้นฐานของศาสนา

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มองว่าการที่ระบบสังคมหนึ่ง ๆ จะสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีเสถียรภาพนั้น ต้องประกอบด้วยโครงสร้างทางสังคม (Structure) ที่กระทำหน้าที่สำคัญต่าง ๆ อย่างสอดคล้องประสานสัมพันธ์กัน หากโครงสร้างส่วนใดส่วนหนึ่งของระบบสังคมกระทำหน้าที่บกพร่องก็จะส่งผลกระทบก่อให้เกิดปัญหาความผิดปกติที่คุกคามความอยู่รอดของระบบสังคมนั้น ๆ เหมือนร่างกายมนุษย์ที่ประกอบด้วยโครงสร้างของอวัยวะสำคัญส่วนต่าง ๆ ซึ่งกระทำหน้าที่ต่างกันจะขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้ จึงมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยที่กล่าวถึงเครือข่าย ขายตรง ซึ่งเป็นการขายโดยอาศัยความสัมพันธ์ในสังคมจากภายในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันและขยายใหญ่ขึ้น กว้างขึ้นและกระจายไปจนทั่วโลก จนกระทั่งทำให้เกิดความเข้มแข็งและการมีเสถียรภาพของธุรกิจ

ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion Theory)

Franz Boas เน้นว่า “การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่มีลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมหนึ่งแพร่กระจายไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง โดยปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมใหม่” นอกจากนั้นยังเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดแนวคิดที่เชื่อว่า “วัฒนธรรมสามารถวัดได้ โดยนำวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาเปรียบเทียบกันและพิจารณาคุณลักษณะที่สูงกว่าหรือด้อยกว่าของแต่ละวัฒนธรรมซึ่งวัดได้คือถ้าวัฒนธรรมใดที่สูงกว่าย่อมอ้างได้เสมอ แต่ยังคงเชื่อว่าวัฒนธรรมนั้นไม่มีวัฒนธรรมใดที่ดีกว่าหรือเลวกว่ากัน”

H.G. Barnett เชื่อว่า “วัฒนธรรมเปลี่ยนไปเพราะนวัตกรรม แต่ขณะเดียวกันวัฒนธรรมบางวัฒนธรรมอาจเป็นตัวถ่วงหรือไม่สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมก็ได้ ฉะนั้นเขาจึงเสนอว่าจำเป็นต้องมีวิธีการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมขึ้นในสังคมหรือวัฒนธรรม”



เอฟเวอร์เรท เอ็ม. โรเจอร์ (Everett M. Rogers) เน้นว่า “การเปลี่ยนแปลงสังคมส่วนใหญ่เกิดจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามามากกว่าเกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นภายในสังคม และนวัตกรรม (Innovation) ที่ถ่ายทอดกันนั้นอาจเป็นความคิด (Idea) ซึ่งรับมาในรูปสัญลักษณ์ (Symbolic Adoption) ถ่ายทอดได้ยาก หรืออาจเป็นวัตถุ (Object) ที่รับมาในรูปการกระทำ (Action Adoption) ซึ่งจะเห็นได้ง่ายกว่า” โรเจอร์ ยังได้กล่าวอีกว่า “นวัตกรรมที่จะยอมรับกันได้ง่าย ต้องมีลักษณะ 5 ประการ ได้แก่ (1) มีประโยชน์มากกว่าของเดิม (Relative Advantage) (2) สอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคมที่รับ (Compatibility) (3) ไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก (Less Complexity) (4) สามารถแบ่งทดลองรับมาปฏิบัติเป็นครั้งคราวได้ (Divisibility) และ (5) สามารถมองเห็นเข้าใจง่าย (Visibility) นอกจากนั้นโรเจอร์ยังได้นำเสนอขั้นตอนการตัดสินใจรับเอานวัตกรรมใหม่อีก 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นตอนในการรับรู้นวัตกรรม (Awareness) (2) เกิดความสนใจในนวัตกรรมนั้นๆ (Interest) (3) ประเมินค่านวัตกรรม (Evaluation) (4) ทดลองใช้นวัตกรรม (Trial) และ (5) การรับหรือไม่รับเอานวัตกรรม (Adoption or Rejection) โดยผู้รับนวัตกรรมอาจมีทั้งผู้รับเร็วหรือช้าแตกต่างกันไป”

ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์

อธิบายการจัดระเบียบทางสังคม เจอร์จ เฮร์เบิร์ต มิดด์ (George Herbert Mead), เฮร์เบิร์ต บูลเมอร์ (Herbert Blumer) และเออร์วิง กอฟฟ์แมน (Erving Goffman) ทฤษฎีนี้เน้นถึงการกระทำระหว่างกันของบุคคลในสังคม เนื่องมาจากสัญลักษณ์ โดยเฉพาะภาษาเป็นสื่อการติดต่อที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มนุษย์มีความผูกพันกันจนสร้างเป็นระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในสังคมทำให้สังคมมีการจัดระเบียบขึ้น

George Herbert Mead เป็นนักจิตวิทยาสังคม กล่าวถึง การจัดระเบียบทางสังคม คือความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลในสังคมนั้นอยู่ที่การมีและการใช้ความหมายร่วมกัน (shared meaning) การกระทำระหว่างกันของบุคคลในสังคม จนเกิดเป็นความสัมพันธ์กันขึ้นนั้นเป็นเพราะใช้สัญลักษณ์ร่วมกัน มิดด์กล่าวว่ามนุษย์มีความสัมพันธ์ต่อกัน มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งในสังคม และสังคมก็จำเป็นต้องมีมนุษย์อาศัยอยู่และมีการกระทำต่อกัน ทั้งมนุษย์และสังคมจึงพึ่งพาอาศัยกันแก้ปัญหา ร่วมกัน เพื่อความอยู่รอดของทั้งสองฝ่าย เพราะฉะนั้นกระบวนการของการกระทำระหว่างกัน (social interaction) จึงมีความสำคัญมากในทฤษฎีของสัญลักษณ์สัมพันธ์

Herbert Blumer อธิบายการจัดระเบียบทางสังคมว่า ความสัมพันธ์ ทางสังคมของกลุ่มต่างๆ เกิดจากผลของการที่บุคคลแปลหรือกำหนดความหมายของการกระทำต่อกัน การมีปฏิริยาโต้ตอบมิได้มีโดยตรงต่อการกระทำของบุคคล แต่เพราะปฏิริยาต่อความหมายของการกระทำต่อกัน หรือปฏิริยาต่อกันต้องอยู่ในรูปของกระบวนการที่บุคคลทั้งหลายเข้าใจในเหตุการณ์ สามารถประเมินเหตุการณ์ให้ความหมาย และตัดสินใจที่จะมีการกระทำโต้ตอบ แนวคิดของบูลเมอร์จึงเป็นการอธิบายที่เน้นถึง การตีความเพื่อให้รู้ความหมายที่แท้จริง

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์มองว่าการที่ระบบสังคมหนึ่ง ๆ จะสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีเสถียรภาพนั้น ต้องประกอบด้วยความสัมพันธ์ต่อกัน จึงจะสามารถกระทำหน้าที่สำคัญต่าง ๆ อย่างสอดคล้องประสานสัมพันธ์กัน หากหากไม่มีความสัมพันธ์ในระบบสังคมก็จะทำให้หน้าที่บกพร่องไปได้ และจะส่งผลกระทบก่อให้เกิดปัญหาความผิดปกติที่คุกคามความอยู่รอดของระบบสังคมนั้น ๆ



จึงมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยที่กล่าวถึงเครือข่าย ขยายตรง ซึ่งเป็นการขยายโดยอาศัยความสัมพันธ์ในสังคมจากภายในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันและขยายใหญ่ขึ้น กว้างขึ้นและกระจายไปจนทั่วโลก จนกระทั่งทำให้เกิดความเข้มแข็งและการมีเสถียรภาพของธุรกิจ

ทฤษฎีเครือข่าย (Network theory)

เสรี พงศ์พิศ (2548 : 197-198) เครือข่ายเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงประสานชุมชนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ เข้าด้วยกันให้เป็นขบวนการ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นสถาบันที่มีอำนาจในตัวเอง และแข็งตัวด้วยกฎระเบียบต่าง ๆ

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (2547 : 12) เครือข่าย คือ สิ่งที่เชื่อมโยงกันอย่างไร้ระเบียบ และมีการจัดการตนเอง เครือข่าย คือ การเชื่อมโยงร้อยรัดเอาความพยายามและการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและอย่างเป็นรูปธรรม

Schuler (พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ. 2547 : 37 ; อ้างอิงมาจาก Schuler. n.d.) เครือข่าย คือ สายใย (Web) ของความสัมพันธ์ทางสังคม มีความเป็นเอกภาพ มีพลังความยึดโยง (cohesive) และการสนับสนุนเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

นฤมล นิราธร (พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ. 2547 : 43 ; อ้างอิงมาจาก นฤมล นิราธร. 2543) กล่าวถึงเครือข่ายว่า เป็นการทำงานที่เป็นรูปแบบของความร่วมมือหรือการพึ่งพาอาศัยกันและกัน

ประเวศ วะสี (พิทยา ว่องกุล. 2541 : 21 ; อ้างอิงมาจาก ประเวศ วะสี. 2539) ธรรมชาติ. กรุงเทพฯ: เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก.

กล่าวถึงเครือข่ายทางสังคมที่มีการขยายตัวออกไปว่า เครือข่ายทางสังคมจะคล้ายเครือข่ายของสมอง โดยโครงสร้างของสมองนั้นจะทำให้เกิดการเรียนรู้ในระดับที่สูงเพื่อการมีชีวิตรอดและโครงสร้างทางสังคมจะมีวิวัฒนาการไปเหมือน โครงสร้างทางสมองมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของสังคม จากสังคมใช้อำนาจไปเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ และการที่จะเกิดสังคม จากสังคมใช้อำนาจไปเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และการที่จะเกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ได้นั้น โครงสร้างทางสังคมต้องปรับเปลี่ยนจากโครงสร้างอำนาจในแนวดิ่ง ไปเป็นเครือข่ายสังคม ที่มีการโยงใยความสัมพันธ์ในทุกทิศ และสรุปว่า เครือข่ายทางสังคม คือ สังคมแห่งกัลยาณมิตร หรือเครือข่ายสังคมแห่งการเรียนรู้ (learning social Networks) โดยเครือข่ายสังคม จะต้องมีความสามารถในการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องหรือมีการขยายแนวคิด กระบวนการออกไปจึงจะสามารถปรับตัวให้อยู่ในดุลยภาพได้

สีลาภรณ์ บัวสาย (2547 : 16) ประเภทของความสัมพันธ์ที่ยึดโยงคนเอาไว้ด้วยกันเป็นเครือข่าย ในการทำให้กลุ่มมีความผูกพันกันเหนียวแน่น สมควรสมานสามัคคี ช่วยเหลือกันและกันได้นั้น ต้องการเครื่องผูกมัด (bondages) การยึดโยงบางส่วนเกิดขึ้นเพราะเครือข่าย การมีระบบความเชื่อร่วมกัน การสร้างเครือข่ายสายสัมพันธ์ของคนที่อยู่ในท้องถิ่นมีนัยยะที่สำคัญยิ่งต่อการระดมแรงงานซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ผู้สัมพันธ์เพื่อระดมแรงงานมาช่วยกัน ทำงานของชุมชนหรือครัวเรือน วัฒนธรรมเป็นเครื่องยึดโยงความสัมพันธ์ของกลุ่มคนเอาไว้ด้วยกันในระดับวงกว้าง กลุ่มชาติพันธุ์เป็นกลุ่มที่เห็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มได้ชัดเจน มากกว่าคนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นหนึ่งใด การมีปฏิสัมพันธ์กับฐานทรัพยากรและระบบนิเวศของท้องถิ่นในที่นั้น ก่อให้เกิดเป็นวิถีทางวัฒนธรรมของ



กลุ่มชนนั้น ๆ วัฒนธรรมจึงเป็นทั้งเครื่องมือเช่น วิธีการแต่งกาย การกินอยู่ ประเพณี พิธีกรรม จารีตต่าง ๆ ที่ควบคุมกำกับพฤติกรรมของคนในกลุ่มให้เหมือน ๆ กัน

กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 63-75) เครือข่ายมีหลายรูปแบบ เช่น เครือข่ายแนวตั้งหรือเครือข่ายแบบแนวนอน 1) เครือข่ายแนวตั้ง โดยที่สถานภาพและฐานะของคนในแต่ละลำดับชั้นจะเรียงจากสูงไปต่ำ ฝ่ายที่อยู่ในลำดับสูงจะมีฐานะเป็นผู้อุปถัมภ์ และผู้อยู่ข้างล่างก็มีฐานะเป็นผู้ใต้อุปถัมภ์ และเมื่อผู้อุปถัมภ์ต้องการความร่วมมือบางอย่างจากผู้ใต้อุปถัมภ์ ก็สามารถระดมได้จากลูกข่ายของตน ส่วนผู้ที่อยู่ข้างล่างก็สามารถจะขอทรัพย์สินเงินทอง หรือบริการบางอย่างเมื่อตนขาดแคลนได้ เป็นที่น่าสังเกตว่า การแลกเปลี่ยนระหว่างชั้นนี้ มีลักษณะไม่เสมอภาคเท่าเทียมกัน 2) เครือข่ายแบบแนวนอน โดยที่ฐานะและสถานภาพของคนในทุกกลุ่มที่เข้ามาเป็นเครือข่ายกันนั้นมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน การแลกเปลี่ยนทรัพย์สินหรือบริการต่าง ๆ มีลักษณะช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ถ้อยทีถ้อยอาศัย เครือข่ายแบบแนวนอนนี้อาจจะเป็นการติดต่อกันเองระหว่าง 2 กลุ่ม ในกรณีที่ไม่ซับซ้อนนัก โดยต้องมีตัวกลาง (เช่น การติดต่อกันระหว่างบ้านพี่เมืองน้อง) หรืออาจจะมีแม่ช่วยประสานงาน แต่สถานภาพของแม่ข่ายก็เสมอภาคเท่าเทียมกับคนอื่น ๆ

การประยุกต์ใช้ทฤษฎี

แนวทางการนำทฤษฎีเครือข่าย (Network Theory) มาประยุกต์ใช้ในการ อธิบายกำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ของเครือข่ายธุรกิจขายตรง ดังนี้ กำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ของเครือข่ายธุรกิจขายตรงโดยใช้ ภูมิปัญญา เครือญาติ ความเชื่อ ขาดิพันธุ์ และการพึ่งพาในเครือข่ายธุรกิจขายตรง และพัฒนากระบวนการผลิตและจำหน่าย มีลักษณะของแนวทางประกอบด้วย การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมบูรณาการแบบองค์รวม

ทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่ (Innovation Theory)

ทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่ มีส่วนเกี่ยวข้องและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมในเครือข่ายธุรกิจขายตรง โดยใช้แนวคิด โรเจอร์ (Rogers. 1968) ทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นตัวการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะ 3 ประการคือ การค้นพบสิ่งใหม่ คิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่และการแพร่กระจายจากสังคมอื่น ซึ่งอัตราการยอมรับสิ่งใหม่ขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งใหม่และลักษณะของประชากรในสังคม

การนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้

แนวทางการนำทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่ (Innovation Theory) มาประยุกต์ใช้ต่อการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของเครือข่ายธุรกิจขายตรงในลักษณะการอธิบายและการค้นพบแนวทางใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเครือข่ายธุรกิจขายตรง ดังนี้

1. อธิบายบทบาทของเครือข่ายวัฒนธรรมเครือข่ายธุรกิจขายตรงที่มีต่อกิจกรรมการผลิต จำหน่าย การให้การศึกษาอบรม การป้องกัน รักษาและบำรุงสุขภาพสมาชิกของครอบครัว การปกครอง ความเชื่อ และศาสนาต่าง ๆ ที่มีอยู่ในครอบครัวและญาติพี่น้อง

2. กำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเครือข่ายธุรกิจขายตรง โดยใช้ ภูมิปัญญา เครือญาติ ความเชื่อ ขาดิพันธุ์ และการพึ่งพาในเครือข่ายธุรกิจขายตรง และพัฒนากระบวนการผลิตและจำหน่าย



3. การสร้างแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของเครือข่ายธุรกิจขายตรง มีลักษณะของแนวทางประกอบด้วย การส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายธุรกิจขายตรง และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเครือข่ายธุรกิจขายตรง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

รุ่งทิพย์ คงมานะ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจขายตรงบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือนและตำแหน่งของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 370 คน โดยใช้แบบสอบถามเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงสำรวจและโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประกอบด้วย การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ T-Test สถิติทดสอบ F-Test และการทดสอบความแตกต่าง รายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของฟิชเชอร์ (LSD) ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจขายตรง เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศชายกับเพศหญิง มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขายตรงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ เมื่อจำแนกสมาชิกธุรกิจขายตรงที่มีอายุ ระดับการศึกษา ลักษณะการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือน และตำแหน่งของสมาชิก มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขายตรงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนสมาชิกกลุ่มอายุ 30-40 ปี กับกลุ่มอายุ 41-50 ปีเท่ากัน มีความสำเร็จไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สมาชิกธุรกิจขายตรงกลุ่มตำแหน่งต่ำกว่า โกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส แซทเทิร์น และพาราไดซ์ขึ้นไป มีความสำเร็จแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

วรดา มุฑจัต (2555 : 74-78) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่ม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านความรับผิดชอบต่อ ด้านการรู้จักภาระหน้าที่ด้านความเสมอภาคและความเป็นธรรม ด้านความโปร่งใส และด้านจริยธรรม และผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่ม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับ ด้านความประทับใจ ด้านความศรัทธา และด้านชื่อเสียงผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่ม ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อ ด้านการรู้จักภาระหน้าที่ด้านความเสมอภาคและความเป็นธรรม ด้านความโปร่งใส และด้านจริยธรรม และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความน่าเชื่อถือและด้านการยอมรับแตกต่างกัน ($p < 0.05$)

ผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่ม ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อ และด้านการรู้จักภาระหน้าที่ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความน่าเชื่อถือและด้านการยอมรับแตกต่างกัน ($p < 0.05$)



ผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่ม ที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับ ด้านความประทับใจ ด้านความศรัทธา และด้านชื่อเสียงที่แตกต่างกัน ($p < 0.05$)

ผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่ม ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและด้านการรู้จักภาระหน้าที่ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับ ด้านความประทับใจด้านความศรัทธา และด้านชื่อเสียง แตกต่างกัน ($p < 0.05$)

ผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่ม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและด้านการรู้จักภาระหน้าที่ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการยอมรับ ด้านความประทับใจด้านความศรัทธา และด้านชื่อเสียง แตกต่างกัน ($p < 0.05$)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม 2) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการรู้จักภาระหน้าที่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม 3) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านจริยธรรมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม 4) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการรู้จักภาระหน้าที่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรด้านความน่าเชื่อถือ 5) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการรู้จักภาระหน้าที่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความน่าเชื่อถือ 6) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการรู้จักภาระหน้าที่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความประทับใจ 7) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านการรู้จักภาระหน้าที่ ด้านความเสมอภาคและความเป็นธรรม ด้านความโปร่งใส และด้านจริยธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านความศรัทธา 8) ประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและด้านความโปร่งใส มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ด้านชื่อเสียง

มนลิษา อินทจักร (2555 : บทคัดย่อ) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณลักษณะขององค์กรโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก และผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการสนับสนุนด้านทีมงาน การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมภายนอก โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าที่มีที่ตั้งของธุรกิจ หุ่นในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าที่มีที่ตั้งของธุรกิจ หุ่นในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงานและ



จำนวนพนักงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความพึงพอใจของลูกค้า ความจงรักภักดีของลูกค้า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยรวมไม่แตกต่างกันจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) คุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ และด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า 2) คุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะและด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า 3) คุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ และด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ 4) ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า 5) ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ และ 6) การสนับสนุนด้านทีมงาน การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณลักษณะขององค์กรด้านภาพลักษณ์ของธุรกิจ ด้านการบริการที่มีลักษณะเฉพาะ และด้านความเป็นมืออาชีพในการบริการ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2536 : 89-91)

ได้ทำการศึกษาหารูปแบบการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในชนบท โดยได้ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในชุมชนชนบท 5 หมู่บ้าน คือ หมู่บ้านทุ่งยาว จังหวัดลำพูน หมู่บ้านหนองแสง จังหวัดมหาสารคาม หมู่บ้านตะโก จังหวัดนครราชสีมา หมู่บ้านโพธิ์ศรีเจริญ จังหวัดสุพรรณบุรี และหมู่บ้านศิรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยได้ค้นพบองค์ความรู้สำคัญในการสร้างให้ชุมชนพึ่งตนเองได้และพัฒนาอย่างถาวร ดังนี้

การที่ชุมชนจะพึ่งตนเองได้นั้น ต้องประกอบด้วย การพึ่งตนเอง 5 ด้าน (TERMS) คือการพึ่งตนเองด้าน

1. เทคโนโลยี (Technology : T) มีลักษณะเหมาะสมในสภาพชนบท ซึ่งอาจรวมถึงเครื่องมือเครื่องใช้พื้นบ้านและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความทันสมัยแต่คนในชุมชนสามารถควบคุมได้

2. เศรษฐกิจ (Economic : E) อยู่ในลักษณะที่สามารถสร้างภาวะสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างความต้องการและขีดความสามารถสนองความต้องการ เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีพัฒนาการต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับภายนอก สามารถในการออมและการลงทุน สามารถรวมกลุ่มเพื่อการผลิตและการตลาด ตลอดจนมีการวางแผนสำหรับอนาคตด้วย

3. ทรัพยากรธรรมชาติ (Resources : R) ควรมีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์หรือสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีคุณภาพของระบบนิเวศ และอยู่ในสภาพประกอบพื้นฟูได้

4. คนหรือจิตใจ (ManหรือMental : M) คนในชุมชนควรมีจิตสำนึกในการพึ่งตนเอง มีจิตใจใฝ่รู้ใฝ่พัฒนา มีความรู้และความสามารถในการประยุกต์ มีคุณภาพ ลดละอบายมุข และมีความขยันหมั่นเพียร

5. สังคมวัฒนธรรม (Social :S) ชุมชนมีภาวะผู้นำดี การมีส่วนร่วมสูง มีความเป็นปึกแผ่นทางสังคม มีองค์กรทางสังคมที่เข้มแข็ง รวมทั้งมีความรู้และข่าวสารที่เท่าทันโลกภายนอก ระบบการพึ่งตนเองทั้ง 5 ด้าน จะต้องมีการบูรณาการเพื่อสร้างการพึ่งตนเองและการพัฒนาของชุมชน 3 กระบวนการ (BAN)



การสร้างสมดุลของการพึ่งตนเอง (Balance : B) คือ องค์ประกอบการพึ่งตนเองทั้ง 5 ด้าน นอกจากจะต้องมีความสมดุลในแต่ละด้านแล้ว ยังต้องมีความสอดคล้องกลมกลืนกันระหว่างเทคโนโลยี เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ จิตใจ และสังคมวัฒนธรรมด้วย จึงจะนำสู่ความสมดุลของชุมชนโดยรวม ซึ่งความสมดุลของเทคโนโลยีแปลว่าชุมชนมีเทคโนโลยีพอแก่ความต้องการความสมดุลทางเศรษฐกิจแปลว่า ชุมชนมีพอกินพอใช้ไม่ขาดไม่เกิน สร้างใหม่ขึ้นมาแทน ความสมดุลทางจิตใจหมายถึงคนมีจิตปกติสุข ไม่กังวลเป็นทุกข์ มีความสุขตามอัตภาพ และความสมดุลทางสังคมวัฒนธรรมหมายถึงชุมชนมีความมั่นคงแข็งแรง มีวิถีชีวิตที่เอื้อต่อการรวมกลุ่มช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

การสร้างขีดความสามารถในการจัดการ (Ability : A) เป็นการวิเคราะห์ วางแผนและดำเนินการตามแผน รวมทั้งการประเมินผลการดำเนินงานของชุมชน เพื่อสร้างความสามารถในการจัดการตนเองของชุมชน ดูแลตนเอง ควบคุมตนเอง ชี้นำตนเอง โดยปัจจัยสนับสนุนความสามารถของชุมชนที่สำคัญคือ การที่ชุมชนมีการศึกษาหาความรู้ จากโรงเรียน ความรู้ โดยหน่วยงานของรัฐ และเอกชนให้การอบรมเพิ่มเติมแก่ผู้นำเพื่อเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวแก่สมาชิกในชุมชน การสร้างกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาขีดความสามารถของกลุ่มส่วนใหญ่ใช้การอบรมให้ความรู้ภาคทฤษฎี ศึกษาดูงานและปฏิบัติจริงในแหล่งความรู้ในชุมชน ตลอดจนมีการสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชนทั้งภายในและภายนอกชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองในอาชีพ ปัจจัยสำคัญคือ ผู้ให้ความรู้ซึ่งเป็นผู้นำชุมชนจะต้องมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการสร้างเครือข่ายด้านอาชีพ คนในชุมชนมีความศรัทธาในผู้ให้ความรู้ และชุมชนมีการรวมกลุ่มกัน โดยมีเป้าหมายในการพึ่งตนเอง

การศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่ออาชีพซึ่งมีโรงเรียนเป็นฐานความรู้ จัดการศึกษาตามนโยบายและหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการเป็นหลัก โรงเรียนที่ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายการพึ่งตนเองทางอาชีพให้แก่นักเรียน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการให้ความรู้รวมทั้ง สนับสนุนให้นักเรียนนำความรู้ด้านอาชีพที่ปรับไปใช้ในชุมชน ปัจจัยสำคัญคือ ผู้บริหารโรงเรียนต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน เห็นคุณค่าท้องถิ่นและนำทรัพยากรในชุมชนมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและอาชีพ ครูผู้สอนเน้นการฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง สามารถเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน นอกจากนี้ โรงเรียนจะต้องมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและมีความสัมพันธ์ที่ดีภายในโรงเรียน สำหรับบทบาทของชุมชนในการสนับสนุนและพัฒนากระบวนการเรียนรู้สรุปได้ดังนี้

การสร้างและพัฒนาองค์กรชาวบ้านหรือองค์กรชุมชน โดยทั่วไปกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในชุมชนเป็นผลมาจากการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และความรู้ระหว่างชาวบ้าน ความสัมพันธ์จากการแลกเปลี่ยนนี้อาจสะดุดหยุดลงได้ตลอดเวลา ซึ่งส่งผลให้การเรียนรู้ไม่ยั่งยืน ฉะนั้น ชุมชนจึงต้องเข้าไปมีบทบาทในการกระตุ้นและสนับสนุนให้ชาวบ้านสามารถจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และความรู้ร่วมกัน การจัดการร่วมกันนี้คือจุดเริ่มต้นขององค์กรชุมชน

การสนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ เป็นอีกบทบาทหนึ่งของชุมชนในการที่จะช่วยให้กระบวนการเรียนรู้เติบโตและก้าวหน้าอย่างมั่นคง การสนับสนุนและการพัฒนานี้ ชุมชนโดยทั่วไปมักเริ่มต้นจากการสนับสนุนให้องค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นแล้วในชุมชนได้มีโอกาสนำทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และความรู้ของตนไปแลกเปลี่ยนกับองค์กรชาวบ้านและองค์กรอื่น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการจัดความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเหล่านี้ บนพื้นฐานของการเรียนรู้ การพึ่งพาอาศัยและการจัดการร่วมกัน นับได้ว่าเครือข่ายการเรียนรู้ได้เกิดขึ้นแล้ว ชุมชนทั่วทุกภาคของประเทศได้จัดการให้



เครือข่ายของตนเอื้อต่อการถ่ายทอดประสบการณ์ การเรียนรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้มาให้สอดคล้องกับวิถีของชุมชน

ปัจจุบันนี้เครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชนได้ขยายตัวออกไปทุกหนทุกแห่งที่มีความสนใจไม่จำกัดขอบเขตทางพื้นที่และสภาพภูมิศาสตร์ แต่เป็นเรื่องของคนในทุกหนทุกแห่งที่มีความสนใจร่วมกันมาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และหนุนช่วยกันตามกำลังความสามารถที่มีอยู่ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกอีกต่อไปที่องค์กรชาวบ้านในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้เดินทางไปเรียนรู้เรื่องการจัดการเงินทุนจากองค์กรชาวบ้านในภาคใต้ และนำประสบการณ์ที่ได้ไปปรับใช้ในชุมชนของตน

ปาน กิมปี (2540 : 1-2) ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน และเพื่อศึกษาความเป็นไปได้และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน โดยศึกษากรณีศึกษาเครือข่ายการเรียนรู้ 3 เครือข่าย คือกลุ่มออมทรัพย์ตำบลคลองเปี้ยะ กลุ่มป้อมชุมชนสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ และกลุ่มยุวเกษตรกรเกษตรพัฒนา ผลการวิจัยพบว่า

1. เครือข่ายการเรียนรู้มีพัฒนาการมาจากการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการด้านเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีการใช้เครือข่ายสังคมเป็นศูนย์กลางการดำเนินงานภายในชุมชน และมีการขยายเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่ายในภาครัฐ เอกชน ชุมชน ธุรกิจ และหรือองค์กรวิชาการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายการพึ่งตนเองของชุมชนเป็นหลัก

2. กิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนที่พบในเครือข่ายการเรียนรู้ มีทั้งกิจกรรมในด้านการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และแก้ปัญหาอันเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิต งานพัฒนาข่าวสารข้อมูล และพัฒนาทักษะและอาชีพ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การเรียนรู้ด้วยตนเอง ตลอดจนการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นทางการโดยองค์กรเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง กระบวนการเรียนรู้ประกอบด้วย การใช้ความรู้จากการศึกษาแบบทางการเสริมต่อยอดด้วยการศึกษานอกโรงเรียนและการเรียนรู้ตามอัธยาศัยอันเป็นกระบวนการต่อเนื่อง

3. ปัจจัยความสำเร็จของเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนที่สำคัญ คือ

- 3.1 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเผยแพร่แนวคิดใหม่เกี่ยวกับการพัฒนา การให้ความสำคัญและความต่อเนื่องของรัฐต่อนโยบายการพัฒนาแบบพึ่งตนเองของชุมชน ความร่วมมือและการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง

- 3.2) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความตระหนักในปัญหาของชุมชน การมีผู้นำชุมชนที่มีความสามารถในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่ม การจัดกิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนในรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมกับการแก้ปัญหาของชุมชน ตลอดจนความสามารถในการประสานเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่าย โดยเน้นการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อการพึ่งตนเอง

วิมลลักษณ์ ชูชาติ (2540 : 1-2) ทำการวิจัยเพื่อวิเคราะห์รูปแบบและปัจจัยในการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ที่ประสบผลสำเร็จในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และเพื่อนำเสนอรูปแบบของกระบวนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้สำหรับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ พื้นที่ที่ศึกษา ได้แก่ เครือข่ายการเรียนรู้ของกลุ่มฮักเมืองน่าน เครือข่ายการเรียนรู้ของกลุ่มอนุรักษ์ลุ่มน้ำแม่วาง เครือข่ายการเรียนรู้ขององค์กรชุมชนลุ่มน้ำแม่จัน-แม่สลอง และเครือข่ายการเรียนรู้ขององค์กรชุมชนบ้านปานอด ผลการวิจัยพบว่า



1. องค์ประกอบหลักของเครือข่ายการเรียนรู้ได้แก่ คน ความรู้ และทรัพยากร ศักยภาพขึ้นอยู่กับผู้นำสามารถเชื่อมความรู้เก่าและใหม่ที่เกี่ยวข้องกับป่าในการรวมพลังคนในชุมชนให้เห็น ความสำคัญของการอนุรักษ์ป่าไม้ และกระบวนการเรียนรู้ในเครือข่ายมีการนำความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น เป็นฐานในการสร้างความตระหนักต่อปัญหาและการถ่ายทอดความรู้ในการ อนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ สมาชิกเรียนรู้ร่วมกันโดยใช้เวทีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้และมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบทางการ เพื่อถ่ายทอดวิทยาการสมัยใหม่ในการแก้ปัญหาของชุมชน

2. ปัจจัยในการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ ได้แก่ ผู้นำที่ได้รับความศรัทธาและมีความ มุ่งมั่นในการแก้ปัญหาชุมชน การสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรชุมชน การประสานภูมิปัญญาท้องถิ่น กับวิทยาการสมัยใหม่ และกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันอย่างมีปฏิสัมพันธ์

3. รูปแบบของกระบวนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้

3.1 เครือข่ายการเรียนรู้ที่ประสบผลสำเร็จ พัฒนาจากเครือข่ายระดับ คน-คน ไปสู่ คน-กลุ่ม และกลุ่ม-กลุ่ม

3.2 กระบวนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้

3.2.1 การก่อตัวเริ่มจากการสร้างผู้นำ โดยอาจเป็นผู้นำตามธรรมชาติ หรือ อาจเป็นผู้นำภายในหรือภายนอกชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนให้แก้ปัญหาของชุมชน

3.2.2 การขยายและการเชื่อมประสาน เน้นการสร้างการรวมกลุ่มให้เกิด องค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง การร่วมแก้ปัญหาการเรียนรู้ร่วมกันอย่างมีปฏิสัมพันธ์ พัฒนาฐานความรู้เดิม และสร้างองค์ความรู้ใหม่ซึ่งเชื่อมโยงภูมิปัญญาเดิมและวิทยาการสมัยใหม่

3.2.3 การดำรงอยู่ เน้นให้สมาชิกเครือข่ายมีการร่วมกิจกรรม การเรียนรู้ อย่างต่อเนื่อง พัฒนาศักยภาพของสมาชิกในการเรียนรู้ปฏิสัมพันธ์ และร่วมแก้ปัญหา ตลอดจนมีการ ขยายพื้นที่เครือข่ายที่สนับสนุนกิจกรรมโดยมีการวางแผนอย่างมีเป้าหมาย

วรรณิ ไทยอนันท์ (2540 : 1-2) ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตและสังคม วิเคราะห์ความต้องการและปัจจัยเงื่อนไข นำเสนอนโยบายและแนวทางในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) พื้นที่ศึกษาคือ หมู่บ้านชนบทยากจน 2 แห่งในจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตและสังคม ในเขตชนบทยากจนที่พัฒนาขึ้นจากความต้องการ ของชุมชน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 6 ด้าน คือ 1) เศรษฐกิจ 2) ครอบครัวและสังคม 3) อานามัยและ สาธารณสุข 4) ความมั่นคงและสิทธิ 5) การศึกษา ความรู้ข้อมูลข่าวสาร และวัฒนธรรมจิตใจ และ 6) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม ชุมชนชนบทยากจนเห็นว่าตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ เป็นตัวชี้วัดที่ สำคัญและมีความต้องการมากที่สุด

2. ความต้องการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ความต้องการจำเป็นในด้านพุทธพิสัย คือ ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน ระบบสหกรณ์ ยาเสพติด อาชีพ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น การรู้จักคิดวิเคราะห์ หาวิธีแก้ปัญหาชุมชน ด้านจิตพิสัย ได้แก่ การมีคุณธรรมจริยธรรม เน้นความ ซื่อสัตย์ ประหยัด เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว และสังคม ไม่หมกมุ่นอบายมุข และชาวซึ่งวิถีชีวิตแบบไทย และทักษะพิสัยคือ การพัฒนาอาชีพในท้องถิ่น และการค้นคว้าหาความรู้ ด้วยตนเอง



3. ปัจจัยที่สำคัญในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตามแนวระบบโรงเรียน คือ การพัฒนาท้องถิ่นอย่างจริงจัง ความต่อเนื่องของโครงการที่โรงเรียนมีส่วนร่วม ความร่วมมือจากวิทยากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนปัจจัยในการจัดการศึกษาตามแนววิถีชีวิต คือ ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานทางการศึกษากับหน่วยงานทางการพัฒนา นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยร่วมในด้านการประสานเชื่อมโยงระหว่างบ้าน วัด และโรงเรียน

4. นโยบายและแนวทางการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในเขตชนบทยากจนที่สำคัญ คือ การมีศูนย์ข้อมูลหมู่บ้านในสถานศึกษาของชุมชน การปลูกฝังค่านิยมความเป็นไทย การปฏิรูปหลักสูตร และกรเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสภาพและความต้องการของท้องถิ่น

สมชาย พงษ์เทพิน (2542 : 1-3) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้นำกับการทำงานของผู้นำเครือข่ายองค์กรชุมชนในเขตเมือง ศึกษาเฉพาะกรณี : เครือข่ายสหชุมชนนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า สภาพสังคมในส่วนที่เป็นความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก มีความเกี่ยวข้องอย่างสำคัญต่อการทำงานของผู้นำเครือข่ายสหชุมชน ทั้งด้านการวางแผน การประสานงาน และการดำเนินงาน การส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ทำให้ผู้นำได้มีกระบวนการเรียนรู้นำมาใช้ในการทำงาน และการได้รับค่าตอบแทนจากการทำงาน สนับสนุนให้ผู้นำทำงานได้เต็มที่ ในขณะเดียวกัน การส่งเสริมของหน่วยงานภายนอกอีกด้านหนึ่ง ได้ก่อให้เกิดข้อจำกัดในการทำงานของผู้นำ คือ การส่งเสริมการขยายฐานของสมาชิกสหกรณ์ชุมชน โดยเน้นการขยายสมาชิกตามพื้นที่หรือเชิงปริมาณ ทำให้มีการผสมผสานระหว่างชุมชนที่มีปัญหาตามความต้องการที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง โครงสร้างองค์กร การวางแผนและการดำเนินกิจกรรมของสหชุมชน ซึ่งไม่สามารถที่จะจัดสรรบทบาทหน้าที่ และการประสานความร่วมมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อรุณรุ่ง บุญธนนตพงศ์ และคณะ (2542 : 1-3) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่นสู่การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาอาชีพเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า สภาพดินเหนียวบริเวณเกาะเกร็ดมีคุณภาพเหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผามาก เนื้อดินมีสีเทาอมเหลืองเรียกว่า ดินมันปู ลักษณะเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเป็นประเภทไม่เคลือบ เนื้อดินทึบแสง มีความพูนตัวมาก และส่วนใหญ่เป็นสีส้มอ่อนจนถึงสีแดง จุดเด่นของเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด คือ การแกะสลักหรือฉลุลายด้วยมืออย่างวิจิตรบรรจง การปั้นรูปทรงที่แสดงถึงศิลปะของชาวมอญแต่โบราณ ปัจจุบัน ช่างปั้นและช่างแกะสลักฝีมือดีส่วนใหญ่ถึงแก่กรรมไปแล้ว เหลือเพียงผู้สูงอายุที่เป็นภูมิปัญญาหรือปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อถ่ายทอดความรู้และบอกเล่าความเป็นมาไม่กี่คน ปัญหาสำคัญของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดคือ ขาดช่างฝีมือที่ชำนาญ ขาดการสืบทอดการปั้นและการแกะสลัก วัตถุดิบ (ดิน) ราคาแพงต้องสั่งซื้อดินจากอำเภอสามโก้ จังหวัดปทุมธานีในราคาเรือลำละหมื่นบาท สถานที่เผาจำกัด การสนับสนุนของภาครัฐไม่สอดคล้องความต้องการที่แท้จริงของประชาชน การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการขาดการประสานงาน ขาดการวางแผนและการจัดระบบที่ดี ประชาชนขาดกระบวนการเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองอย่างยั่งยืน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างแท้จริง



สุมิตรา จิระวุฒินันท์ (2542 : 1-2) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มแพรรณจังหวัดขอนแก่น พบว่า กลยุทธ์การบริหารกลุ่มสำคัญคือ การสร้างความรู้สึกร่วมกันที่มีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ การทำงานจากล่างสู่บน ความเสมอภาค และการให้ความสำคัญพื้นฐาน วัฒนธรรมชุมชน กลยุทธ์ด้านการผลิตมุ่งรักษาคุณภาพมาตรฐาน การสร้างความชำนาญเฉพาะผลิตภัณฑ์ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ ด้านการตลาดเน้นตลาดผู้บริโภค คือ ให้ความสำคัญกับการสนองตอบลูกค้า และการสร้างระบบเครือข่ายการตลาด ด้านการเงินเน้นการจัดสรรผลประโยชน์ที่ดีแก่สมาชิกและระบบการบริหารการเงินที่ดีสามารถตรวจสอบได้ กลยุทธ์ธุรกิจกลุ่มแพรรณที่แตกต่างจากธุรกิจเดียวกัน คือ สร้างความชำนาญเฉพาะผลิตภัณฑ์ และการจัดสรรโควตาการผลิต สามารถจัดสรรปริมาณการผลิตที่จำกัดได้ในระดับหนึ่งทำให้สินค้ามีคุณภาพ ก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลดีด้านการตลาดผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีปริมาณที่พอดีกับตลาด เป็นที่ต้องการและแข่งขันได้

มารวี สุขวสนะ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพ คณะกรรมการตรวจสอบประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ประสิทธิภาพคณะกรรมการตรวจสอบ และประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จดทะเบียนในประเทศไทยจึงควรนำข้อเสนอนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อีกทั้งนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบให้เหมาะสมในแต่ละองค์การ รวมทั้งยังเป็นข้อมูลในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร และนำพาให้องค์การประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

สายทิพย์ จะโนภาษ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และศักยภาพองค์กรที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจส่งออกในประเทศไทย พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความยุติธรรม ศักยภาพองค์กร ด้านความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ด้านทักษะความเป็นผู้บริหาร ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและด้านวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงินและที่เป็นตัวเงิน เมื่อพิจารณาในด้านพบว่า (1) ด้านภาพลักษณ์องค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับด้านความซื่อสัตย์ ด้านความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านทักษะความเป็นผู้บริหาร และด้านวัฒนธรรมองค์กร (2) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับด้านความซื่อสัตย์ด้านความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านทักษะความเป็นผู้บริหารและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (3) ด้านส่วนแบ่งตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับด้านความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านทักษะความเป็นผู้บริหาร และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (4) ด้านความสำเร็จในการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับด้านความยุติธรรม ด้านความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านทักษะความเป็นผู้บริหาร ด้านการทำงานเป็นทีม และด้านส่วนแบ่งตลาด สรุปคือ การกำกับดูแลกิจการที่ดีและศักยภาพองค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกควรตระหนักและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีและศักยภาพ องค์กรในทุกด้าน เพื่อพัฒนาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในอนาคต



ชัยยศ อิ่มสุวรรณ์ (2543 : 1-2) ทำการวิจัยเพื่อวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบการศึกษาชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยวิธีการศึกษาเอกสารโครงการศึกษาชุมชน 6 โครงการและการวิจัยภาคสนามในชุมชน 2 แห่ง ผลการวิจัยสรุป ดังนี้

1. ปัญหาการพัฒนาที่ยั่งยืนในชุมชน เป็นปัญหาที่เกิดจากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ชุมชนในฐานระบบสังคมเสียดุลภาพ โครงการศึกษาชุมชนได้ถูกนำมาใช้เป็นวิถีทางในการแก้ไขปัญหา โครงการดังกล่าวเสริมสร้างบูรณาการในชุมชน โดยการให้มีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและจัดการเป้าหมายของโครงการ คือ การแก้ปัญหาชุมชนและมุ่งหมายให้สมาชิกส่วนใหญ่ในชุมชนได้รับประโยชน์จากโครงการ

2. รูปแบบการศึกษาชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน จำแนกออกเป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบอิงชุมชนที่ชุมชนเป็นผู้ริเริ่มและรูปแบบอิงสถาบันซึ่งหน่วยงานภายนอกเป็นผู้ริเริ่ม รูปแบบที่ชุมชนเป็นผู้ริเริ่ม เป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับชุมชนที่มีผู้นำที่เข้มแข็งและมีศักยภาพพื้นฐาน เน้นแนวคิดการพึ่งตนเอง การมีส่วนร่วม การใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาภายในชุมชน โครงการดังกล่าวเกิดขึ้นโดยชุมชนเอง และมีเป้าหมายในการพัฒนาความสามารถของสมาชิกเพื่อแก้ปัญหาการพัฒนาที่ยั่งยืน

รูปแบบที่หน่วยงานภายนอกเป็นผู้ริเริ่ม เป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับชุมชนที่ประสบปัญหาเกินขอบเขตความสามารถของชุมชนในการแก้ปัญหา จำเป็นต้องอาศัยความช่วยเหลือจากภายนอก เป็นต้นว่า องค์การระหว่างประเทศ หน่วยงานของรัฐหรือโครงการในพระราชดำริ อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมการศึกษาในโครงการดังกล่าว มีเป้าหมายที่จะสร้างการมีส่วนร่วม การพัฒนากระบวนการเรียนรู้และศักยภาพของสมาชิกเพื่อให้แก้ปัญหาของชุมชนได้เองเช่นกัน

นุชนาฏ จันทวิเศษ (2543 : 1-2) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษา “ เครือข่าย ” ในการจัดการทรัพยากรแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ชุมชนคูขุด ทะเลสาบสงขลา พบว่า พัฒนาการของการเกิดเครือข่ายเริ่มจากการเกิดกลุ่มองค์กรในชุมชนคูขุดขึ้น แล้วมีการเชื่อมต่อไปยังกลุ่มต่าง ๆ จากภายนอกให้มีการทำงานเป็นเครือข่ายกัน โดยมีเป้าหมายร่วมกันคือ การฟื้นฟูทะเลสาบสงขลา และพบว่า กระบวนการที่เกิดขึ้นอาศัยปัจจัยเงื่อนไขภายในชุมชนที่ก่อให้เกิดการรวมตัวกัน ในการแก้ปัญหาของชุมชนในระดับหนึ่งก่อน ซึ่งประกอบด้วย การมีจิตสำนึกร่วมกันในชุมชนจากการเผชิญภาวะวิกฤตร่วมกัน การมีผู้นำที่หลากหลายและเข้มแข็ง การมีโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในแนวราบ การมีองค์กรชุมชนที่มีองค์ประกอบของผู้คนที่หลากหลายมีศักยภาพในการทำงาน การมีช่องทางการสื่อสารภายในชุมชนที่หลากหลายและเอื้อให้คนได้มารวมกันพบปะแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งปัจจัยเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการผลักดันให้เกิดการเชื่อมต่อกับกลุ่มต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานเป็นเครือข่ายในการดูแลทะเลสาบสงขลาาร่วมกัน

สมศรี จินะวงษ์ (2544 : 1-3) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ในชุมชนที่ใช้แนวทางการพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า แนวคิดการพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียงในอดีตและในปัจจุบัน มีทั้งสิ่งที่ตรงกันและจุดต่าง จุดร่วมคือ เรื่อง พออยู่ พอกิน การพึ่งตนเอง การพึ่งพาซึ่งกันและกัน การมีความสุขตามอัตภาพโดยไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม จุดต่างคือ ในสภาพปัจจุบันการผลิตเป็นไปเพื่อสนองความต้องการในการบริโภคของครัวเรือนและเพื่อการค้า การบริโภคเป็นไปทั้งเพื่อสนองความต้องการในการดำรงชีวิตและเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต การแลกเปลี่ยนเป็นไปทั้งในระดับชุมชน ระดับประเทศ และ



ระดับโลก การจัดสรรหรือการแบ่งปันเป็นไปทั้งในระดับชุมชนและระดับรัฐ กระบวนการเรียนรู้ทั้งปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยสภาพแวดล้อม โดยมีลักษณะการเรียนรู้ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและการรวมกลุ่ม จากแหล่งเรียนรู้ทั้งจากภายในชุมชนและนอกชุมชน โดยชุมชนบ้านสุขใจ จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้ความศรัทธาที่มีต่อบุคคลและชุมชนพอเพียง จังหวัดมหาสารคามใช้ความศรัทธาในตนเอง และกระบวนการมีส่วนร่วม เป็นเครื่องหนุนนำการเรียนรู้ เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของรายได้หลักและรายได้เสริม พบว่าหลังจากชุมชนใช้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง การกระจายรายได้ของคนในชุมชนดีขึ้น

ปาริชาติ ดีผั้วแก้ว (2547 : 1-2) ได้ทำศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การวางแผนธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียน มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหลัก ลักษณะดำเนินงานเป็นแบบครอบครัว มีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว มีการตั้งมาตรฐานในการผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า แหล่งเงินทุนได้จากเงินทุนส่วนตัวและกู้ยืมจากสถาบันการเงิน มีการวางแผนตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อขยายตลาด การจัดตั้งองค์การของผู้ประกอบการมีโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ บุคลากรจะทำงานตามที่ตนเองมีความถนัด มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะมีการจัดกลุ่มงานเป็นแผนกตามกระบวนการผลิต การบริหารงานบุคคล ส่วนใหญ่ได้มาจากญาติของบุคคลในโรงงาน ซึ่งเมื่อรับเข้ามาทำงาน แล้วจะให้เขาทำงานตามที่เขาถนัด และมีการทดลองงานและมีการกำหนดค่าจ้างตามความสามารถและตามวุฒิหรือมากกว่าวุฒิ ส่วนบุคลากรที่มีความสามารถก็จะมีการจ่ายค่าแรงพิเศษ โบนัส และให้ของขวัญในเทศกาลต่าง ๆ ให้เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจ การส่งงานทั้งทางตรงและทางอ้อม มีการสร้างแรงจูงใจ เช่น ผลิตมากก็จะได้ค่าจ้างมาก สร้างมนุษยสัมพันธ์ภายในองค์กรให้ความช่วยเหลือ เพื่อให้เขารู้สึกว่าเขามีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของกิจการ มีการควบคุมกระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ และควบคุมงานทุกขั้นตอนเพื่อให้งานออกมามีคุณภาพ เช่น วัตถุดิบใช้ดินจากฝั่งมูลในท้องถื่นเป็นหลัก ปัญหาอุปสรรคที่พบ ได้แก่ผู้ประกอบการขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการด้านการตลาดต่างประเทศ กระบวนการส่งออก ขาดแคลนเงินทุน บุคลากรไม่ตั้งใจทำงานตามหน้าที่ การจ่ายค่าตอบแทน การติดต่อสื่อสารมีความผิดพลาดบ่อย ปัญหาด้านการผลิต และภัยธรรมชาติ

วงศ์วิศ ทวีพงษ์ (2548 : 1) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีของธุรกิจอิสระในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ นักธุรกิจอิสระของบริษัทขายตรงที่ใช้แผนการตลาดแบบไบนารี ในเขตกทม. จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ใช้ LSD และ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS ผลการศึกษาพบว่า นักธุรกิจอิสระที่บริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุ 18-27 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีลักษณะการทำธุรกิจเป็นงานประจำไม่มีอาชีพอื่นควบคู่กัน และไม่มีรายได้อื่นนอกจากรายได้จากการขายตรง พบว่า

1. นักธุรกิจอิสระที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีแตกต่างกัน



2. นักธุรกิจอิสระที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีแตกต่างกัน
3. นักธุรกิจอิสระที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีแตกต่างกัน
4. นักธุรกิจอิสระที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีแตกต่างกัน
5. นักธุรกิจอิสระที่มีรายได้ (ไม่รวมรายได้จากการขายตรง) แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
6. นักธุรกิจอิสระที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
7. นักธุรกิจอิสระที่มีลักษณะการทำธุรกิจแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
8. ระยะเวลาในการทำธุรกิจขายตรงแบบไบนารีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ
9. ปัจจัยในการบริหารธุรกิจขายตรงด้านการหาลูกค้าและสมาชิกใหม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ
10. ปัจจัยในการบริหารธุรกิจขายตรงด้านการพบปะลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ
11. ปัจจัยในการบริหารธุรกิจขายตรงด้านการขยายทีมงานมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ
12. ปัจจัยในการบริหารธุรกิจขายตรงด้านการสร้างทีมงานมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ
13. ปัจจัยในการบริหารธุรกิจขายตรงด้านการฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับสินค้ามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ
14. ปัจจัยในการบริหารธุรกิจขายตรงด้านการบริหารเวลามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ
15. ปัจจัยในการบริหารธุรกิจขายตรงด้านบุคลิกภาพของนักธุรกิจขายตรงมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ

สรุป จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าธุรกิจเครือข่ายเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เข้ามาในภาคอีสาน ด้านการตลาดของธุรกิจเครือข่ายจะเน้นตลาดผู้บริโภค คือ ให้ความสำคัญกับการสนองตอบลูกค้า และการสร้างระบบเครือข่ายการตลาด ทำให้ชาวอีสานมีความสนใจ เพราะว่าธุรกิจเครือข่ายให้ผลตอบแทนต่อผู้ที่เข้ามาลงทุนมาก แต่ก็มีความเสี่ยง จึงต้องมีแนวทางการเฝ้าระวังและป้องกันเพื่อไม่ให้ชาวอีสานตกเป็นเหยื่อของธุรกิจเครือข่าย



2. งานวิจัยต่างประเทศ

Paitoon (1984 : 11) ได้ศึกษาประวัติศาสตร์สังคมและวัฒนธรรมของภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จาก ค.ศ. 1868 – 1910 : ศึกษากรณีหัวเมืองเขมรป่าดง (สุรินทร์ สังขะ และขุขันธ์) โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นการเก็บข้อมูลภาคสนามมากกว่า ข้อมูลเอกสารทางราชการ ผลการศึกษาพบว่า ก่อนสมัยรัชกาลที่ 4 ถึง 5 ชาวเมืองเหล่านี้ ได้ปกครองตนเองเกือบเป็นอิสระ (Highly Auto Enormous) โดยหัวหน้าพวกเขาเอง (Elite) ต่อมา ค.ศ. 1883 ทางรัฐบาลของกษัตริย์จากกรุงเทพฯ ได้ส่งข้าหลวงมาปกครองบริเวณนี้ ในการปกครองระบบใหม่นี้ พวกเขาไม่พอใจเกิดต่อต้านโดยผู้นำทางความเชื่อเดิม เช่น ผิบุญต่าง ๆ แต่รัฐบาลทางกรุงเทพฯ ก็สามารถปราบได้และเปลี่ยนการปกครองจากเมืองเป็นจังหวัดจนถึงปัจจุบัน พวกกูย (เขมรป่าดง) เขมรและลาว ก็ตกอยู่ในการปกครองระบบกรุงเทพฯ ในฐานะทางราชการ แต่ทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม ความเชื่อและการอาชีพ ยังมีลักษณะเป็นอัตลักษณ์แบบเดิมอยู่

Irwani และ Alexander (1995 : 286) ได้ศึกษา เครือข่ายธุรกิจและเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปลายศตวรรษที่ยี่สิบ พบว่า การศึกษาค้นคว้านี้ ถือว่าตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะถูกกำหนดโดยความเชื่อมโยงระหว่างสองเครือข่ายธุรกิจระดับภูมิภาค เครือข่ายองค์กรชาวญี่ปุ่นและชาวเครือข่ายธุรกิจจีนและเศรษฐกิจของประเทศจีน ความหนาแน่นของการเชื่อมโยงระหว่างสองเครือข่ายธุรกิจในภูมิภาคและเศรษฐกิจของประเทศจีนได้รับเป็นหลัก รับผิดชอบในการเพิ่มขึ้นของตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะกลายเป็นศูนย์กลางของการสะสมในระบบทุนนิยมโลกเศรษฐกิจในปลายศตวรรษที่ 20 เชื้อชาติจีนเครือข่ายธุรกิจในภูมิภาคต่างๆ มากกว่ายี่สิบห้าปีล่าสุดได้กลายเป็นหัวใจหลักในการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจในภูมิภาค โดยตรวจสอบกรณีของมาเลเซียและอินโดนีเซียจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าชาติพันธุ์เครือข่ายธุรกิจจีนได้มีการพัฒนาความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่หนาแน่นด้วยเครือข่ายธุรกิจของญี่ปุ่น การศึกษาแสดงให้เห็นว่าชาติพันธุ์เครือข่ายธุรกิจจีนได้มีการพัฒนาความเชื่อมโยงที่หนาแน่นพอ ๆ กันกับเศรษฐกิจของประเทศจีน ความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายองค์กรชาวญี่ปุ่นและเศรษฐกิจของจีนในทางตรงกันข้ามยังคงอยู่ค่อนข้างบาง โดยการรักษาดังกล่าวและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคที่เศรษฐกิจมีการศึกษาระบุกับทฤษฎีการพัฒนาที่ใช้รัฐชาติเป็นหน่วยของการวิเคราะห์และทฤษฎีระบบโลกแบบเดิมซึ่งใช้โลกเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ ทั้งสองยังไม่ได้ให้ความสนใจอย่างจริงจังเพื่อความสำเร็จของเครือข่ายเฉพาะของภูมิภาคในการพัฒนาของระบบทุนนิยมโลกหลังสงครามโลกครั้งที่สอง

Mathews (1996 : 3-4) ประธานมูลนิธิเคทีเคเตอร์ริง ได้ทำการศึกษพบว่า องค์ประกอบของประชาสังคมที่เข้มแข็ง ประกอบด้วย 6 ประการ คือ

1. โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะและช่องทางการสื่อสาร ในด้านความเป็นชุมชนที่เข้าข้างจะเกิดจากการพบปะสมาคมกันในทุกระดับ ตั้งแต่กลุ่มบุคคลที่คุ้นเคยจนถึงบุคคลแปลกหน้า โดยมีการเปิดเวทีพูดคุยถึงปัญหาที่ทุกคนสนใจร่วมกัน เช่น ความเป็นอยู่ของชุมชน เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์จิตสำนึกสาธารณะ และระดมสมองเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน



2. กระบวนการสำคัญของชุมชน ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ปฏิสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนของคนในชุมชน การตัดสินใจของชุมชนเกิดจากความตั้งใจของชุมชน คนในชุมชนจะมีการตัดสินใจที่ดีได้ต้องเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่มาจาก การพบปะแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นนั่นเอง และกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนต้องมีการสร้างจิตสำนึกสาธารณะพร้อม ๆ กันไปด้วย เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน

3. ภาวะการณำและผู้นำชุมชน ชุมชนที่มีความเข้มแข็งคือชุมชนที่มีผู้นำที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถดึงคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาชุมชนได้จำนวนมาก มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับชุมชน และต้องการทำประโยชน์ให้แก่ชุมชน

4. กรอบแนวคิดหรือหลักนำการปฏิบัติ (Guiding Principles) เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และคนในชุมชนเชื่อมั่นในอำนาจที่จะแก้ปัญหาของชุมชนได้ โดยกรอบแนวคิดนี้เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชนเอง ถือเป็นอำนาจในการที่จะพัฒนาชุมชนไปสู่ความเข้มแข็ง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถาบัน ชุมชนที่เข้มแข็งมีลักษณะความสัมพันธ์ในลักษณะแนวนราบ ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจนับถือและซื่อสัตย์ต่อกัน ไม่มีระบบการพึ่งพาจากรัฐทำให้รัฐมีเวลาในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์พัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน

Streeter และคณะ (1996 : 62) ได้ศึกษา วิธีการเปิดเครือข่ายข้อมูลการดำเนินธุรกิจบาปเซบูและโครงสร้างตลาด พบว่า ในปี 1991, ฝรั่งเศส - มีระบบ Teletel - ได้ใกล้เคียงกับการมีเครือข่ายข้อมูลแห่งชาติในขณะที่สหรัฐฯไม่ได้ โดยใช้ข้อมูลจาก 619 องค์กรธุรกิจในประเทศฝรั่งเศสและสหรัฐอเมริกา, 3 ข้อเรียกร้องได้รับการวิเคราะห์: 1 เครือข่ายเปิดการเพิ่มผลผลิตทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ 2 แห่งชาติเครือข่ายเปิดรับประโยชน์บริษัท ขนาดเล็กและขนาดกลางมากที่สุดเท่าที่ บริษัท ขนาดใหญ่ 3 แห่งชาติมีความสัมพันธ์ที่เปิดเครือข่ายขีดระหว่างบริษัท จะขึ้นอยู่กับตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ผลการสำรวจของลูกค้าแบบฟอร์มอ่อนแอของชาติในสมมติฐานโครงสร้างพื้นฐาน - ที่โครงสร้างพื้นฐานของประเทศก็เพิ่มการใช้เครือข่ายทั่วไปและส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางเทคโนโลยีของ บริษัท ขนาดเล็กโดยการลดทุนและข้อเสียเชี่ยวชาญของพวกเขา บริษัท ในกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครือข่าย Teletel เปิดมากขึ้นอย่างหนาแน่นและสำหรับข้อมูลเพิ่มเติมฟังก์ชันทางธุรกิจที่แตกต่างกันกว่าคู่ของพวกเขาในสหรัฐอเมริกา ตรงกันข้ามกับแบบฟอร์มที่แข็งแกร่งของสมมติฐานเครือข่ายระดับชาติของสหรัฐอเมริกาและกลุ่มตัวอย่างทั่วไปของฝรั่งเศสไม่แตกต่างกันในแง่ของการใช้งานโดยรวมของเครือข่ายเปิดหรือผลของขนาดและทรัพยากรในการใช้งาน

Park (1997 : 18-24) ได้ศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อพึ่งตัวเอง และการพัฒนาชนบทของชาวเกาหลี พบว่ากลยุทธ์ในการพัฒนาเพื่อพึ่งตนเองนั้น มีหลัก 3 ประการ ประการแรกการหาจุดสมดุลของการพัฒนาอุตสาหกรรมหนัก อุตสาหกรรมเบา และการเกษตร ประการที่สองการทำอุตสาหกรรมควรดำเนินการโดยใช้ทรัพยากรในประเทศ และแหล่งเงินทุนภายในประเทศประการที่สามการทำเทคโนโลยี และการเพิ่มผลผลิต

Lloyd (2000 : 290) ได้ศึกษามหกรรมพื้นบ้านนานาชาติวัฒนธรรมประวัติศาสตร์และผลงานของศิลปินชาวบ้านพบว่างานมหกรรมพื้นบ้าน ประวัติศาสตร์ และผลงานของศิลปินชาวบ้านพบว่างานมหกรรมพื้นบ้านนานาชาติเริ่มเมื่อปี ค.ศ.1934 และยังคงดำเนินมาจนถึงปัจจุบันเป็นการนำเสนอศิลปะของชาวบ้านที่หลากหลายและเก่าแก่ที่สุด งานวิจัยครั้งนี้ทำให้การศึกษาประวัติ



ความสัมพันธ์ของการกระตุ้นในบริบทของความสัมพันธ์ในสาขาวิชาคติชนในสหรัฐอเมริกา ผลงานในฐานะที่เป็นผลผลิตทางศิลปะและสังคมเป็นที่นิยมและเสื่อมถอยของคติชนในประเทศนี้ นับจากช่วงทศวรรษ 1930–1940 และ 1950–1970 จนถึงยุคปัจจุบันเป็นเวลา 25 ปี งานมหรหรรพ์ได้หล่อหลอมเป็นแนวคิดและการปฏิบัติสืบมา งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาของงานมหรหรรพ์กับการเคลื่อนไหวที่จะปฏิรูปงานของสหรัฐอเมริกา ขบวนการเหล่านี้ เป็นงานที่เข้มแข็งสาขาของวิชาคติชนวิทยาในสหรัฐอเมริกาแบ่งเป็น นักคติชนวิทยา เชิงวิชาการ และนักคติชนชาวบ้าน แสดงให้เห็นว่าคติชนวิทยาในประวัติศาสตร์มีรูปแบบที่หลากหลายในการปฏิบัติ

Ilori และคณะ (2000 : 333-342) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในบริษัทคัดเลือกอาหารในประเทศไนจีเรีย พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องมือสร้างที่เป็นแก่นแท้ที่เป็นไปได้ในระยะยาวถ้าบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องการวิจัยครั้งนี้เพื่อประเมินการวางแผนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไนจีเรีย ซึ่งข้อมูลได้มาจากบริษัทอาหาร 10 บริษัท ทางตอนใต้ของไนจีเรียโดยใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ตามตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่าบริษัทเหล่านี้ลงทุนระหว่าง 0 ถึง ร้อยละ 2.5 ของการหมุนเวียนประจำปีในการวิจัยและการพัฒนา (Research and Development : R&D) จำนวน 4 บริษัทลงทุนร้อยละน้อยกว่าร้อยละ 0.5 อีก 4 บริษัทใช้ทั้งหมด 7 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้างแนวคิด 2) การกลั่นกรองความคิด 3) การพัฒนาความคิดและการทดสอบ 4) การพัฒนากลยุทธ์การตลาด 5) การวิเคราะห์ทางธุรกิจ 6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 7) ทดสอบการตลาดของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 8) บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยทีมผู้เชี่ยวชาญที่หลากหลายและหัวหน้าแผนกวิจัยและพัฒนา ส่วนมากจะประเมินโดยตรงกับการจัดการสูงสุดวิธีการใหม่ ๆ ส่วนมากจะทำให้ได้ผลเพิ่มขึ้น สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการค้นคว้าในครั้งนี้คือ บริษัทอาหารต้องการเงินทุนในการวิจัยและพัฒนา อย่างเพียงพอและยังต้องการความไว้วางใจในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อีกด้วยในความเห็นของความสัมพันธ์และอิสระในการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทางเทคนิคและความสามารถในการผลิตที่เพียงพอควรจะได้รับจัดหาเตรียมไว้ให้ เพื่อคงไว้ซึ่งความเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ

Fulop และ Liz (2000 : 87-92) ได้ศึกษา การศึกษาของรัฐบาลที่สนับสนุนเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็กในประเทศออสเตรเลีย พบว่า เครือข่ายในการศึกษาครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมในรัฐบาลกลาง รัฐบาลสนับสนุนธุรกิจเครือข่ายและโปรแกรมที่ถูกระบุโดยหน่วยงานของเงินทุนที่ประสบความสำเร็จที่นี้คำว่า “เครือข่าย” หมายถึงความเชื่อมโยงหรือห้างหุ้นส่วนหลายองค์กรที่มีการ Malized สำหรับผ่านใน Vovement ในโปรแกรมรัฐบาลสนับสนุน เหล่านี้โปรแกรมการ จำกัด สถานที่ในแต่ละ “นักแสดง” ในเครือข่ายโดยอาศัยอำนาจตามธรรมชาติในอาณัติของโปรแกรม สามด้านของเครือข่ายเหล่านี้จะกล่าวถึง: 1 รูปแบบเครือข่ายที่เกิดขึ้นใหม่ 2 กลไกการกำกับและ 3 บทบาทที่เล่นโดยบุคคลที่สามในเครือข่ายดังกล่าว

Miller และ Michael (2003 : 1) ได้ศึกษา เครือข่ายธุรกิจการเดินทางในศตวรรษที่ 20 พบว่า เครือข่ายธุรกิจระดับโลกทางทะเลช่องทางไหลของผู้คนและสินค้าที่ผลิตเพื่อการผลิตที่ทันสมัยและสังคมการบริโภคเครื่องดนตรีหลักในการสร้างและค้าจุนเครือข่ายทางทิศตะวันออกคือการเดินทางเพื่อธุรกิจ ในหลักสูตรของการเดินทาง, บริษัท จัดส่งของพวกเขาและการค้า บริษัท ผู้บริหารก่อตั้งเครือข่ายการค้าใหม่ที่จัดตั้งขึ้นใหม่และเส้นทางให้การให้บริการตัวแทนการตรวจสอบรวบรวม



ข่าวกรองทางธุรกิจและส่งเสริมการติดต่อและการเชื่อมต่อใหม่ ทริปเหล่านี้อาศัยวัฒนธรรมทางธุรกิจที่ cosmopolitanism รวมกับการตั้งค่าของชาติและการแข่งขันด้วยรหัสที่เป็นสุภาพบุรุษ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลยังคงพื้นฐานของกระบวนการสร้างเครือข่ายแม้จะมี bureaucratization ของโครงสร้างทางธุรกิจ การตรวจสอบของทริปธุรกิจของเบลเยียม, บริษัท เดินเรืออังกฤษ, ดัตช์, ฝรั่งเศส, เยอรมันและเผยให้เห็นศูนย์กลางของเครือข่ายระดับโลกในด้านเศรษฐกิจที่ทันสมัยแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายดังกล่าวถูกสร้างและการบำรุงรักษาและการระบุว่ามีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว-ยังคงลักษณะของ ชีวิตธุรกิจลึกลงไปในศตวรรษที่ยี่สิบ

Akgun และคณะ (2005 : 210-224) ได้ศึกษากระบวนการเรียนรู้การทำงานเป็นทีมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และผลของความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ พบว่าทฤษฎี Socio-Cognitive ซึ่งเป็นทฤษฎีการเรียนรู้เป็นกลุ่มและคณะสมมติฐานต่าง ๆ มากมายได้ถูกนำมาทดสอบเพื่อชี้ให้เห็นว่าส่วนประกอบสำคัญความเข้าใจสังคม (การเรียนรู้ข่าวสารการเผยแพร่ข่าวสาร เครื่องมือข่าวสาร การไม่เรียนรู้ การคิด ความฉลาด การสร้างสำนึกและความจำ) จากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ของการเรียนรู้เป็นทีมที่ตีเทียมจากการศึกษาโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 165 โครงการ แสดงผลดังนี้

- 1) ส่วนประกอบของความรู้ความเข้าใจสังคมที่สำคัญแปดอย่างของการเรียนรู้ข่าวสาร การเผยแพร่ข่าวสาร อุปกรณ์เครื่องมือข่าวสารความจำความคิด การกระทำที่ไม่ได้เตรียมตัว ความไม่เรียนรู้ การสร้างสำนึกมีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบย่อยของทีมสั่งการของระดับสูง “สร้างกระบวนการข่าวสารขึ้น”
- 2) ความเฉลียวฉลาดของทีมมีความสัมพันธ์กับส่วนประกอบของทีมกระบวนการข่าวสาร
- 3) กระบวนการข่าวสารก่อให้เกิดความสำเร็จเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ใหม่โดยได้ผลดีกว่าเครื่องมือข่าวสาร ทฤษฎีและการจัดการเกี่ยวข้องกับการวิจัยจะถูกนำมาอภิปรายต่อไป

Liu และคณะ (2005 : 637-644) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับยุทธศาสตร์การพัฒนาการอุตสาหกรรมของไต้หวัน พบว่า ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วในตลาดการค้าวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์จึงสั้นลงกว่าแต่ก่อนมา บริษัทต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงกลวิธีอย่างรวดเร็วและทำการวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น เลือกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีใหม่ รู้ถึงความต้องการของลูกค้าและการคุกคามของคู่แข่งรายใหม่ ๆ ยุทธวิธีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยบริษัทให้อยู่รอด และควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องงานวิจัยชิ้นนี้ได้วิเคราะห์ถึงเทคโนโลยีขั้นสูงของบริษัทในไต้หวันเกี่ยวกับการใช้ความรู้เป็นเครื่องมือในการจัดการและวิธีพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ซึ่งพบว่าเป็นผลดีกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับบริษัทที่ใช้ความรู้ในการจัดการ กลวิธีพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างออกไปของบริษัทนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง และนวัตกรรมใหม่ ๆ จะมีประสิทธิภาพมากกว่าวิธีการลอกเลียนแบบบริษัทที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงที่ใช้ความรู้ในการจัดการเพื่อใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะพบกับความสำเร็จ

Cunningham และ Malcolm (2007 : 154) ได้ศึกษา ความล้มเหลวของเครือข่ายทางระบบประสาทและเปรียบเทียบกับธุรกิจ: บล็อกของนักเขียน พบว่า เครือข่ายทางระบบประสาทเป็นอุปมาใหม่สำหรับเครือข่ายอุตสาหกรรม อดีตเพื่ออธิบายความผิดปกติของเครือข่ายทางระบบประสาทที่เรียกว่าบล็อกของผู้เขียนและเปรียบเทียบการเกิดโรคและการรักษาที่อาจเกิดขึ้นกับปัญหาขนานในเครือข่ายธุรกิจ ปัญหาการเลี้ยงดูควรแจ้งผู้จัดการเพื่อปิดการใช้งานลักษณะพิเศษของความวิตกกังวลและความเครียดในการทำงานของเครือข่ายทางระบบประสาทของบุคคลที่สร้างสรรค์



กระดาษเป็นผลงานแนวความคิดอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาวรรณกรรมและการสังเกตเชิงประจักษ์โดยผู้เขียน กระดาษไฮไลท์แนวบางอย่างระหว่างสองเครือข่ายที่แตกต่างกันเนื่องจากการทำงานของพวกเขาเป็นการสื่อสารและระบบการโต้ตอบ ข้อมูลเชิงลึกที่น่าเสนอเป็นวิธีที่ท้าทายในปัจจุบันในเครือข่ายอาจถูกแก้ไขได้อย่างมีกลยุทธ์ กระดาษยังมีการจัดข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับการวิจัยในด้านการตลาดและทำธุรกิจเครือข่ายทางธุรกิจโดยทั่วไป มีปัญหาในเครือข่ายอาจไม่สามารถแก้ไขได้โดยการกีดกันการปฏิบัติที่มีอยู่ ผู้จัดการที่ดีกว่าอาจจะคิดว่าในแง่ของการรักษาสำหรับปัญหาที่มีโครงสร้าง นอกจากนี้การอุดหนุนของเครือข่ายอาจเกิดขึ้นเนื่องจากแรงกดดันและไม่ได้เกิดจากปัญหาความสามารถ ดังนั้นผู้ปฏิบัติงานอาจจะคิดว่ากลยุทธ์เครือข่ายของพวกเขาอุปมาใหม่สำหรับเครือข่ายธุรกิจที่จะนำมาใช้โดยการอธิบายเครือข่ายทางระบบประสาทความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้นของพวกเขาและรักษาที่มีศักยภาพมุมมองใหม่ในการกลยุทธ์จะแนะนำ

McCarthy และคณะ (2007 : 245) ได้ศึกษา การใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจในการเชื่อมต่อเทคโนโลยีชีวภาพ: พลังของเครือข่ายทางสังคม: การวิจัยและระเบียบ พบว่า เครือข่ายมีความสำคัญที่ดีขึ้นในธุรกิจ การวิเคราะห์เครือข่ายที่ขึ้นสายดินในทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมจะถูกใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศทั้งสองแบบธุรกิจกับธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ-ของค่าเพิ่มเติมให้วิธีการที่ลูกจ้างได้อธิบายไว้เพื่อประโยชน์ของนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานเหมือนกัน สวีเดนและออสเตรเลีย บริษัท เทคโนโลยีชีวภาพได้รับการวิเคราะห์ผ่านการตรวจสอบของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตรวบรวมและวิเคราะห์เมื่อทำตามวิธีการที่อธิบายคุณสมบัติต่างๆของเครือข่ายสามารถกำหนด ส่วนใหญ่วิกฤตบัตรประจำตัวของนักแสดงที่สำคัญและหลุมที่มีโครงสร้างที่มีในเครือข่ายที่ช่วยให้ผู้ประกอบการที่มีคุณค่าโอกาสที่จะถูกค้นพบ บริษัท ไบโอเทคและซัพพลายเออร์โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีขอบเขตทั่วโลก, มีตำแหน่งที่ดีที่สุดเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลดังกล่าว

Szabó และคณะ (2008 : 147-159) ได้ศึกษา โมเดลแรงจูงใจได้รับการออกแบบและการประกอบธุรกิจของเครือข่ายชุมชนแบบไร้สาย พบว่า การใช้งานเทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจสำหรับเครือข่ายไร้สายในชุมชนร่วมกับการพิจารณาการออกแบบและตัวอย่าง ภาพรวมจะได้รับจากรัฐของกิจการของเครือข่ายชุมชนแบบไร้สาย กองกำลังขับรถและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการและการใช้งานและการบริการที่จะนำเสนอสำหรับกรณีที่เลือกอย่างระมัดระวังบาง เราขอแนะนำวิธีการออกแบบและแสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ในการโครงการเมืองอย่างต่อเนื่องดิจิทัลในฮังการี รูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องยังมีการวิเคราะห์

Robinson และคณะ (2009 : 20-25) ได้ศึกษา เครือข่ายทางสังคมทางการของยุโรปเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พบว่า เครือข่ายทางสังคมจะมีความสำคัญมากขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการตามที่พวกเขาใช้พวกเขาเพื่อขอรับการเข้าถึงตลาด, ข้อมูล, เทคโนโลยีและทรัพยากรอื่น ๆ ผ่านเครือข่ายบริษัทใหม่สามารถที่จะขึ้นอย่างรวดเร็วสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันและความร่วมมือในอุตสาหกรรมบางประเภทเครือข่ายที่ติดต่อทราบดีให้ข้อบ่งชี้ของผู้ประกอบการอื่นของและชื่อเสียง การศึกษานี้สร้างเมื่อการทำงานก่อนหน้านี้เกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคมในการประกอบการโดยการตรวจสอบแหล่งที่มาของคำแนะนำการใช้งานโดยเจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในสามภาคอุตสาหกรรม (บริการ, การก่อสร้างและ “อุตสาหกรรมอื่น ๆ”) ในหกประเทศในยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาครั้งนี้จะวิเคราะห์สัดส่วนของผู้ประกอบการที่จะแสวงหาคำแนะนำจากครอบครัวและเพื่อนและคนรู้จักเป็นมืออาชีพเมื่อเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการในทั้งสามภาค



ฟังเพลงเดียวกัน แต่ในองศาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้พฤติกรรมของพวกเขายังแตกต่างกันระหว่างประเทศ

Robinson และคณะ (2009 : 83-101) ได้ศึกษา แหล่งที่มาของคำแนะนำในการประกอบการ : แตกต่างระหว่างเพศในเครือข่ายสังคมธุรกิจ พบว่า การเข้าถึงทรัพยากรโดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งที่มาของข้อมูลและคำแนะนำเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากให้กับ บริษัท เริ่มต้นขึ้น ผู้ชายมีความสุขสืบเนื่องตำแหน่งเครือข่ายที่แข็งแกร่งขึ้นอย่างเป็นทางการกว่านี้มีผู้หญิงเพราะพวกเขาได้ทำงานมากขึ้นมักจะอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารและผู้บริหารก่อนที่จะเริ่มต้นธุรกิจ เครือข่ายทางสังคมเป็นทางการมักจะแยกเพศได้เช่นกัน ในขณะที่ผู้ชายมีแนวโน้มที่จะระบุผู้สนับสนุนที่สำคัญที่สุดของพวกเขาเป็นทนายความนักบัญชีและผู้เชี่ยวชาญด้านอื่น ๆ ที่มีคู่สมรสที่ส่งผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะพูดว่าคู่สมรสของพวกเขาเป็นผู้สนับสนุนที่สำคัญที่สุดของพวกเขาตามด้วยเพื่อนสนิท (Hisrich & บรูซ, 1986) ผลก็คือผู้ประกอบการที่ผู้หญิงมักจะเสียเปรียบในแง่ของเครือข่ายของพวกเขาทรายสังคมแหล่งข้อมูลและแนะนำพวกเขาสามารถได้รับผ่านพวกเขาเพื่อตรวจสอบปัญหานี้อย่างใกล้ชิดการศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลจากสหภาพยุโรปเกี่ยวกับแหล่งที่มาของงานให้เจ้าของธุรกิจ 'ของคำแนะนำ ผลการศึกษาพบว่าผู้หญิงมีแนวโน้มมากกว่าผู้ชายที่ซื้อเพื่อนและครอบครัวเป็นที่มาของคำแนะนำ ในขณะที่ผู้ชายมีแนวโน้มมากกว่าผู้หญิงที่ซื้อคนรู้จักมืออาชีพและที่ปรึกษามืออาชีพเป็นแหล่งที่มาของคำแนะนำ ความแตกต่างนี้อาจมีความหมายสำหรับผลการดำเนินงานเป็นข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาอย่างเป็นทางการใน (ครอบครัวและเพื่อน ๆ) คือไม่น่าจะเป็นประโยชน์เป็นที่ได้รับจากแหล่งที่เป็นทางการมากขึ้นเช่นคนรู้จักและที่ปรึกษามืออาชีพ

Grossman และ Martin (2010 : 287-300) ได้ศึกษา เครือข่ายการทำธุรกิจ “การไหลเวียนในสมอง” และจีนอเมริกันพลัดถิ่น พบว่า วัตถุประสงค์ - ในต่างประเทศเครือข่ายธุรกิจจีนมีผลอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของจีนแผ่นดินใหญ่และในเศรษฐกิจโลกโดยรวม เครือข่ายดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนใหญ่ ครอบครัว ภาษาและวัฒนธรรม พื้นฐานธุรกิจจะดำเนินการมักจะมีต้นทุนการทำธุรกรรมที่ลดลงและความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในตลาดการเงิน วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจเครือข่ายธุรกิจในสหรัฐอเมริกา จีนพลัดถิ่น ได้รับการออกแบบวิธีการ เริ่มต้นด้วยการแนะนำสั้น ๆ ไปแนวคิดของเครือข่ายทางธุรกิจของกลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนที่ตามมาให้ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับพลัดถิ่นจีนและเครือข่ายธุรกิจที่มีบทบาทของจีนได้เล่นทั่วโลก การตรวจสอบของวิธีการเครือข่ายดังกล่าวมีการพัฒนาในบริบทของสหรัฐตั้งนี้ สุดท้ายผลกระทบจะกล่าวถึงและมีวาระการค้นหาคำแนะนำ ผลการวิจัย จะชี้ให้เห็นว่าแตกต่างกัน ประเภทของรูปแบบการเชื่อมต่อเครือข่ายทางธุรกิจที่มีการพัฒนาในบริบทของสหรัฐคนหนึ่งน้อยกว่า ฟังเพลงแบบดั้งเดิมของครอบครัว ภาษาวัฒนธรรมและอื่น ๆ บนทุนทางปัญญาข้อ จำกัด การวิจัย หรือ ความหมายไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่จะนำเสนอที่นี่ อย่างไรก็ตามวาระการวิจัยที่ระบุไว้ ความคิดริเริ่ม หรือ ค่า - ค่อนข้างน้อยได้รับการเขียนที่เฉพาะเจาะจงทั้งหมด ประสบการณ์สหรัฐธุรกิจจีนซึ่งแตกต่างกันมากมาย จากกลุ่มอื่น ๆ ในจีนพลัดถิ่น งานวิจัยนี้จะตรวจสอบสาขาของจีนพลัดถิ่นนี้มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมเครือข่ายของผู้เชี่ยวชาญรวมถึงผู้ที่ได้เกิดมากที่สุด ในเทคโนโลยีภาคสูง

Burris และ Daniel (2010 : 50-53) ได้ศึกษา เครือข่ายทางสังคมในที่ทำงาน: ความเสี่ยงและโอกาสของธุรกิจ 2.0 พบว่า กระดาษนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอความคิดเห็นของแดเนียล Burris, futurist ที่ได้รับการทำนายมานานหลายทศวรรษซึ่งเทคโนโลยีก็จะกลายเป็นแรงผลักดันของ



ธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจแนวใหม่ที่เรียกว่าธุรกิจ 2.0 นี้เกี่ยวข้องกับการใช้เว็บใหม่ที่ใช้งานเครือข่ายทางสังคม (หลายแห่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้งานส่วนบุคคล) ในลักษณะที่ส่งเสริมนวัตกรรมการทำงานเป็นทีมทำงานร่วมกันของลูกค้าร่วมการสร้างความมูลค่าให้กับคู่ค้าภายนอกและการสื่อสารโต้ตอบระหว่างผู้นำและพนักงานของ บริษัท ในวิธีที่มีประสิทธิภาพ ผู้เขียนอธิบายถึงวิธีการเครือข่ายทางสังคมสร้างขึ้นสำหรับใช้งานส่วนตัวสามารถทำงานเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารความเป็นผู้นำและมีคุณสมบัติที่ peer-to-peer ที่มีข้อดีมากกว่าระบบอินเทอร์เน็ตที่ออกแบบมาสำหรับใช้งานทางธุรกิจ โดย re-เวลดี้ใช้เทคโนโลยีระบบเครือข่ายส่วนบุคคลทางสังคมเป็นเครื่องมือในการตั้งธุรกิจ บริษัทสามารถเพิ่มการทำงานร่วมกันแก้ปัญหาและปรับปรุงความโปร่งใสในการสื่อสารทั้งหมดที่มีความสำคัญกับการนำนวัตกรรมที่มีคุณค่าอย่างต่อเนื่องที่มุ่งเน้นลูกค้า ปัญหาที่สำคัญหลายแห่งจะต้องมีการคิดผ่าน เช่นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อบันทึกช่วยจำหรือการสื่อสารความหมายสำหรับมุมมองภายในเท่านั้นที่จะหมุนเวียนกันอย่างแพร่หลายผ่านทางอินเทอร์เน็ต บริษัท นวัตกรรมเป็นจุดเริ่มต้นที่จะโอบกอดเครื่องมือเครือข่ายสังคมเป็นวิธีการเพิ่มการสื่อสารข้อมูลร่วมกันและทำงานร่วมกันจึงช่วยให้พวกเขาที่จะใช้หลายนวัตกรรมที่รุนแรงแม้กระทั่งการดำเนินธุรกิจ

สรุป ชาวอีสานส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม นอกจากจะมีการทำนาเป็นอาชีพแล้วยังมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับอาชีพอื่นที่เข้ามาใหม่ คือ ธุรกิจเครือข่าย เป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนมากจึงทำให้ชาวอีสานสนใจในธุรกิจนี้ ผู้วิจัยจึงจัดทำงานวิจัยเรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน ขึ้นมาเพื่อเป็นแนวทางการเฝ้าระวังและป้องกันภัยคุกคามจากธุรกิจเครือข่าย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) โดยทำการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary) และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Study) และการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มในสนามการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้มาจัดการโดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยกำหนดกรอบและขั้นตอนของระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1.2 วิธีการวิจัย
 - 1.3 ระยะเวลาในการวิจัย
 - 1.4 พื้นที่ทำการวิจัย
 - 1.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีดำเนินการวิจัย
 - 2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
 - 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 2.3 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 2.4 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนวิจัยออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
งานวิจัยเรื่อง “ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน” มีขอบเขตด้านเนื้อหา
 1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
 2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
 3. เพื่อศึกษาแนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
2. วิธีการวิจัย
การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Document) และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ การจัดสนทนากลุ่มและการนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ ให้ตรงตามความมุ่งหมายที่ตั้งไว้ โดยมีวิธีวิจัยศึกษาค้นคว้า ดังนี้



2.1 การศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) คือการศึกษาข้อมูลในชั้นปฐมภูมิ (Primary Source) และข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวคิดและผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับประเด็นคำถามหลักในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ การศึกษาวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

2.2 การศึกษาภาคสนาม (Field Study) คือการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ โดยการสำรวจ สังเกต และการสัมภาษณ์ การจัดสนทนากลุ่ม

3. ระยะเวลาในการวิจัย

ระยะเวลาการวิจัย เริ่มตั้งเดือนมีนาคม 2554 ถึง เดือน พฤษภาคม 2555

4. พื้นที่ที่ทำการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการวิจัยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมาย โดยเลือกพื้นที่ด้วยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Selection) ใน 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี กาฬสินธุ์ มุกดาหาร และจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 10 บริษัท เป็นพื้นที่วิจัย คือ

1. บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น
2. บริษัทแคทตอทคอม
3. บริษัทยูนิซีตี้
4. บริษัทนีโอไลฟ์
5. บริษัทจีแพลทตินัม
6. บริษัท เอเจล อินเตอร์เนชั่นแนล
7. บริษัท 369 ริชพาวเวอร์
8. บริษัทนิวติริช
9. บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย)
10. บริษัทโอทู

โดยมีเกณฑ์คัดเลือก ดังนี้ คือ

1. เป็นบริษัทที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย
2. ได้รับความนิยมสูง
3. มีแผนธุรกิจที่มั่นคง และสามารถให้ผลตอบแทนได้จริง

5. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานหรือผู้ขายสินค้าของบริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงแบบชั้นเดียวหรือหลายชั้น

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้รู้ 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ และ 3) กลุ่มบุคคลทั่วไป จำนวนทั้งสิ้น 150 คน

1. กลุ่มผู้รู้หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน จำนวน 50 คน ประกอบด้วย



จังหวัดขอนแก่น

ผู้จัดการบริษัท (สาขา)	จำนวน 2 คน
ผู้จำหน่าย	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่ตำรวจ	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์	จำนวน 1 คน
เจ้าหน้าที่วัฒนธรรม	จำนวน 1 คน

จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้จัดการบริษัท (สาขา)	จำนวน 2 คน
ผู้จำหน่าย	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่ตำรวจ	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์	จำนวน 1 คน
เจ้าหน้าที่วัฒนธรรม	จำนวน 1 คน

จังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้จัดการบริษัท (สาขา)	จำนวน 2 คน
ผู้จำหน่าย	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่ตำรวจ	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์	จำนวน 1 คน
เจ้าหน้าที่วัฒนธรรม	จำนวน 1 คน

จังหวัดมุกดาหาร

ผู้จัดการบริษัท (สาขา)	จำนวน 2 คน
ผู้จำหน่าย	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่ตำรวจ	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์	จำนวน 1 คน
เจ้าหน้าที่วัฒนธรรม	จำนวน 1 คน

จังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้จัดการบริษัท (สาขา)	จำนวน 2 คน
ผู้จำหน่าย	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่ตำรวจ	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	จำนวน 2 คน
เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์	จำนวน 1 คน
เจ้าหน้าที่วัฒนธรรม	จำนวน 1 คน



2. กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน จำนวน 50 คน ประกอบด้วย

จังหวัดขอนแก่น

นักขายมืออาชีพ	จำนวน 4 คน
ผู้บริโภคนำอย่างต่อเนื่อง	จำนวน 4 คน
เจ้าของบริษัทที่เข้ามามีส่วนบริหารจัดการเชิงพาณิชย์	จำนวน 2 คน

จังหวัดอุบลราชธานี

นักขายมืออาชีพ	จำนวน 4 คน
ผู้บริโภคนำอย่างต่อเนื่อง	จำนวน 4 คน
เจ้าของบริษัทที่เข้ามามีส่วนบริหารจัดการเชิงพาณิชย์	จำนวน 2 คน

จังหวัดกาฬสินธุ์

นักขายมืออาชีพ	จำนวน 4 คน
ผู้บริโภคนำอย่างต่อเนื่อง	จำนวน 4 คน
เจ้าของบริษัทที่เข้ามามีส่วนบริหารจัดการเชิงพาณิชย์	จำนวน 2 คน

จังหวัดมุกดาหาร

นักขายมืออาชีพ	จำนวน 4 คน
ผู้บริโภคนำอย่างต่อเนื่อง	จำนวน 4 คน
เจ้าของบริษัทที่เข้ามามีส่วนบริหารจัดการเชิงพาณิชย์	จำนวน 2 คน

จังหวัดร้อยเอ็ด

นักขายมืออาชีพ	จำนวน 4 คน
ผู้บริโภคนำอย่างต่อเนื่อง	จำนวน 4 คน
เจ้าของบริษัทที่เข้ามามีส่วนบริหารจัดการเชิงพาณิชย์	จำนวน 2 คน

3. กลุ่มทั่วไป (General Informants) เป็นกลุ่มผู้ที่ให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน ที่สามารถดึงดูดใจและสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจในการใช้สินค้าและความปลอดภัย ตลอดจนการจัดการการจัดส่งสินค้าของทางบริษัท เพื่อให้ผู้บริโภคได้ติดตามสินค้าของแต่ละบริษัทอย่างต่อเนื่อง จำนวน 50 คน ประกอบด้วย

จังหวัดขอนแก่น

ผู้ที่เข้าชมการผลิต	จำนวน 7 คน
ผู้เกี่ยวข้องบางโอกาส	จำนวน 3 คน

จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้ที่เข้าชมการผลิต	จำนวน 7 คน
ผู้เกี่ยวข้องบางโอกาส	จำนวน 3 คน

จังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้ที่เข้าชมการผลิต	จำนวน 7 คน
ผู้เกี่ยวข้องบางโอกาส	จำนวน 3 คน



จังหวัดมุกดาหาร	
ผู้ที่เข้าชมการผลิต	จำนวน 7 คน
ผู้เกี่ยวข้องบางโอกาส	จำนวน 3 คน
จังหวัดร้อยเอ็ด	
ผู้ที่เข้าชมการผลิต	จำนวน 7 คน
ผู้เกี่ยวข้องบางโอกาส	จำนวน 3 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเรื่อง “ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน” ได้แบ่งขั้นตอนออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสำรวจ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ แบบสนทนากลุ่ม ดังนี้

1.1 แบบสำรวจ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสำรวจ (Basic Survey) ใช้สำรวจเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน จากสภาพที่พบเห็นแล้วบันทึกลงในแบบสำรวจ

1.2 แบบสังเกต (Observation) ประกอบด้วย การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยได้เข้าพื้นที่ที่จะศึกษา สังเกตซักถามข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จดบันทึก และเปิดเผยตัวเองว่าเป็นผู้วิจัย การสังเกตเกี่ยวกับผู้บริโภคสินค้าได้รับสิ่งใดบ้าง และแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นการสังเกตสภาพทั่วไปของบริษัทขายตรงพื้นที่ที่จะศึกษารวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ลักษณะการบริหารจัดการ

1.3 แบบสัมภาษณ์ (Interview Guided) ใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) และกลุ่มทั่วไป (General Informants) เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

1.4 แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Guideline) ใช้เป็นแนวทางในการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้ทราบข้อมูลความเป็นมาและความคิดเห็นต่อแนวการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีประกอบกัน ได้แก่ การเก็บข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Research) มีดังนี้

2.1 การเก็บข้อมูลภาคสนามทำการเก็บระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

การสัมภาษณ์การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบในการสัมภาษณ์ 2 รูปแบบ ได้แก่

1. การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ โดยสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้นำ กลุ่มบุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเครือข่าย



2. การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการโดยการสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างตามประเด็นที่ขาดตกที่เกี่ยวข้องกับการการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

การสังเกตการวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบในการสังเกต 2 รูปแบบ กล่าวคือ

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วมผู้วิจัยได้เข้าไปพักอยู่ในหมู่บ้านตามเขตพื้นที่ทำการวิจัย เพื่อสังเกตเชิงลึก ละเอียดทุกแง่มุม
2. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมผู้วิจัยจะทำการสังเกตโดยอาจมีผู้ช่วยนักวิจัย นักวิจัยเป็นผู้ร่วมสังเกต

2.2 การสนทนากลุ่มในพื้นที่ทำการวิจัยเป็นรวบรวมประเด็นที่เกิดจากการแสดงความคิดเห็นของ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ตามกรอบที่กำหนดไว้

2.3 การเก็บข้อมูลจากเอกสาร เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัด ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นโยบายของรัฐ พื้นที่ศึกษา ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยในประเทศ งานวิจัยต่างประเทศ ทั้งในท้องสมุด และอินเทอร์เน็ต

3. การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การจัดกระทำข้อมูล

3.1.1 นำข้อมูลจากการศึกษาที่ได้จากการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ การจัดสนทนากลุ่ม ที่เก็บรวบรวมและทำการจดบันทึกไว้ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากเครื่องมือทุกประเภทที่ใช้ ถ้าพบว่ามีข้อมูลของเครื่องมือใดที่มีคำตอบไม่ชัดเจน ไม่ถูกต้อง โดยไม่เหมาะสมก็จะต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม

3.1.2 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาจัดเป็นหมวดหมู่ ตามความมุ่งหมายของการวิจัยในแต่ละข้อ จัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตามประเภทของเครื่องมือ แล้วสรุปข้อมูลของแต่ละประเภทเครื่องมือ โดยใช้แบบสรุปที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองตามแบบเครื่องมือแต่ละประเภท

3.1.3 สรุปข้อมูลของแต่ละประเภทเครื่องมือ โดยใช้แบบสรุป (Tally) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองตามแบบเครื่องมือแต่ละประเภท

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

3.2.1. การวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยการเขียนแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

3.2.2 การตรวจสอบตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี

4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการสรุปให้ตรงตามประเด็นความมุ่งหมายของการศึกษา และนำเสนอผลการศึกษาโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินการทางธุรกิจขายตรง ในภาคอีสาน เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกต แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมาย ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของวัฒนธรรมเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขายตรง

ธุรกิจขายตรงในต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2429 เดวิด แมคคอนแนล เซลส์แมนผู้ขายสินค้าตามบ้านได้ค้นพบความจริงว่า ตัวอย่างน้ำหอมที่ให้ลูกค้าผู้หญิงทดลองใช้นั้น เป็นที่นิยมมากกว่าหนังสือที่เขาเสนอขายจึงได้ก่อตั้งบริษัท แคลิฟอร์เนีย เพอร์ฟิวม์ ขึ้นในนิวยอร์ก และได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เอวอน โปรดักส์ ในปี 2482 เวลาผ่านไปหลายสิบปี ระบบการขายตรงได้ถูกพัฒนา ขึ้นมาเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2489 ระบบสาธิตที่เรียกว่า HOME PARTY นั้น ได้เข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงเมื่อ บริษัท ทัทเพอร์แวร์ ได้ผลิตกล่องเก็บอาหารพลาสติกเป็นการนำพลาสติกมาใช้เพื่อเก็บอาหารแบบสุญญากาศ แล้วนำออกจำหน่ายในชั้นวางสินค้าในห้าง แต่การขายไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากผู้คนยังไม่รู้จักวิธีใช้สินค้า จึงเปลี่ยนมาใช้กลยุทธ์ใหม่มาใช้วิธีการเสนอขายสินค้า ด้วยการสาธิตสินค้าให้ดูถึงที่บ้านทำให้การขายสินค้าประสบความสำเร็จมากกว่าทั้งปี พ.ศ. 2477 คาร์ล เอฟ เรห์นบอร์กผู้ริเริ่มค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม นิวทริไลท์ได้เริ่มใช้ระบบการจ่ายผลตอบแทนแบบใหม่ให้นักขายของตน โดยนักขายจะได้ผลตอบแทนจากยอดขายของตนและยอดขายของผู้อื่น ที่ตนแนะนำมาทำธุรกิจ ทำให้ในปี พ.ศ. 2492 เจย์ แวน แอนเดล และริช เดอโวล สองชายหนุ่มที่ได้เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายได้ประสบความสำเร็จอย่างมาก กระทั่งทั้งสองได้ก่อตั้งบริษัทแอม เวย์ คอร์ปอเรชั่น ขึ้นในปี พ.ศ. 2502 โดยเน้นขายผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค และนี่เองที่เป็นจุดกำเนิดการขายตรงแบบหลายชั้น จนได้มีการพัฒนามาเรื่อย ๆ ถึงปัจจุบัน

การขายตรงในประเทศไทย ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยเริ่มเข้ามามีบทบาท เมื่อประมาณ 40 ปีที่แล้วนี้เองโดย บริษัท ทัทเพอร์แวร์ ต่อมาก็เป็นเอวอน ประเทศไทย ปี พ.ศ. 2521 ตามด้วยบริษัทแอมเวย์ ในปี พ.ศ. 2530 ปัจจุบันมีบริษัทขายตรงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งสัญชาติไทยและของต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกชนชั้น ทุกเพศทุกวัย ทุกสังคม การขายตรงในประเทศไทยจึงเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ทั้งนี้ผลตอบแทนที่ทุกคนคาดหวังว่าจะได้รับเมื่อเข้าสู่ธุรกิจขายตรง ก็เกิดจากความขยัน มานะพยายาม และการทุ่มเท เวลา ในการทำธุรกิจของแต่ละบุคคล หากว่าจะได้มาง่ายๆเช่นเดียวกัน



ธุรกิจขายตรงคือ การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายแบบบุคคลต่อบุคคล ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร โดยบริษัทผู้ประกอบการนำเสนอโอกาสทางธุรกิจให้กับนักขายตรงอิสระ ผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขายสัมพันธการขายโดยตรงแห่งโลก ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกสมาคมการขายโดยตรงจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกกว่า 40 ประเทศได้ให้นิยามของการขายตรงว่าคือ การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่น ๆ ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร ทั้งนี้โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย

สำหรับประเทศไทยเรานั้นยุทธวิธีขายตรงได้ถูกใช้มากกว่า 50 ปีแล้วที่เห็นเด่น ๆ ก็คือการขายประกันชีวิต นอกนั้นธุรกิจด้านอื่นก็ใช้กันอย่างประปรายไม่จริงจางมากนัก พึ่ง 10 ปีที่แล้วนี้เองที่ยักษ์ใหญ่อย่าง แอมเวย์ ข้ามฟ้าจากอเมริกามาเปิดกิจการขายตรงอย่างเป็นล่ำเป็นสันหลังจากนั้นธุรกิจขายตรงได้ค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิธีการขายตรงก็มีอยู่มากมายไม่ว่าจะเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องกรองน้ำ เสื้อผ้า ยาสีฟัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันและต้องใช้แล้วหมดไป แต่เครื่องสำอางนับว่าเป็นสินค้าที่มีบริษัทธุรกิจใช้วิธีการขายตรงมากกว่าพวกอื่น ชื่อคุ้นหูอย่าง เอวอน มิสทีน สุปรีเดิม แอมเวย์ เหล่านี้ล้วนใช้ระบบการขายตรงทั้งสิ้น

ความต่างในระบบขายตรงถึงแม้ว่าขายตรงจะมีความเด่นอยู่ที่ทุกคนมีสิทธิมาเป็นผู้ขายอิสระได้และข้ออ้างติดปากในเรื่องการช่วยให้คนมีงานทำมีการกระจายรายได้คล้ายๆกัน แต่ความต่างในตัวของมันเองก็มีอยู่ ซึ่งดูได้จากรูปร่างการจัดองค์กรและการจัดสรรผลประโยชน์แบ่งได้เป็น 2 ระบบคือ

1. ระบบขายตรงแบบชั้นเดียว (Direct Selling - Single Level Marketing, SLM)

ระบบนี้ไม่มีความซับซ้อนอะไร จะมีผู้จัดการประจำเขต (แต่ละบริษัทอาจมีชื่อเรียกไม่เหมือนกัน) ซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทจะทำหน้าที่เสาะหาและดูแลตัวแทนขายหรือผู้ขายอิสระซึ่งมีได้ไม่จำกัดจำนวนแล้วแต่ความสามารถของผู้จัดการนั้น ๆ ซึ่งเมื่อคุณสมัครเข้าเป็นตัวแทนขายคุณก็จะเป็นผู้จำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าของคุณที่หาได้ รายได้ที่คุณจะได้จะมาในรูปของค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้า คุณทำได้เท่าไรจะได้ผลตอบแทนในสัดส่วนนั้น และหากทำยอดขายสูงขึ้นจะได้รับค่าร้อยละเพิ่มขึ้นเป็นโบนัสตอบแทนความขยันและความสามารถ

บางบริษัทอาจเพิ่มแรงจูงใจตัวแทนขาย ที่ทำยอดขายสูงมากๆด้วยรางวัลพิเศษซึ่งมักจะเป็นให้บินไปเที่ยวต่างประเทศหรือตำแหน่งหน้าที่ที่ดีขึ้น ตัวแทนขายของระบบขายตรงชั้นเดียวนี้จึงทำหน้าที่ขายอย่างเดียวและรับไปคนเดียว บริษัทที่ใช้ระบบนี้เด่น ๆ เช่น มิสทีน เอวอน ฮานาโกะ ข้อเสียการขายตรงระบบนี้อยู่ตรงที่ คุณไม่สามารถไปตัดค่าร้อยละของผู้ขายคนอื่นมาเป็นของตัวเองได้ และหากคุณเป็นตัวแทนขายที่รักความก้าวหน้าถึงขั้นที่อยากมีบ้านมีรถ มันก็อาจทำให้คุณต้องเปลี่ยนมุมมองจากที่เคยเห็นว่างานขายอิสระนี้เป็นงานอดิเรกให้กลายเป็นงานประจำไป เพราะคุณอาจไม่มีเวลาให้กับงานประจำแท้ ๆ ของคุณก็เป็นได้

2. ระบบขายตรงหลายชั้น (Direct Selling - Multi Level Marketing, MLM) เป็น

ระบบขายตรงที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบันผู้จัดการทั่วไป บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ได้รับฉายาว่าเป็นเจ้ายุทธจักรแห่งการขายตรงหลายชั้นได้อธิบายว่า ลักษณะการขายตรงแบบนี้ นักขายไม่ได้เป็นลูกจ้างของบริษัท ทุกคนจะเป็นนักขายอิสระ (มีหน้าที่ทั้งขายและหาสมาชิกเพิ่ม) ในระบบหลายชั้นนั้นทุกคนจะเป็นผู้ขายทั้งสายหรือจะใช้สินค้าเองก็ได้รายได้ที่เกิดขึ้นอย่างแรกคือ



จะเกิดจากการซื้อสินค้าจากบริษัทแล้วขายออกไปให้กับลูกค้าหรือคนในสายซึ่งมีส่วนแตกต่างระหว่างราคาปลีกกับราคาเต็มของตัวสินค้านั้นๆ ถือเป็นรายได้ครั้งแรกที่ได้จากการขายปลีก (ส่วนใหญ่จะให้ประมาณร้อยละ 25)

นอกจากรายได้ที่ได้จากการขายปลีกแล้ว ในแต่ละสิ้นเดือนจะมีการประมวลผลของยอดขายทั้งหมดของกลุ่มหรือสาย สมมติว่ากลุ่มหรือสายมีสมาชิก 50 คน ยอดขายที่เกิดจากคน 50 คน สมมติได้ 100,000 บาท เอาจมารวมกันหมด ทางบริษัทซึ่งเป็นคนดูแลแผนการมอบรางวัลและรายได้จะจ่ายเป็นร้อยละออกมา อย่าง 100,000 บาทจะจ่ายร้อยละ 10 เท่ากับ 10,000 บาท เงินนี้จะจ่ายโดยตรงมาที่ต้นสายและคนแถวหน้านี้จะจ่ายไล่ลงไปเรื่อย ๆ หรือบริษัทอาจจะคำนวณวงเงินของนักขายแต่ละคนและจ่ายโดยตรงมาที่นักขายคนนั้น ๆ เลยกก็ได้



ภาพประกอบ 24 ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงกำลังบรรยายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

รายได้แบบที่สองนี้จะเกิดจากยอดขายที่นักขายทั้งกลุ่ม ทำมาในระยะเวลา 1 เดือน และนำมาแบ่งกันตามกฎที่ว่าทำมากได้มากทำน้อยได้น้อยตามระดับของการทำงานของแต่ละคน แน่นนอน...คนที่อยู่หัวแถวจะได้ส่วนแบ่งมากที่สุด ดังนั้นคนที่เข้าสู่อการเป็นนักขายตรงต่างก็หวังที่จะครอบครองตำแหน่งนี้กันทั้งนั้นเพราะนอกจากจะได้ส่วนแบ่งแล้วยังมีสิทธิ์ที่จะได้รับผลตอบแทนหรือรางวัลจากทางบริษัทอีกระบบเช่นนี้จะนำไปสู่การไต่เต้าสู่ตำแหน่งขั้นหรือระดับขั้นของหัวหน้าทีมแต่ละทีม ซึ่งส่วนมากบริษัทจะมีเกณฑ์กำหนดไว้ ชื่อของแต่ละระดับจะเรียกไม่เหมือนกัน บางบริษัทก็ตั้งชื่อให้เร้าใจใช้ชื่อของอัญมณีมาเรียกกัน เช่น เพชร พลอย ทับทิม บุษราคัม เป็นต้นการเลื่อนตำแหน่งนี้บางบริษัทก็กำหนดให้ มีการตกชั้นอย่างของแอมเวย์ที่ถือสไตล์แบบอเมริกันหากคุณไม่ทำงานทำยอดไม่ถึง



ก็ไม่สมควรอยู่ในตำแหน่งนี้ แต่ก็มีบางบริษัทที่ถือสไตล์แบบไทยๆ ที่ถือว่าเมื่อคุณและพวกพ้องในกลุ่มเดียวกันทำได้ถึงขั้นนี้ขั้นนั้นแล้วก็จะไม่ร่วงกลับลงไปอีก แม้ว่าเดือนต่อไปคุณจะทำยอดขายไม่ถึงขั้นของตำแหน่งนั้นก็ตาม มีแต่ผลตอบแทนจากยอดขายเท่านั้นที่จะลดลงก็เป็นข้อแตกต่างที่จะใช้เป็นเกณฑ์เลือกพิจารณาได้อีกทางหนึ่งดังนั้น ถ้ามองจากภายนอกอาจเห็นว่าคนมาก่อนจะได้กินค่าหัวคิวจากการขาย แต่หากมีการออกแบบการขายส่วนนี้อย่างยุติธรรมแล้ว หากหัวหน้าทีมที่ไม่ทำอะไรเลยก็ไม่สมควรที่จะได้รับผลตอบแทนใด ๆ ทั้งสิ้น การออกแบบที่ดีนี้จะไม่ทำให้เกิดความยุติธรรมในการแบ่งรายได้ที่ต้องระมัดระวังก็คือ คนแถมหน้าเวลาไปชวนแถวที่สองจะต้องไม่ได้รายได้อะไรทั้งสิ้นจากการไปชวนเฉยๆ แต่ว่ารายได้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อแถวที่สองไปขายสินค้า แถวที่สามออกไปขายสินค้ามีรายได้จากการขายปลีก แล้วเอารายได้ของกลุ่มมารวมกันแล้วแบ่งกระจายตามร้อยละไป

บริษัทที่ทำธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้นก็อย่างเช่น แอมเวย์ นูสกิน สฟี่ริเดิม นูทรี-เมดิคส์ เป็นต้น

สรุประบบ MLM คือ นักขายอิสระขายสินค้าให้กับลูกค้าส่วนตัวของตนเองจะได้รายได้ขึ้นที่หนึ่งจากส่วนต่างราคาสินค้าเหมือนกับการขายชั้นเดียว ในเวลาเดียวกันเพื่อที่จะสร้างธุรกิจของตนเองขึ้นมาก็ออกไปชวนเพื่อนฝูงญาติมิตรให้เข้ามาร่วมการขายด้วยและรายได้แบบหลังก็จะตามมาด้วย วิธีการนี้ในลักษณะนี้มีบางบริษัท อาจจะมีการตัดสายด้วยยอดขายที่ทำได้แล้วแต่บริษัทจะเลือกทำแต่ในบางบริษัทไม่มีที่สิ้นสุดต่อสายกันไปเรื่อยๆ เลยเกิดพลังของการเคลื่อนย้ายสินค้าออกไปมากมาย มหาศาล จนมองดูแล้วคล้ายกับแชร์ลูกโซ่หรือการขายแบบปิรามิด (Pyramid Sell) ซึ่งเป็นการขายที่ในหลายๆ ประเทศมีกฎหมายห้ามเพราะถือว่าเป็นวงจรการขายที่สามารถสร้างความวิบัติได้ การขายตรงแบบ MLM นี้หากมองให้ดีจะเห็นว่ามีความผิดปกติบางอย่างจนเป็นจุดที่บริษัทขายตรงชั้นเดียวจับเป็นประเด็นโจมตี เช่นการผลักภาระค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการไปที่ผู้บริโภค ในลักษณะค่าคอมมิชชั่นบวกราคาสินค้า (เช่น แอมเวย์ให้ร้อยละ 25-30, นูสกินให้ร้อยละ 43-60) สินค้าที่จำหน่ายผ่านระบบ MLM จึงมักแพงกว่าระบบชั้นเดียวประมาณ 30-50 เปอร์เซ็นต์ ตัวอย่างเรื่องราคาแพง อาจดูได้จากคำพูดของผู้จัดการผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพียงที่กล่าวถึงราคาสินค้าของนูสกินว่าแพงเกินไป ยกตัวอย่างเครื่องสำอางจำพวกครีมกันแดดว่าขายสูงกว่าเพียงถึงร้อยละ 50 เพียงขายชิ้นละ 500 บาทแต่ของนูสกินขายสูงถึง 1,000 บาท และเหตุผลอีกข้อหนึ่งคือ คนที่อยู่ในระดับบนจะกินแรงคนที่อยู่ในระดับล่างมากเกินไป

ความใกล้เคียงที่อันตรายอาการที่เกือบเหมือนกันระหว่างระบบการขายตรงแบบหลายๆ ชั้นกับแชร์ลูกโซ่หรือการขายแบบปิรามิด นั้น มีข้อแตกต่างอยู่นิดเดียวตรงที่ตัวสินค้าและรูปแบบการขาย ซึ่งอาจแบ่งการขายแบบปิรามิดได้เป็น 2 แบบ

1. ระบบปิรามิดถูกออกแบบมาเพื่อจะชักนำนักลงทุนไปสู่เงินก้อนใหญ่ โดยไม่มีตัวสินค้าใดๆ หาก你不玩เกมคุณก็จะเข้าเป็นหนึ่งในฐานปิรามิด (Pyramid) ตามที่กล่าวอ้างรายได้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อคุณไปชักนำคนอื่นให้เข้ามาอยู่ในปิรามิดด้วยโดยเขาคนนั้นจะต้องจ่ายเงินให้คุณ หรือพูดให้ง่ายๆ ก็เป็นการคิดค่าหัวคิวนั่นเอง ยิ่งคุณชวนใครเข้าไปในปิรามิดมากเท่าไรคุณก็ยิ่งมีรายได้เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ย้ำมันเป็นเพียงคำโฆษณาชวนเชื่อเท่านั้นระบบปิรามิด ที่ไม่มีตัวสินค้านี้ มันจะทำให้คุณจนลงๆ คุณจะกลายเป็นฐานให้กับคนที่เข้ามาก่อนได้เหยียบขึ้นไปสู่ยอดของปิรามิดคอยเก็บดอกเก็บผลที่ส่งต่อมาเป็นทอดๆ สร้างรายได้ความร่ำรวยให้กับคนกลุ่มน้อยนี้โดยที่ไม่ต้องทำอะไรเลยระบบเช่นนี้ทำให้



ประเทศแอลบาเนียล่มมาแล้ว ในขณะที่คนไทยเองต้องนำตาตกและจำไม่ลืมกับกรณี “แชร์แม่หม้อย” ระบบปิรามิดแบบเงินสดไม่มีสินค้าผลิตภัณฑ์บางที่ก็ถูกเรียกว่า “ระบบปิรามิดเปลือย”

2. ระบบปิรามิดแบบที่สองเป็นแบบมีผลิตภัณฑ์ แต่จุดมุ่งหมายของคนที่ออกแบบไม่เพียงแต่หากำไรโดยการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงเท่านั้น แต่ตัวแทนขายหรือพนักงานขายจะขายสินค้านั้นให้กับผู้ขายอีกระดับหนึ่งเพื่อที่จะได้กำไรแล้วก็ขายต่อกันไปอีก จนถึงผู้ขายคนสุดท้ายที่ขายให้กับผู้บริโภคเพื่อกำไรขั้นสุดท้าย แน่นนอนการขายแบบนี้จะมีการผลกระทบให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายอย่างเต็มที่ระบบปิรามิดแบบนี้ ต่างกับการขายตรงแบบหลายชั้นอยู่ตรงที่ว่า การขายตรงแบบหลายชั้นตัวแทนขายทุกคนทุกชั้นจะไปส่งสินค้าโดยตรงกับบริษัทรายได้จากการขายจะเกิดจากร้อยละสินค้าเท่านั้นไม่มีการหารายได้จากขายด้วยกันเอง

ระบบการขายแบบปิรามิด นั้นในประเทศทางตะวันตก สหรัฐอเมริกา หรืออย่างมาเลเซียได้ออกกฎหมายห้ามไม่ให้มีการดำเนินธุรกิจด้วยวิธีนี้เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่องอันตรายต่อระบบเศรษฐกิจการเงินของประเทศ แต่ใช้ว่าการขายตรงแบบหลายชั้น จะปลอดภัยไปเสียทั้งหมดเนื่องจากรูปแบบการขายตรงมีการดัดแปลงในรายละเอียดเรื่อยมา จนอาจจะมีบางบริษัทหรือตัวแทนขายบางคน ที่หวังกำไรหรือหวังระดมเงินทุนอย่างเป็นกอบเป็นกำแบบมีการขายสินค้าหรือไม่มีแต่เน้นหนักในเรื่องการหากินกับค่าหัวคิวของผู้มาสมัครเป็นสมาชิกด้วยตนเอง การเข้ามาของนุสกินจึงถูกจับตามองเป็นอย่างมาก ด้วยการให้ร้อยละที่สูงถึง 43-60% เพียงเวลาครึ่งเดือนนุสกินก็มีผู้สนใจเข้ามาเป็นสมาชิกถึง 50,000 ราย จับตามองในแง่ของความเป็นแชร์ลูกโซ่ จับตามองในแง่ของการระดมทุนแบบตีหัวเข้าบ้าน



ภาพประกอบ 25 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน



ตาราง 2 ข้อมูลผู้ประกอบการ สถานที่ประกอบการ

จังหวัด	ผู้ประกอบการ	สถานที่ประกอบการ/ที่อยู่
ขอนแก่น	คุณสุวรรณ แสนโคตร	348/12 ถนนศรีจันทร์ ตำบล ในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
อุบลราชธานี	คุณสุทธิรักษ์ วายทุกซ์ คุณวนิดา เศรษฐสมบัติ คุณสุภาพร กุลวงศ์ คุณนิวัฒน์ วงศ์สว่างพานิช คุณสุเทพ กุลสิงห์ คุณวิทย์ หน่อแก้ว	บ้านเลขที่ 118 หมู่ 7 บ้านสร้างมิ่ง ตำบลหนองเมือง อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี 1362 ถนน สรรพสิทธิประสงค์ อำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานี 642 ถนน สุริยาตร ตำบล ในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานี 168 ถนนอุปรีสาน ตำบลใน เมือง อำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานี 46/2 ถนนอุบราช ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานี 323/2 ถนนสุริยาตร ตำบล ในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานี 34000
กาฬสินธุ์	คุณทิวา ศรีไพวรรณ	19-6/80 ถนนประดิษฐ์ ตำบลใน เมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
มุกดาหาร	คุณวิไลวรรณ เจริญศรี คุณสำรวย ธิพล	ตำบลนิคมคำสร้อย อำเภอนิคม คำสร้อย 126 ถนนขยางกูร จังหวัดมุกดาหาร 25 หมู่ 1 ตำบลหนองสูงเหนือ จังหวัดมุกดาหาร
ร้อยเอ็ด	คุณสุวิทย์ โพธิ์ศรี	3/11 ถนนกองพลสืบ ตำบลใน เมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000



ตาราง 3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเครือข่ายหรือขายตรง

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณประโยชน์	ข้อบ่งชี้
Agel EXO	สกัดจากผลไม้และพืชสมุนไพร เช่น ผลเบอร์รี่แครอท มังคุด และอาไซเบอร์รี่ ฯลฯ	ต้านอนุมูลอิสระเสริมสร้างสุขภาพที่ดีขึ้นช่วยเติมเต็มให้มีชีวิตที่แข็งแรงและยืนยาว	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก
Agel UMI	สาหร่ายทะเลสีน้ำตาล	เสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย ช่วยให้ผู้ป่วยโรคมีอายุยืนยาว	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก
Agel MIN	วิตามิน เกลือแร่ น้ำตาลฟรุคโตส	ร่างกายที่แข็งแรง ช่วยรักษาสมดุลการทำงานให้เหมาะสม และทำให้เราดำรงชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก
Agel SLM	กรดไฮดรอกซีซีตริก ผลไม้เปลือกส้มแขก	ลดน้ำหนักอย่างมีสุขภาพดี ป้องกันร่างกายจากการสะสมของคาร์โบไฮเดรตส่วนเกิน	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก
Agel OHM	ซิแซนดรา โรหิตีโอลา และโสม	เพิ่มพลังกายและจิตใจ พลละกำลังแก่สมอง	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก
Agel HRT	คลอเลสเทอรอล ทอรีนคาร์นิทีน	เพิ่มพลังและปกป้องหัวใจให้มีสุขภาพดี ช่วยเสริมสร้างเนื้อเยื่อหัวใจให้แข็งแรง ช่วยเสริมสร้างพลังงานในการทำงานของระบบหัวใจ	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณประโยชน์	ข้อบ่งใช้
Agel GRN	ผักสีเขียว ไฟโตนิวเทรียน สำหรับสไปรูulina คลอโรฟิล	ช่วยในการทำมาความสะอาด ล้างพิษและบำรุงร่างกาย ทำความสะอาดระบบย่อยอาหาร โดยการ ช่วยให้แบคทีเรียในระบบทางเดินอาหารทำงานได้ดีขึ้น ยังกระตุ้นการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อ	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก
Agel GLO	ผักสีเขียว ไฟโตนิวเทรียน น้ำมันเมล็ดชาเขียว น้ำมันจากเมล็ดองุ่น และโอเล เวอร์าชาเขียว ขมิ้น ข้าวโอ๊ต	ช่วยในการทำมาความสะอาด ล้างพิษและบำรุงร่างกาย ทำให้กระบวนการล้างพิษทำได้ง่าย ช่วยให้เซลล์ผิวดูดซึมน้ำได้ดีขึ้นทำให้ผิวดูชุ่มชื้น ผสมและเล็บแข็งแรง ช่วยลดริ้วรอยเหี่ยวย่น ผิวจะเรียบเนียนและดูมีสุขภาพดี	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยาควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก
Total Make Up Remover	ทับทิม เมล็ดองุ่น ผลอาซาอิเบอร์รี่ วิตามินซีและอี	ช่วยให้ผิวหลังทำมาความสะอาดคงความรู้สึกของผิวที่สะอาดอ่อนนุ่มมากขึ้น ช่วยบำรุงผิว เพิ่มความชุ่มชื้น	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้มาระยะหนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้าหยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดีขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกร เพื่อค้นหาสาเหตุ และทำการรักษาให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณสมบัติประโยชน์	ข้อบ่งใช้
Gentle Daily Cleansing Gel	ดอกคาโมไมล์ รากชิง (Bisabolol) ดอกคาโมไมล์ (Chamomile) เมล็ดองุ่น พีช	กำจัดเซลล์ผิวที่ตาย ผื่นต่าง ๆ และน้ำมันส่วนเกิน ใช้ทำ ความสะอาดตอนเช้าและ กลางคืนเพื่อผิวที่อ่อนนุ่ม สะอาด สดใส	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความ ผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้ มาระยะ หนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้า หยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดี ขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์ หรือเภสัชกร เพื่อค้นหา สาเหตุ และทำการรักษา ให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป
Revitalizing Gel Scrub	โปรวิตามินบี 5 เมล็ดองุ่น Antioxidant	ขจัดเซลล์ผิวที่ตายแล้ว และทำ ความสะอาดผิวอย่างหมดจด เพื่อให้ผิวได้ผ่อนคลาย ต่อต้านการอักเสบของผิว ให้ ความชุ่มชื้นในระดับลึก สร้าง เซลล์ผิวใหม่ กำพรั้าจากภายใน ช่วยปกป้องผิว จากอนุมูล อิสระ ป้องกันการทำลายจาก แสงแดด และมลพิษจาก สิ่งแวดล้อม ทำให้ผิวอ่อนนุ่ม	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความ ผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้ มาระยะ หนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้า หยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดี ขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์ หรือเภสัชกร เพื่อค้นหา สาเหตุ และทำการรักษา ให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป
Intensive Gel Serum	ผลาไฮโอเบอร์รี่ กรด แอสคอร์บิก(วิตามิน C)	ช่วยคืนสภาพผิวจากริ้วรอย และความหย่อนคล้อย ด้าน อนุมูลอิสระ	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความ ผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้ มาระยะ หนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้า หยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดี ขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์ หรือเภสัชกร เพื่อค้นหา สาเหตุ และทำการรักษา ให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณสมบัติประโยชน์	ข้อบ่งใช้
Daily Moisturizing Gel	เมลิตองุ่น วิตามิน อี Antioxidant	ช่วยปกป้องผิวจากความตึงเครียดต่อต้าน สารอนุมูลอิสระและป้องกันผิวจากการสูญเสียความชุ่มชื้น	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้มาระยะ หนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้าหยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดีขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกร เพื่อค้นหาสาเหตุ และทำการรักษาให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป
Age - Defying Eye Gel	ดอกคาโมไมล์ โปรวิตามิน บี 5	ช่วยลดริ้วรอย เพิ่มความชุ่มชื้นบริเวณรอบดวงตา เพิ่มความสว่างให้กับผิวรอบดวงตา ลดอาการระคายเคือง อาการอักเสบ	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้มาระยะ หนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้าหยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดีขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกร เพื่อค้นหาสาเหตุ และทำการรักษาให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป
Nourishing Night Gel	ผลทับทิม สารโพลีฟีนอลส์	ช่วยสร้างคอลลาเจน คืนสภาพผิวหน้าอ่อนวัย มีสุขภาพผิวที่ดี ต้านอนุมูลอิสระ ช่วยลดริ้วรอย เจริญ เพิ่มความหนาให้ผิว และความยืดหยุ่น แทรกซึมได้ลึกถึงผิวชั้นใน เพื่อช่วยลดรอยเหี่ยวย่นได้อย่างล้ำลึก ขจัดเซลล์ผิวที่ตายแล้ว ทำให้ผิวนุ่มเนียน	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้มาระยะ หนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้าหยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดีขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกร เพื่อค้นหาสาเหตุ และทำการรักษาให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณสมบัติประโยชน์	ข้อบ่งชี้
Facial Sun Protection Essence	สาร Artemia สารสกัดจากธรรมชาติ	ช่วยดูดซับความมันส่วนเกินบนใบหน้า ช่วยอำพรางริ้วรอยให้ผิวหนังดูเรียบเนียน ช่วยซ่อมแซมผิวที่ถูกทำร้ายจากแสงแดด ปกป้องผิวจากสิ่งเร้าที่เป็นอันตรายจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ช่วยกระตุ้นการสร้างคอลลาเจน ทำให้ผิวมีความยืดหยุ่น และลดเลือนริ้วรอย	ใช้เครื่องสำอางแล้วมีความผิดปกติเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ครั้งแรก หรือใช้มาระยะหนึ่งแล้วก็ตาม ต้องหยุดใช้ทันที และถ้าหยุดใช้แล้วอาการยังไม่ดีขึ้น ก็ควรปรึกษาแพทย์หรือเภสัชกร เพื่อค้นหาสาเหตุ และทำการรักษาให้ถูกต้องเหมาะสมต่อไป
Gentle Daily Shower Gel	สารสกัดจากผลไม้ เช่น Acai berry, Grape seed, สารสกัดจากดอก Edelweiss	ทำความสะอาดผิวอย่างอ่อนโยน และหมดจด พร้อมบำรุงผิวให้เนียนนุ่มทำให้ผิวแห้งตึง ผิวเนียนนุ่มละมุนมีสุขภาพดี กระจ่างใสชุ่มชื้นยาวนาน	หากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดการระคายเคืองให้หยุดใช้และปรึกษาแพทย์
Gentle Daily Body Lotion	สารสกัดจากผลไม้ เช่น Acai berry, Grape seed, Pomegranate วิตามินเอ และบี 5 นาโนวิตามินซีและอี	ช่วยบำรุงผิวคุณให้แลดูกระจ่างใส คงความชุ่มชื้นเผยผิวสวยเปล่งปลั่ง เนียนนุ่มอย่างเป็นธรรมชาติ	หากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดการระคายเคืองให้หยุดใช้และปรึกษาแพทย์
Ferminine Soft Care	สารสกัดจากธรรมชาติ Bisabolol สารสกัดจากดอก Chamomile, Cotton honeydew extract, Milk protein, Honey extract และ Thyme extract	ช่วยลดการระคายเคืองของเชื้อแบคทีเรีย และกลืนอักเสบ แลคติก แอซิด ช่วยคงความสมดุลของความเป็นกรดอ่อนๆตามธรรมชาติ คืนความเย็นสดชื่น	หากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดการระคายเคืองให้หยุดใช้และปรึกษาแพทย์



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณสมบัติประโยชน์	ข้อบ่งชี้
Hair Expert Shampoo & Conditioner	สารเคราติน คอมเพล็กซ์ (Keratin Complex) นาโนวิตามินซีและอี โพรเทคทีฟ ไชน์ฟิล์ม (Protective Shine Film)	ช่วยทำความสะอาด บำรุงเส้นผม และหนังศีรษะอย่างอ่อนโยน ช่วยปกป้อง ดูแล บำรุงเส้นผมที่แห้งเสียคืนความเงางาม นุ่มสลวยอย่างเป็นธรรมชาติ ช่วยปกป้องเส้นผมจากการทำลายของอนุมูลอิสระ รักษาสมดุลหล่อเลี้ยงเส้นผมที่พอเหมาะ	ใช้เครื่องสำอางหากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดการระคายเคืองให้หยุดใช้และปรึกษาแพทย์
Nutrient Hair Serum	นาโนวิตามิน สารสกัดจากธรรมชาติ สารสกัดจากกรดอะมิโน และแร่ธาตุธรรมชาติ	ช่วยฟื้นฟูปรับสภาพเส้นผมที่แห้งเสียมาก แห้งแตกปลาย ขาดการบำรุง ไร่น้ำหนัก หยาดกระด้างขาดชีวิตชีวา ให้กลับมีสุขภาพดีอย่างเป็นธรรมชาติ ช่วยเสริมความแข็งแรงจากภายนอก รักษาสมดุลของน้ำในผม และปกป้องเส้นผมจากแสงแดด ทำให้เป็นประกาย เงางาม นุ่มลื่น เรียงตัวสวยไม่พันกัน	หากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดการระคายเคืองให้หยุดใช้และปรึกษาแพทย์
Nutrient Hair Mask	นาโนวิตามิน สารสกัดจากธรรมชาติ สารสกัดจากกรดอะมิโน และแร่ธาตุธรรมชาติ	ซ่อมแซมโครงสร้างภายในของเส้นผมที่ถูกทำลาย ช่วยฟื้นฟูปรับสภาพเส้นผมที่แห้งเสียมากให้กลับสุขภาพดีมีชีวิตชีวาอย่างเป็นธรรมชาติ	หากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดการระคายเคืองให้หยุดใช้และปรึกษาแพทย์



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณสมบัติประโยชน์	ข้อบ่งชี้
โอทู ฟลาโวเจน (Otwo Flavogen)	สารสกัดจากพืช สมุนไพรเป็นสารใน กลุ่มฟลาโวนอยด์มี ฤทธิ์คล้ายฮอร์โมน พืช	อาหารเสริมพืชอินทรีย์ใช้ได้ กับพืชทุกชนิด ช่วยขยาย เซลล์ในส่วนต่างๆของพืช ทั้ง ราก ลำต้น ใบทำให้ระบบ โครงสร้างของพืชแข็งแรง สามารถดูดซึมธาตุอาหาร น้ำ ปุ๋ย ได้มากขึ้น ส่งผลให้พืช เจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว	ไม่ต้องผสมสารจับใบ ในกรณีจำเป็นที่ต้องผสม ยาฆ่าแมลง และสารเคมี ต่างๆให้ผสมโอทูฟลาโว เจนกับน้ำก่อน แล้วใส่ สารเคมีต่างๆ ภายหลังโดย ลดปริมาณสารเคมีต่างๆลง ครึ่งหนึ่ง จากที่ระบุใน ฉลากปกติที่ข้างขวด
โอทูฟลาโวเก้า (OtwoFlavoga)	สารสกัดจากพืช สมุนไพร	ผลิตภัณฑ์สารเสริมภูมิคุ้มกัน พืชอินทรีย์ชนิดเข้มข้น 100% มีคุณภาพสูงกว่ากรดฮิวมิก ประมาณ 10 เท่าปรับสภาพ ความเป็นกรด-ด่างของดิน ย่อยสลายฟางข้าว เมล็ดข้าว ดีด เมล็ดวัชพืชในดินควบคุม วัชพืชในนาข้าวกำจัดเชื้อรา	ควรอ่านคำแนะนำเอกสาร กำกับการใช้ให้เข้าใจ เสียก่อน หากไม่เข้าใจหรือ มีปัญหาสงสัยให้ปรึกษา เจ้าหน้าที่กรมวิชาการ เกษตร หรือเจ้าหน้าที่ด้าน การเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้ การใช้ปุ๋ยมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น
โอทูฟลาโวมอล (Otwo Flavomol)	สารสกัดจากพืช 15 ชนิด	ช่วยกระตุ้น การสร้างโปรตีน ลดการสร้างไขมัน สัตว์ สุขภาพดีเร่งสี เร่งโต	ถ้าสัตว์มีอาการผิดปกติ ควรหยุดใช้และปรึกษา สัตวแพทย์
โอทูฟลาโวนิน (Otwo Flavonin)	สารสกัดสมุนไพร ร้อยละ 100 ประกอบด้วย สารออกฤทธิ์ทาง ชีวภาพ	เสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันพืช ทำให้พืชมีความแข็งแรง มี ความปลอดภัยต่อผู้ใช้ ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม	ควรอ่านคำแนะนำเอกสาร กำกับการใช้ให้เข้าใจ เสียก่อน หากไม่เข้าใจหรือ มีปัญหาสงสัยให้ปรึกษา เจ้าหน้าที่กรมวิชาการ เกษตร หรือเจ้าหน้าที่ด้าน การเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้ การใช้ปุ๋ยมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณประโยชน์	ข้อบ่งใช้
โอทูคาตอง (Otwo KourTong)	ผักคาตอง, เข้าตอง, ผักก้านตอง, ผักพลู แก, ผักพลูขาว	ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่าง ให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่าง การรักษาทางยาควร ปรึกษาแพทย์ก่อนใช้
เอฟ-ทู (F-2) ฟิต กระชับ สำหรับ ผู้หญิง	เห็ดหลินจือ สารสกัดจากตังกุย สารสกัดจากเปลือก สนสารสกัดจาก มะเขือเทศ เบต้า กลูแคน กลูต้าไธโอน	ทำให้กล้ามเนื้อหัวใจแข็งแรง ใช้บำรุงร่างกาย เป็นยา อายุวัฒนะมีกำลัง ความจำดี ประสาทสัมผัสต่างๆชัดเจนดี ส่งเสริมลลิกกรรมารไหลเวียน ของเลือดดีขึ้น ผิวพรรณเปล่ง ปลั่ง หน้าตาแจ่มใส ชะลอ ความแก่ต้านมะเร็ง ดูแลตับ ขับปัสสาวะ ปรับความดัน โลหิตทั้งสูงและต่ำ	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่าง ให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่าง การรักษาทางยาควร ปรึกษาแพทย์ก่อนใช้
โสมจินซานซี	โสมจินซานซีสกัด น้ำผึ้งสารซาโพนิน สารแร่ธาตุต่างๆ อาทิ ซีเลเนียม เยอรมา เนียม กรดไตรลีน โนเลอิน โพลีซัคคาไรด์กรดอะ มิโนวิตามิน	ช่วยป้องกันอาการต่าง ๆ ของ ระบบหัวใจ ช่วยทำให้ระบบ หมุนเวียนของกระแสเลือด ไหลเวียนได้ดีขึ้น ช่วยลด การปวดบวมและอักเสบ ช่วย ลดระดับน้ำตาลในเลือด ช่วยปรับความดันโลหิตให้เป็น ปกติ ช่วยปรับสมดุลของ ร่างกายให้เป็นปกติ ช่วย เสริมสร้างภูมิคุ้มกันในร่างกาย	เด็กและสตรีมีครรภ์ ไม่ ควรรับประทาน การได้รับสารอาหารต่างๆ ควรได้รับจากการบริโภค อาหารหลักทั้ง 5 หมู่ ให้ ครบและเป็น สัดส่วนที่ พอเหมาะ



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณประโยชน์	ข้อบ่งใช้
กาแฟสำเร็จรูป 4 in 1 Sanchi Coffee 4 in 1	กาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า (Arabica) สารสกัดจากโสมจีน ชานซี ฟรุคโตส ครีมเทียมพร้อมไขมัน	ช่วยในการเผาผลาญไขมันที่จะสะสมในร่างกายได้อีกทั้งยังช่วยในการหมุนเวียนของโลหิตดีขึ้น ช่วยป้องกันโรคเบาหวานเพราะโรคเบาหวานมักจะคู่กับความอ้วนแต่ไม่แน่นอนเสมอไป เพราะการที่ความไวของอินซูลินหรือสารควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดต่ำย่อมเป็นอีกสาเหตุทำให้เกิดเบาหวานได้จากการทดลองโดยวิธี TNT หนูขาว พิสูจน์แล้วว่ากาแฟมีส่วนในการสร้างความไวของสารอินซูลินในการควบคุมระดับน้ำตาลในกระแสเลือดได้ดียิ่งขึ้น ช่วยผู้ป่วยโรคภูมิแพ้ให้มีอาการดีขึ้นช่วยในการสร้างเสริมประสิทธิภาพการทำงานของเซลล์ประสาท	เด็กและสตรีมีครรภ์ ไม่ควรดื่ม
ชานซีพลัส	โสมจีนชานซี ตังกุย เห็ดหลินจือ	รักษาอาการเหนื่อยอ่อน ชะลอความชรา ช่วยลดไขมันในเส้นเลือด บำรุงโลหิต และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับภูมิคุ้มกันโรค ช่วยป้องกันความผิดปกติในระบบต่างๆ ของร่างกายลดความรุนแรงของภาวะโรคเกาต์ เบาหวาน ช่วยให้เซลล์กระดูกแข็งแรง กระตุ้นระบบไหลเวียนโลหิต บำรุงเลือด แก้วปวดเพิ่มประสิทธิภาพของเม็ดเลือดขาวในการทำลายสิ่งแปลกปลอม ที่เข้าสู่ร่างกาย ต้านการปวดบวมอักเสบ	สตรีมีครรภ์หรืออยู่ระหว่างให้นมบุตร ผู้ที่อยู่ระหว่างการรักษาทางยา ควรปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ไม่แนะนำให้ใช้กับเด็ก



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณประโยชน์	ข้อบ่งใช้
น้ำมันกระเทียมสกัด Garlic Oil	น้ำมันกระเทียมสกัดธาตุซีลีเนียม (Selenium) วิตามินบี1	ช่วยลดปริมาณไขมันในเส้นเลือดชนิดคอเลสเตอรอล ป้องกันการเส้นเลือดอุดตัน โดยออกฤทธิ์ที่เกล็ดเลือดโดยตรง ทำให้ความดันโลหิตลดลงได้บ้าง และอาจมีที่ใช้ในรายที่มีความดันโลหิตสูงที่ไม่มากนักเป็นยาฆ่าเชื้อโรคได้หลายชนิด แม้กระทั่งเชื้อ H.PYLORI ในกระเพาะอาหาร ซึ่งอาจมีผลต่อการป้องกันโรคมะเร็งในกระเพาะอาหาร มีฤทธิ์ยับยั้งมะเร็งในลำไส้ใหญ่ในหนูทดลอง มีหลักฐานทางระบาดวิทยาว่า สามารถลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคมะเร็งในกระเพาะอาหารในคน ป้องกันการเกิดการอุดตันของเส้นเลือดหัวใจโดยตรง (ทดลองในเซลล์เพาะเลี้ยงของเส้นเลือดแดงใหญ่ในคน)	ยังไม่มีรายงานถึงความปลอดภัยต่อการทานกระเทียมในปริมาณมากในสตรีมีครรภ์
ปุ๋ยอินทรีย์ ดาวปูแดง (ชนิดเม็ด)	พืชจากธรรมชาติ	ช่วยเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน ทำให้เกิดช่องว่างอากาศในดิน ช่วยให้ดินสามารถเก็บธาตุอาหาร และอุ้มน้ำได้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้พืชสามารถดูดซึมธาตุอาหารได้ดีขึ้น เหมาะสมต่อการปลูกพืชทุกชนิด	ควรอ่านคำแนะนำเอกสารกำกับปุ๋ยอินทรีย์ให้เข้าใจเสียก่อน หากไม่เข้าใจหรือมีปัญหาสงสัย ให้ปรึกษาเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร หรือเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้การใช้ปุ๋ยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณประโยชน์	ข้อบ่งใช้
บีก ดาวปูแดง	สารอาหารที่สกัดจากธรรมชาติ กรดอะมิโนแอซิด น้ำตาลสังเคราะห์	เพิ่มธาตุอาหารให้เพียงพอต่อความต้องการของพืช ช่วยกระตุ้นการทำงานภายในของต้นพืช เช่น การสังเคราะห์แสง และการดูดซับธาตุอาหาร และน้ำของระบบราก ช่วยให้พืชฟื้นตัวได้เร็ว โดยเฉพาะพืชที่ปลูกใหม่ และพืชที่ระบบรากไม่ดีเร่งให้ใบพืชเขียวเข้มและกิ่งก้านอวบกว่าปกติเพิ่มการสะสมอาหารเพิ่มการออกดอกติดผล เร่งให้ผลโตเร็ว เร่งการเข้าสี และเพิ่มน้ำหนักเพิ่มความแข็งแรงของข้าวผล ป้องกันผลร่วงและผลแตก	ควรอ่านคำแนะนำ เอกสารกำกับการใช้ให้เข้าใจเสียก่อน หากไม่เข้าใจหรือมีปัญหาสงสัย ให้ปรึกษาเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร หรือเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้การใช้ปุ๋ยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
เอิร์บ ดาวปูแดง	สารป้องกันแมลงและหนอน สกัดจากสมุนไพร 109ชนิด	ไม่มีแมลงเข้ามารบกวน พืชที่ปลูก ทำให้พืชมีคุณภาพดี ผิวสวย เป็นที่ต้องการของตลาด มีคุณสมบัติป้องกันเชื้อรา และเป็นสารจับใบ ลดมลภาวะจากสารเคมีที่มาจากยาฆ่าแมลง ทดแทนการใช้สารเคมีจากต่างประเทศ	ควรอ่านคำแนะนำ เอกสารกำกับการใช้ให้เข้าใจเสียก่อน หากไม่เข้าใจหรือมีปัญหาสงสัย ให้ปรึกษาเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร หรือเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้การใช้ปุ๋ยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



ตาราง 3 (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ส่วนประกอบ	ข้อบ่งชี้คุณประโยชน์	ข้อบ่งใช้
แคลเซียม โบรอน ดาวปูแดง	สารสกัดจากสมุนไพรรธรรมชาติ	เป็นธาตุอาหารเสริมสำหรับพืช ช่วยเสริมสร้างผนังเซลล์ และควบคุมการแบ่งเซลล์ของพืช ช่วยกระตุ้นการสร้างตายอด ตาดอก และเสริมสร้างระบบราก ช่วยการผสมเกสร และเพิ่มการติดผล ช่วยสร้างและควบคุมการเคลื่อนย้ายแบ่ง และน้ำตาลในพืช ช่วยเพิ่มคุณภาพผลผลิต ทำให้ผลไม่มีรสขชาติ และมีสีผิวสวย ช่วยลดปัญหาการแตกและหลุดร่วงของผล	ควรอ่านคำแนะนำ เอกสารกำกับการใช้ให้เข้าใจเสียก่อน หากไม่เข้าใจหรือมีปัญหาสงสัย ให้ปรึกษาเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร หรือเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้การใช้ปุ๋ยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
ไคโตซาน พืช ดาวปูแดง	สารสกัดจากสมุนไพรรธรรมชาติ	ช่วยให้พืชกินอาหารได้ดีช่วยปรับปรุงระบบรากสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานโรคและแมลง ช่วยเพิ่มปริมาณจุลินทรีย์ในดิน ลดการละลายของปุ๋ยช้าลง	ควรอ่านคำแนะนำ เอกสารกำกับการใช้ให้เข้าใจเสียก่อน หากไม่เข้าใจหรือมีปัญหาสงสัย ให้ปรึกษาเจ้าหน้าที่กรมวิชาการเกษตร หรือเจ้าหน้าที่ด้านการเกษตรในพื้นที่ เพื่อให้การใช้ปุ๋ยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
ไคโตซาน สัตว์ ดาวปูแดง	สารสกัดจากกระดองหมึก เปลือกกุ้ง ปู	เป็นสารที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ไม่มีพิษตกค้าง จึงเหมาะสำหรับใช้ผสมอาหารสัตว์ และผสมน้ำให้สัตว์ดื่ม	ควรอ่านคำแนะนำกำกับ การใช้ให้เข้าใจหากมี ปัญหาสงสัยให้ปรึกษาเจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์

สรุปผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในรูปแบบอาหารเสริมสกัดมาจากพืช ผัก ผลไม้ สาหร่ายมีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพกายจำพวกบำรุงผิว เหมาะสำหรับทุกเพศ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรใช้บำรุงดินทำให้เจริญเติบโตได้ผลผลิตดีข้อบ่งชี้บางอย่างสำหรับแต่ละวัย เช่น บางชนิดไม่ควรใช้กับเด็ก หรือสตรีมีครรภ์หรือให้นมบุตร การขายตรงเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่แพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศไทยโดยเฉพาะภาคอีสาน แต่การธุรกิจขายตรงแบบปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากชาติตะวันตกโดยผู้ขายนำสินค้าไปนำเสนอที่บ้านต่อมาเป็นที่นิยมจึงเริ่มมีสมาชิกมีการจัดการองค์กรที่เป็นระบบยิ่งขึ้นต่อมาได้แพร่กระจายเข้ามาในเอเชีย สำหรับประเทศไทยและภาคอีสานธุรกิจประเภทนี้ได้



แพร่กระจายเข้ามาอย่างรวดเร็วและมีผู้ประกอบการประจำอยู่ที่จังหวัดต่างๆทั้งหมู่บ้าน ตำบลอำเภอ และจังหวัด

ตาราง 4 ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับความเป็นมาของวัฒนธรรมทางธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ชื่อบริษัท	เริ่มต้นดำเนินการ ปี พ.ศ.	จำนวนสมาชิก เริ่มต้น (คน)	ผลิตภัณฑ์และ ลักษณะสินค้า	สถานที่ดำเนินการ
บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ ปอเรชั่น	2552	25,320	สมุนไพร อาหาร เสริมเพื่อสุขภาพ	348/12 ถนนศรี จันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัด ขอนแก่น
บริษัทแคทดอท คอม	2552	2,343	ผลิตภัณฑ์อาหาร เสริม สุขภาพ	468 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง ขอนแก่น 40000
บริษัทยูนิซีตี	2553	3,550	คลอโรฟิลล์เพื่อ สุขภาพ	336-338 ถนนชยางกูร ตำบลขามใหญ่ อำเภอ เมือง จังหวัด
บริษัทนีโอไลฟ์	2553	5,647	อาหารเสริมเพื่อ สุขภาพ (นีโอคิง โก้)	อุบลราชธานี 464/53 หมู่ 18 ถนน ชยางกูร อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
บริษัทจีแพท ตินัม	2552	2,786	สมุนไพรโสมซาน ซีเสริมสุขภาพ	19-6/80 ถนนประดิษฐ์ ตำบลในเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
บริษัท อาเจล อินเตอร์เนชั่นแนล	2553	3,975	อาหารเสริมเพื่อ สุขภาพ	โรงแรมริมปาว จังหวัดกาฬสินธุ์
บริษัท 369 ริช พาวเวอร์	2548	6,327	สาหร่ายเพื่อ สุขภาพ	ตำบลนิคมคำสร้อย อำเภอนิคมน้ำอ้อย 126 ถนนชยางกูร จังหวัดมุกดาหาร
บริษัทนิวตริช	2554	2,346	ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อ การเกษตร	25 หมู่ 1 ตำบล หนองสูงเหนือ จังหวัดมุกดาหาร



ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อบริษัท	เริ่มต้นดำเนินการ ปี พ.ศ.	จำนวนสมาชิก เริ่มต้น (คน)	ผลิตภัณฑ์/ ลักษณะสินค้า	สถานที่ดำเนินการ
บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย)	2554	21,057	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพ	3/11 ถนนแจ้งสนิท ตำบลในเมือง จังหวัด ร้อยเอ็ด 45000
บริษัทโอทู	2554	2,586	ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อ การเกษตร	อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

ธุรกิจเครือข่าย ขายตรงในภาคอีสานเริ่มเมื่อประมาณ พ.ศ. 2530 โดยมีบริษัทแรกที่เข้ามาดำเนินการคือ บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทยได้ขยายเครือข่ายมีตัวแทนทั่วทุกภูมิภาค ผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและการเกษตร ต่อมาจึงมีหลายบริษัทเกิดขึ้นมีจำนวนมากที่สุด 25,320 และน้อยที่สุด 2,586 จำนวนไม่คงที่

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

สภาพปัญหาของธุรกิจขายตรง

1. สภาพปัญหา

ในยุคแห่งโลกาภิวัตน์ การซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต หรือที่นิยมเรียกว่า E-commerce นั้น นับว่าเป็นธุรกรรมที่นิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก เนื่องจากอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนจำนวนมากในโลกใบนี้ไปแล้ว ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้ขยายวงกว้างมากขึ้นทุกวัน ประกอบกับการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นวิธีการทำตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ในเวลาอันรวดเร็ว และใช้ต้นทุนในการลงทุนต่ำอีกด้วย

ปัญหาที่ตามมาจากการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่มีผู้บริโภคร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นจำนวนมาก ก็คือ สั่งซื้อสินค้าโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารหรือผ่านบัตรเครดิตแล้วแต่ไม่ได้รับสินค้า ได้รับสินค้าชำรุดบกพร่อง สินค้าไม่ได้มาตรฐาน สินค้าไม่เป็นไปตามที่โฆษณา ติดต่อผู้ขายไม่ได้ เหล่านี้สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น บางกรณีสั่งซื้อสินค้าประเภทยาลดความอ้วนโดยหลงเชื่อคำโฆษณาที่มักโอ้อวด เป็นเท็จ เกินจริง แล้วไปใช้ผิดวิธีไม่ได้ใช้ตามคำแนะนำของแพทย์ จนให้เสียชีวิตไปดังที่ปรากฏเป็นข่าวก็มี ดังนั้น ปัญหาที่เกิดจากการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนอกจากที่กล่าวมาแล้ว จึงควมคู่มากับการโฆษณาโอ้อวดเกินจริงเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สุจริต หวังแต่เพียงกำไรโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริโภคที่สั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตต้องระมัดระวังและตระหนักในปัญหาเหล่านี้ให้จงหนัก



2. ธุรกิจซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องจดทะเบียน

ผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำการค้าขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลมีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ. ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ก่อน จึงจะทำการค้าได้ เหตุที่กฎหมายต้องบังคับให้ต้องจดทะเบียนก็เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถตรวจสอบหรือติดตามผู้ประกอบการธุรกิจหรือบุคคลผู้ค้าขายได้ หากผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ขอย้ำว่า ผู้ทำการค้าขายสินค้าผ่านสื่อหรืออินเทอร์เน็ตที่จำเป็นต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะทำการค้าขายได้ มิใช่ค้าขายไปก่อนแล้วไปจดทะเบียนภายหลัง (จดทะเบียนขายมิใช่ขายก่อนจด) โดยแยกบุคคลที่มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนเพื่อทำการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตดังนี้

2.1. กรณีเจ้าของเว็บไซต์ที่จดทะเบียนเว็บไซต์ไว้เพื่อขายสินค้าของตนเองก็ดี หรือเป็นคนกลางในการนำสินค้าของบุคคลอื่นมาขายผ่านเว็บไซต์ก็ดี มีหน้าที่โดยตรงในการต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ. ตัวอย่างเช่น บริษัท เอ จำกัด จดทะเบียนเว็บไซต์ ชื่อ www.I Love Shopping.com โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำสินค้าของบุคคล จำนวน 100 รายการ มาขายให้แก่บุคคลทั่วไป กรณีเช่นนี้ บริษัท เอ จำกัด มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ. ก่อนจึงจะทำการค้าขายได้ ส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า ที่เป็นเจ้าของสินค้าจำนวน 100 รายการ นั้น หากเจ้าของเว็บไซต์ดังกล่าว ได้จดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. แล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ.อีก ทั้งนี้ เจ้าของเว็บไซต์จะต้องแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับชนิดหรือประเภทของสินค้า ชื่อที่อยู่ของเจ้าของผลิตภัณฑ์ วิธีการซื้อขาย เงื่อนไขต่างๆ ให้นายทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงทราบด้วย หากมีปัญหาการผิดสัญญาที่ดี สินค้าไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปลอดภัยก็ดี สคบ.ย่อมสามารถตรวจสอบและติดตามผู้ต้องรับผิดชอบได้

2.2. กรณีบริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลธรรมดา ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ขาย หากจดทะเบียนเว็บไซต์เพื่อค้าขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นของตนเอง โดยไม่ผ่านเว็บไซต์ที่เป็นสื่อกลางดังที่กล่าวมาในข้อ 1. เป็นผู้ที่มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ.โดยตรงตัวอย่างเช่น บริษัท เอ จำกัด เป็นผู้ผลิตสินค้าเครื่องสำอางเพื่อจำหน่าย โดยมีการจำหน่ายผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น บริษัท เอ จำกัด ต้องยื่นจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง (ขายสินค้าผ่านสื่อ) ก่อน จึงจะทำการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อดังกล่าวได้

2.3 ธุรกิจตลาดแบบตรง ที่มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนต่อ สคบ. ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ.2545 นั้น หมายรวมถึง บุคคลที่ทำการค้าขายสินค้าผ่านสื่ออื่นๆ ด้วย เช่น สื่อโทรศัพท์ โทรสาร หรือเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบอื่นๆ ตัวอย่างเช่น (1) บริษัท บี จำกัด เปิดสายด่วนหมายเลข 9999 เพื่อเป็นสื่อกลางหรือเป็นหน้าตัวแทนจำหน่ายในการซื้อขายสินค้าไม่ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของตนเองหรือผลิตภัณฑ์ของบุคคลอื่นให้แก่ผู้บริโภค กรณีเช่นนี้บริษัท บี จำกัด มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. ด้วยเช่นกัน (2) นางสาวสวย รุ่งงาม เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหลายรายการ จัดให้มีการโฆษณาสินค้าดังกล่าวผ่านโทรทัศน์ดาวเทียม โดยจัดให้มีการโทรศัพท์ สั่งซื้อสินค้าผ่านรายการด้วย กรณีเช่นนี้ นางสาวสวยฯ มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงก่อนจึงจะทำการค้าขายสินค้าผ่านสื่อโทรศัพท์ได้



3. บทกำหนดโทษสำหรับผู้กระทำการฝ่าฝืน ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง (ค้าขายสินค้าผ่านสื่อ) โดยไม่จดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับรายวันอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ (มาตรา 47 แห่ง พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545)

4. ธุรกิจที่ไม่อยู่ในข่ายต้องจดทะเบียน บริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลธรรมดา ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ขาย ที่ทำการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย นั้น หากประสงค์เพียงโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านสื่อเพียงอย่างเดียว โดยมิได้ประสงค์หรือมุ่งที่จะทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อด้วย แล้ว ไม่มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ.แต่อย่างใด ธุรกิจประเภทนี้มุ่งที่จะทำการตลาดในลักษณะค้าปลีกหรือค้าส่งเท่านั้น แต่การโฆษณาสินค้าหรือบริการก็เพื่อให้บริโภคู้จักมักคุ้นกับชื่อทางการค้า หรือเครื่องหมายการค้า หรือตัวสินค้าเท่านั้น และหากผู้บริโภคต้องการจะซื้อสินค้าก็สามารถไปเลือกซื้อได้ที่ร้านจำหน่ายทั่วไป โดยผู้บริโภคสามารถเห็นตัวสินค้า เห็นฉลากสินค้า เห็นรายละเอียดต่างๆ ที่ตัวผลิตภัณฑ์นั้นโดยตรง ซึ่งต่างจากการสั่งซื้อสินค้าผ่านสื่อที่ผู้บริโภคไม่มีโอกาสได้เห็นตัวสินค้าก่อนที่จะทำการซื้อขาย

ข้อสังเกต

ผู้ประกอบการธุรกิจที่ทำการค้าขายสินค้าผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต นั้น นอกจากมีหน้าที่ต้องจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. ตาม พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 แล้ว ยังมีหน้าที่ต้องจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าด้วย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบการมีตัวตนของผู้ประกอบการได้ มีตัวตนจริงหรือไม่ อยู่ที่ไหน ทำธุรกิจอะไรบ้าง (ต้องจดทะเบียนทั้งต่อ สคบ. และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า)

สภาพปัญหาธุรกิจขายตรงของบริษัทในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านการรับรู้มุมมองร่วมกัน 1) บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น สมาชิกบางรายยังไม่เข้าใจแผนการตลาดของบริษัทมากที่ควร จึงทำให้บริษัทดำเนินตามแผนได้ล่าช้า แต่ก็ยังแก้ไขจุดบกพร่องที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาระบบการตลาดให้ดียิ่งขึ้นต่อไป 2) บริษัทแคทตอคคอม ธุรกิจแบบ MLM เป็นระบบธุรกิจแบบนี้เคยสร้างปัญหาให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมมาแล้วไม่น้อย ปัญหาหลักที่พบบ่อยๆคือ สินค้าที่ซื้อมาแล้วขายไม่ออก สินค้าค้างสต็อก เก็บเงินไม่ได้ สินค้าคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน พุดจาหลอกหลวง และ ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์มักมีแต่ผู้ที่อยู่ต้นๆสายเท่านั้น 3) บริษัทยูนิซีตี้ บริษัทยังมีปัญหาเกี่ยวกับสินคาราคาสูง ทำให้ผู้ซื้อไม่ให้ความสนใจเท่าไรนัก ผู้ซื้อบางรายก็ถูกเอารัดเอาเปรียบ 4) บริษัทนีโอไลฟ์ มีระบบแผนการตลาดแบบไบนารี บาลานซ์เลค ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ทำให้ผู้ซื้อสะดวกต่อการซื้อ แต่ก็ยังมีปัญหาเรื่องสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน 5) บริษัทจีเวลทดินัม ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการลงทุนของสมาชิกเครือข่ายที่ถูกหลอกหลวง ทำให้สมาชิกบางรายไม่ได้รับประโยชน์กลับเป็นเสียประโยชน์จากการลงทุน 6) บริษัท เอเจล อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มีระบบการบริหารบริษัทที่ดี ทำให้บริษัทมีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วเพียงไม่กี่ปี สมาชิกทุกคนได้รับประโยชน์จากการลงทุน 7) บริษัท 369 ริชพาวเวอร์ ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดระบบการขายสินค้าที่ล่าช้า ทำให้ผู้ซื้อไม่สะดวกในการซื้อและลงทุนมากที่ควร 8) บริษัทนิวตริช มีระบบเครือข่าย MLM ที่มีคุณภาพ ทำให้สะดวกแก่ผู้ซื้อและลงทุน 9) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) มีระบบการตลาดหลายชั้นและ



สินค้ามีคุณภาพ ทำให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว 10) บริษัทโอทู ระบบขายตรงหลายชั้น ได้พัฒนาให้ทำการตลาดง่ายขึ้น สามารถสร้างธุรกิจให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว

2. ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 1) บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น เป็นบริษัทขายตรงแบบเครือข่าย ที่สนองต่อความต้องการ และความคาดหวังของสมาชิก ด้วยเครื่องมือนวัตกรรมทางการตลาดที่แข่งขันได้ 2) บริษัทแคทดอทคอม มีปรัชญาพื้นฐานเพื่อสร้างสันติภาพ และการแบ่งปันด้วยความจริงใจ 3) บริษัทยูนิซีตี้ บริษัทที่มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น 4) บริษัทนีโอไลฟ์ ส่งเสริมให้พี่น้องประชาชนได้มีสุขภาพที่ดีและได้ใช้สินค้าที่มีประโยชน์ สร้างระบบธุรกิจให้เป็นงานอาชีพ เสริมสร้างรายได้สู่พี่น้องประชาชน สร้างบุคลากร คุณภาพ ให้แก่สังคมอันเป็นการช่วยสนับสนุนการพัฒนาประเทศชาติ 5) บริษัทจีแพลทตินั่ม สร้างธุรกิจเครือข่ายที่เน้นการพัฒนาความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบเพื่อความยั่งยืน มั่นคง ของสมาชิก และผู้บริโภค 6) บริษัท เอเจลด อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ พร้อมส่งมอบรูปแบบชีวิตเหนือระดับ ความสำเร็จ และส่งมอบความสุขของครอบครัว ให้กับสมาชิกทั่วโลก 7) บริษัท 369 ริชพาวเวอร์ สร้างรายได้แบบใหม่เพื่อคนไทย 8) บริษัทนิวติริช นำสินค้าที่มีคุณภาพและ ถึงมือเกษตรกรด้วยความเป็นธรรม ราคาถูก โดยเฉพาะสูตรปุ๋ยที่มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องจนได้ปุ๋ยเม็ดอินทรีย์ที่มี คุณภาพสูง 9) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) สร้างชีวิตที่มีคุณค่าเพื่อทุกคน 10) บริษัทโอทู พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น กับผลิตภัณฑ์ของโอทู

3. ด้านการมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน 1) บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น สร้างเครื่องมือและระบบที่จะทำให้ผลประโยชน์ของสมาชิกซึ่งเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจของบริษัทเป็นมรดกตกทอดตลอดไป 2) บริษัทแคทดอทคอม รักการทำงาน และสร้างสถานที่ทำงานที่มีชีวิตชีวา อันเปี่ยมล้นไปด้วยพลังในการทำงาน 3) บริษัทยูนิซีตี้ สมาชิกทุกคนได้รับผลตอบแทนจากการซื้อสินค้าในราคาส่วนลดพิเศษ 4) บริษัทนีโอไลฟ์ สร้างสุขภาพและรายได้ที่ดีต่อส่วนรวม 5) บริษัทจีแพลทตินั่ม สมาชิกยังไม่ได้ผลประโยชน์จากการลงทุน เพราะถูกหลอกลวง 6) บริษัท เอเจลด อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มุ่งมั่นเพื่อเป็นผู้มอบโอกาสความมั่นคงทางด้านรายได้ให้แก่สมาชิก และลูกค้าด้วยความแข็งแกร่งทางเงิน 7) บริษัท 369 ริชพาวเวอร์ หุ้นส่วนขาดทุนจากการลงทุนและสมาชิกก็ถูกหลอกลวง 8) บริษัทนิวติริช แบ่งปันรายได้ทัดเทียมกัน ให้ได้รับผลประโยชน์ทุกภาคส่วน 9) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) กระจายรายได้จากระดับหนึ่งไปยังอีกระดับด้วยระบบการจัดการทางตลาดที่ยอดเยี่ยมทัดเทียมกัน 10) บริษัทโอทู สมาชิกหุ้นส่วนทุกคนได้รับประโยชน์พิเศษจากผู้บริหาร

4. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง 1) บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนอง และเติมเต็มความคาดหวังของสมาชิกทุกภาคส่วน 2) บริษัทแคทดอทคอม ทำงานด้วยความรู้สึกขอบคุณและหัวใจที่อ่อนน้อมของสมาชิกเครือข่าย 3) บริษัทยูนิซีตี้ สมาชิกเครือข่ายยังสามารถซื้อสินค้าในอัตราส่วนลดจากทางบริษัท 4) บริษัทนีโอไลฟ์ สร้างโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นร่วมกัน 5) บริษัทจีแพลทตินั่ม สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการร่วมตัดสินใจกับทางบริษัท 6) บริษัท เอเจลด อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ดูแลใส่ใจสมาชิกทุกคนให้ได้มีส่วนร่วมกับทางบริษัท 7) บริษัท 369 ริชพาวเวอร์ สมาชิกไม่ได้มีส่วนร่วมกับการแสดงความคิดเห็นกับทางบริษัท 8) บริษัทนิวติริช สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมคิดที่จะก้าวเดินต่อไปของธุรกิจเครือข่าย 9) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) สมาชิกทุกคนมีโอกาสในการ



แสดงความคิดเห็นและตัดสินใจกับทางบริษัทได้เป็นอย่างดี 10) บริษัทโอทู สมาชิกทุกคนได้รับสิทธิ์ในการร่วมตัดสินใจและแสดงความคิดเห็นกับทางบริษัทอย่างสม่ำเสมอต่อกัน

5. ด้านกระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 1) บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น มีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อการส่งมอบสินค้า และการบริการที่ดีสู่ความพึงพอใจสูงสุดของสมาชิก 2) บริษัทแคตตอคคอม มุ่งหวังให้ทุกคน ประสบความสำเร็จ โดยไม่จำกัดอายุ เพศ การศึกษา และ ปรารถนาจะมอบความสุข ให้แก่สมาชิกทุกคน 3) บริษัทยูนิซี้ตี้ เน้นให้สมาชิกทุกคนมีสัมพันธ์มิตรต่อกัน เคารพแล้วให้เกียรติต่อกัน 4) บริษัทนีโอไลฟ์ ส่งเสริมให้สมาชิกในเครือข่ายเป็นมิตรภาพต่อกัน 5) บริษัทจีแพลทตินั่ม ยังไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายได้อย่างมั่นคง 6) บริษัท เอเจล อินเตอร์เนชั่นแนล มุ่งมั่นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลสมาชิกในเครือข่าย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเป็นครอบครัวเดียวกันและพร้อมที่จะดูแลและก้าวเดินไปด้วยกัน 7) บริษัท 369 ริชพาวเวอร์ ยังไม่สามารถเสริมสร้างความมั่นใจต่อสมาชิกเครือข่ายได้ 8) บริษัทนิวตริช มีระบบเสริมสร้างความสัมพันธ์ให้สมาชิกเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการทำงานที่ดีขึ้นต่อไป 9) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) สามารถสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นธุรกิจลูกโซ่ที่ต้องหาเครือข่ายใหม่ ๆ อยู่สม่ำเสมอ 10) บริษัทโอทู สร้างความเชื่อมั่นและมิตรภาพที่ดีต่อสมาชิกเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ

6. ด้านการพึงอิงร่วมกัน 1) บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น มีการหาสินค้าที่มีคุณภาพ ที่ตอบสนองทุกความต้องการ ไม่ว่าจะผลิตเอง หรือพันธมิตร เพื่อเติมเต็มทุกความคาดหวังของสมาชิก 2) บริษัทแคตตอคคอม มีการจัดอบรมให้แก่สมาชิกเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ในส่วนที่ขาดหายไป 3) บริษัทยูนิซี้ตี้ มีการจัดหาผู้ชำนาญในด้านต่าง ๆ มาอบรมให้สมาชิกเครือข่ายเกิดความรู้และประสบการณ์ 4) บริษัทนีโอไลฟ์ เสริมสร้างทักษะกระบวนการในการทำงานเครือข่ายให้สมาชิกแต่ละคนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสบการณ์ในการทำงานที่ดีต่อไป 5) บริษัทจีแพลทตินั่ม สมาชิกบางคนยังขาดกระบวนการเรียนรู้ในการทำงาน 6) บริษัท เอเจล อินเตอร์เนชั่นแนล มีการอบรมให้แก่สมาชิกอยู่สม่ำเสมอ เพื่อสร้างทักษะในการทำงาน 7) บริษัท 369 ริชพาวเวอร์ สมาชิกยังขาดประสบการณ์ในการทำงาน ไม่มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกเครือข่าย 8) บริษัทนิวตริช มีการให้ความรู้แพร่ประสบการณ์ให้สมาชิกอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการทำงานที่มั่นคง 9) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จัดอบรมให้แก่สมาชิกเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง 10) บริษัทโอทู เสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่สมาชิกเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

7. ด้านการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน 1) บริษัท จอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น มีการพัฒนาเทคโนโลยี Online ที่จะให้สมาชิกดำเนินธุรกิจขายตรงได้ทุกที่ ทุกเวลา เพื่อเป็นการช่วยขยายเครือข่ายให้กับสมาชิก และบริษัทเกิดการแลกเปลี่ยนทางเครือข่ายเกิดขึ้น 2) บริษัทแคตตอคคอม มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านประสบการณ์ในการทำงานและความรู้เรื่องเครือข่าย 3) บริษัทยูนิซี้ตี้ จัดอบรมแลกเปลี่ยนความรู้สม่ำเสมอเพื่อให้เกิดทักษะในการทำงานที่ดี 4) บริษัทนีโอไลฟ์ จัดอบรมแลกเปลี่ยนให้แก่สมาชิกเครือข่ายทุกเดือน 5) บริษัทจีแพลทตินั่ม ยังขาดกระบวนการทางการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานของเครือข่าย 6) บริษัท เอเจล อินเตอร์เนชั่นแนล มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานต่อกันและกันอย่างต่อเนื่อง 7) บริษัท 369 ริชพาวเวอร์ ไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงานหรือประสบการณ์เท่าไรนัก



8) บริษัทนิวติริช มีการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการทำงานของบริษัทได้เป็นอย่างดีและต่อเนื่องมาตลอด มั่นคง 9) บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) มีการจัดประชุม อบรม และเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับธุรกิจเครือข่ายโดยตรง 10) บริษัทโอทู จัดอบรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้การทำงานของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอนอกจากนี้ยังพบว่าประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขายตรงในอีสานพบว่า

1. ขาดแคลนทั้งเงินทุนและกระแสเงินสดหมุนเวียนเรื่องเงินนี่จะเป็นปัญหาใหญ่ที่สุดในบรรดาปัญหาทั้งหลายอย่าง เพราะการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจแทบทุกอย่างล้วนต้องใช้เงินทุนแทบทั้งสิ้น ยิ่งระบบธุรกิจในปัจจุบันมีลักษณะเป็นทุนนิยมเสรีด้วยแล้ว บริษัทของผู้ประกอบการใดที่พบเจอกับปัญหานี้ล้วนต้องปวดเศียรเวียนเกล้าอย่างแน่นอน ซึ่งวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดคือผู้ประกอบการต้องจัดการบัญชีและการเงินให้ดี พร้อมทั้งวางระบบบริหารที่ถูกต้อง มีเงินทุนที่ต้องใช้จ่ายจริงและทุนสำรองที่มากเพียงพอต่อการประกอบธุรกิจ หรืออาจใช้การขอสินเชื่อจากทางธนาคารและสถาบันทางการเงินที่ปัจจุบันมีโปรแกรมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจขนาดย่อมตามที่เคยแนะนำไปแล้วในบทความก่อนหน้านี้ เข้ามาช่วยเหลือและขจัดปัญหาในส่วนนี้ ทั้งนี้เงินทุนของบริษัทควรต้องแยกออกจากเงินส่วนตัว ไม่ควรที่จะนำมาใช้ร่วมกัน เพราะอาจทำให้ผู้ประกอบการเจอเข้ากับปัญหาชีวิตของตนเองเข้ามาอีกหนึ่งปัญหา

2. ไม่มีความรู้ด้านบัญชีและกฎหมายเรื่องการทำบัญชีและข้อกฎหมายเป็นสิ่งสำคัญมากในการก่อตั้งบริษัท ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบกับปัญหานี้ค่อนข้างมาก เพราะเกือบจะทั้งหมดของผู้ก่อตั้งบริษัทมักเป็นผู้มีไอเดียความคิดสร้างสรรค์ที่มองเห็นช่องทางการทำธุรกิจและบุคคลที่เคยประกอบอาชีพหรือมีประสบการณ์ทางด้านอื่นๆ มาก่อน แต่ไม่ใช่ผู้มีความรู้หรือจบการศึกษาด้านบัญชีและกฎหมายโดยตรงจึงไม่รู้ว่าควรจัดการกับบัญชีอย่างไร การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทต้องทำแบบไหน และมีเอกสารสำคัญอะไรบ้าง ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีรายละเอียดปลีกย่อยค่อนข้างสลับซับซ้อนมาก อีกทั้งบางเรื่องผู้ประกอบการก็ไม่สามารถค้นหาได้จากอินเทอร์เน็ตแน่นอน วิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุดคือเลือกใช้บริการบริษัทรับทำบัญชีและบริษัทให้คำปรึกษาทางกฎหมายให้เป็นผู้ดูแลโดยเฉาะจะสะดวกกว่าดูแลด้วยตนเองหลายเท่าตัว และยังป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ แต่ผู้ประกอบการก็ต้องหมั่นศึกษาและเรียนรู้วิธีการทำงานของบริษัทเหล่านี้ด้วย ซึ่งหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกบริษัทบัญชีและกฎหมายนั้นต้องเลือกจากความน่าเชื่อถือเป็นสำคัญ

3. ไม่มีพนักงานที่มีความสามารถมากพอบริษัทที่เพิ่งจะก่อตั้งใหม่มักไม่ค่อยได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปซึ่งมีความรู้และประสบการณ์จึงกลายเป็นหนึ่งในปัญหาที่น่าหนักใจของผู้ประกอบการ ทางแก้ปัญหาก็ดีที่สุดคือผู้ประกอบการอาจต้องยอมจ่ายบ้างเพื่อจ้างพนักงานที่มีประสบการณ์และความรู้ที่เหมาะสมจะเข้ามาทำงานในบริษัท โดยต้องมีข้อเสนอพร้อมทั้งสวัสดิการที่น่าสนใจมากเพียงพอจะดึงดูดให้มาร่วมงานได้ แต่หากบริษัทของผู้ประกอบการติดขัดในเรื่องเงินเดือนไม่สามารถจ่ายเงินเดือนในระดับดังกล่าวก็ควรพูดคุยกับพนักงานโดยตรง พร้อมทั้งให้สัญญาใจต่อกันว่าจะขึ้นเงินเดือนให้หากผลประกอบการเมื่อสิ้นปีได้ผลบวกและมีกำไรอยู่ในระดับที่น่าพอใจ และเมื่อทำได้แล้วก็ต้องไม่หลงลืมสัญญา เพียงเท่านั้นบริษัทก็น่าจะได้สมาชิกใหม่ซึ่งเป็นพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทอย่างแน่นอน



4. ไม่มีเครือข่ายสังคมธุรกิจที่กว้างมากพอสำหรับผู้ประกอบการมือใหม่ มักพบปัญหาการสร้างเครือข่ายอย่างแน่นนอน แต่ถึงอย่างไรก็ต้องยอมรับว่าการมีเครือข่ายสังคมจะช่วยผลักดันการทำธุรกิจได้อย่างมาก เพราะเครือข่ายสังคมจะช่วยกระจายข่าวเกี่ยวกับบริษัทและการดำเนินธุรกิจของเราไปสู่บุคคลภายในภาคส่วนต่างๆ ของสังคม ทำให้ผู้สนใจอยากจะใช้บริการและให้การสนับสนุนธุรกิจมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้เครือข่ายสังคมไม่ใช่สิ่งที่จะสร้างกันได้ง่ายๆ ต้องอาศัยระยะเวลาบวกกับเทคนิคมนุษยสัมพันธ์ จริยอยู่ที่ว่าผู้ประกอบการธุรกิจควรสร้างเครือข่ายไว้ตั้งแต่ก่อนเริ่มก่อตั้งบริษัท แต่ก็เชื่อว่าจะสายเกินไปที่จะสร้างสังคมธุรกิจขึ้นหลังจากเปิดตัวบริษัทไปแล้ว เพราะคำว่ามีตราพอย์นออกเหนือข้อจำกัดเรื่องกรอบเวลาเสมอ ทุกนาที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างเพื่อนได้มากกว่าสร้างศัตรูแน่นอน

5. ขาดความน่าเชื่อถือเพราะไม่มีประสบการณ์ไม่มีประสบการณ์เป็นปัญหาอีกหนึ่งเรื่องที่บริษัทเปิดใหม่มักพบเจอโดยเฉพาะเวลาออกไปขายงานกับลูกค้า เพราะสิ่งที่ลูกค้าอยากรู้เป็นอันดับแรกในการสนทนาก็คือเรื่องประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาของบริษัท ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดของบริษัทเปิดใหม่ที่ยังมีผลงานไม่มากนัก ดังนั้นทางออกที่ดีที่สุดคือนำเอาประวัติการทำงานส่วนตัวซึ่งเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่กำลังทำอยู่ออกมาแสดงอาจจะเป็นทางออกที่ดีที่สุด โดยผลงานที่นำออกมาแสดงต้องมีความน่าเชื่อถือสูงกว่าปกติทั่วไป แต่หากผู้ประกอบการไม่มีประวัติการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่กำลังทำอยู่เลยเพราะเพิ่งจับตลาดและทำธุรกิจเป็นครั้งแรก ก็ขอให้แสดงรูปแบบและอธิบายวิธีการทำงานของบริษัทให้ลูกค้าฟังอย่างละเอียดแทนและขอให้เพิ่มการรับประกันคุณภาพการทำงานด้วย เพราะจะทำให้บริษัทของผู้ประกอบการสามารถขายงานหรือทำสัญญาทางธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น

6. ธุรกิจขาดทุนปัญหาสุดท้ายที่มักพบสำหรับธุรกิจเปิดใหม่และเป็นเรื่องที่หนักหนาเอาการก็จริงไหมพินเรื่องการขาดทุนอย่างแน่นนอน ซึ่งเมื่อเกิดปัญหานี้ขึ้นแล้ว หากบริษัทเปิดใหม่มีเงินทุนสำรองไม่มากก็มักต้องปิดกิจการไปหลายราย ซึ่งวิธีแก้ปัญหาก็ดีที่ที่สุดก็คือผู้ประกอบการต้องทำแผนธุรกิจให้ละเอียดทุกเรื่องรวมถึงช่องทางและวิธีการแก้ปัญหาหากยอดขายและผลกำไรไม่เป็นไปตามเป้าที่วางไว้ ซึ่งช่องทางและวิธีแก้ไขปัญหารวมถึงแหล่งเงินทุนสำรองควรต้องระบุลงไปให้ชัดเจนในแผนธุรกิจด้วย จึงจะสามารถป้องกันไม่ให้เกิดปัญหานี้เกิดขึ้นได้อย่างมีระบบและเป็นรูปธรรมถาวรสรุปได้ว่าธุรกิจเครือข่ายและขายตรงเกิดจากสาเหตุ เครือข่ายขายตรงเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไรจากการขายสินค้าที่ผลิตโดยกลุ่มบริษัท แต่ส่วนใหญ่พบว่า ราคาสูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันและสินค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามามีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของชาวอีสาน คือ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพและการเกษตร ส่วนการตลาดมีรูปแบบที่คล้ายกันคือ การขายของที่สมาชิก ผู้ที่เป็นหัวหน้าจะได้รับผลประโยชน์จำนวนมาก ด้านความยุติธรรมระหว่างผู้ค้าและผู้บริโภคกับประสบปัญหาอย่างต่อเนื่อง ปัญหาของธุรกิจเครือข่ายและขายตรงที่จะสร้างแนวทางร่วมกันคือ การรับรู้มุมมองร่วมกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การมีผลประโยชน์ร่วมกันและมีความสนใจเรื่องเดียวกัน การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายขายตรงอย่างกว้างขวาง กระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การพึ่งพาอาศัยกัน ปละการปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน





ภาพประกอบ 26 ผู้วิจัยและพนักงานที่ดูแลเกี่ยวกับกับธุรกิจเครือข่าย ขายตรง

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

การเฝ้าระวังจากธุรกิจเครือข่ายและขายตรง

ปัจจุบันรูปแบบการหลอกลวงประชาชนได้มีการพัฒนาออกไปมากขึ้น และมักมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบโดยใช้วิธีการอ้างธุรกิจใหม่ๆ ที่น่าสนใจมาบังหน้า ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจหนึ่งที่กลุ่มมิจฉาชีพนำมาใช้บังหน้าและใช้แผนการทำตลาดขายตรงและตลาดแบบตรงที่ผิดกฎหมายโดยการชักชวนประชาชนทั่วไปให้สมัครสมาชิกเข้าร่วมธุรกิจสร้างเครือข่าย และมีการตกลงให้ผลประโยชน์ตอบแทนในอัตราที่สูงจากการหาผู้เข้าร่วมเครือข่าย และวิธีการทำตลาดในลักษณะที่เข้าถึงผู้บริโภค โดยการเสนอขายสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของบุคคลอื่นหรือสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ การเสนอขายสินค้าหรือบริการในลักษณะดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคอยู่ในสภาวะการณ์ที่ไม่อาจตัดสินใจตกลงหรือซื้อสินค้าหรือรับบริการได้อย่างอิสระและรอบคอบและปัจจุบันกลุ่มบุคคลดังกล่าวมักใช้โรงแรมตามหัวเมืองในต่างจังหวัดในการระดมสมาชิกและสร้างเครือข่ายมากขึ้น

การระดมทุนหรือการสร้างเครือข่ายสมาชิกดังกล่าวข้างต้นเข้าข่ายผิดกฎหมายว่าด้วยการขายตรงและตลาดแบบตรงซึ่งส่วนใหญ่ได้ใช้วิธีการบังคับการขายสินค้าด้วยคุณภาพและราคาแพงเกินจริงให้กับประชาชนและถือว่าการฉ้อโกงประชาชน หากขยายตัวออกไปมากขึ้นจะส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยรวมและส่งผลเสียหายต่อประเทศอย่างมากเนื่องจากเงินที่ได้จากการระดมทุนจากเครือข่ายสมาชิก จะต้องนำไปจัดคิวเงินหรือที่เรียกว่าระบบเงินต่อเงิน โดยมีได้มีการนำเงินไปประกอบการลงทุนใดๆ ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ขึ้นมาแต่อย่างใด

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นรูปแบบหนึ่งของการประกอบธุรกิจที่มีกฎหมายควบคุมและกำกับดูแล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจดทะเบียนและแผนการทำตลาดต้องเป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายและเป็นไปตามกลไกทางตลาด ซึ่งสามารถสร้างงาน สร้างรายได้ และ



สร้างความเติบโตให้กับระบบเศรษฐกิจได้เป็นอย่างมากหากการดำเนินธุรกิจดังกล่าวเป็นไปตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขที่ทางราชการกำหนด แต่ปัจจุบันได้มีการแอบอ้างธุรกิจขายตรงมาบังหน้าโดยการโฆษณาว่าอ้างว่าเป็นบริษัทที่ได้จดทะเบียนประกอบธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงถูกต้องตามกฎหมายเพื่อทำให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นในการร่วมทำธุรกิจด้วยการแอบแฝงและเอาธุรกิจขายตรงมาบังหน้าทำให้ประชาชนเกิดความสับสนและหวาดระแวงต่อผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงที่ถูกต้องตามกฎหมายว่าธุรกิจที่นำมาเสนอนั้นจะเป็นธุรกิจการขายตรงหรือธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่หรือไม่

การสร้างแผนการตลาดและอาศัยกระบวนการสลับซับซ้อนและให้ผลประโยชน์ที่มีมูลค่าสูงแก่สมาชิกที่เข้าร่วมเครือข่าย และสามารถทำรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ผู้ประกอบการดังกล่าว ทำให้ประชาชนจำนวนมากตกเป็นเหยื่อ สูญเสียทรัพย์สินเงินทองเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทรัพย์สินหรือเงินที่กลุ่มมีฉฉาชีพได้มาโดยวิธีการที่ผิดกฎหมายเหล่านี้ถูกนำไปผ่านกระบวนการฟอกเงินทำให้เป็นเงินสะอาด เพื่อใช้ประกอบอาชญากรรมอื่นๆ ต่อไป รวมทั้งนำไปใช้เป็นต้นทุนในการกระทำความผิดครั้งต่อไป เกิดเป็นวงจรอาชญากรรมที่ไม่มีวันสิ้นสุด อันส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนโดยรวมเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการจูงใจประชาชนผ่านสื่อต่างๆ โดยภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสาร รู้เท่าทันเล่ห์เหลี่ยมกลโกงของกลุ่มบุคคลเหล่านี้จะเป็นแนวทางหนึ่งในการป้องกันประชาชนไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่มากยิ่งขึ้น

การแพร่ระบาดของธุรกิจแชร์ลูกโซ่ที่แอบแฝงธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จะเห็นได้ว่าได้มีการพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างหลากหลายสลับซับซ้อนมากขึ้น อาศัยช่องทางหลักเล็งกฎหมายในลักษณะใหม่ๆ หรือการแอบแฝงกับธุรกิจประเภทใหม่ๆ ที่ถูกกฎหมายอยู่เสมอ จึงเป็นการยากอย่างยิ่งในการติดตามจับกุมผู้กระทำความผิดและใช้เวลานานในการรวบรวมพยานหลักฐานและการสืบสวน ความเสียหายที่เกิดขึ้นจึงค่อนข้างมากทั้งในด้านจำนวนผู้ที่ตกเป็นเหยื่อ และมูลค่าของความเสียหาย นอกจากนี้ ธุรกิจขายตรงแอบแฝงแบบแชร์ลูกโซ่ยังได้พัฒนาโดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการระดมเครือข่าย ทำให้ยากต่อการสืบหาตัวผู้กระทำความผิดมาลงโทษ

แนวทางในการแก้ไขปัญหา หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเสริมสร้างความรู้ ความเชี่ยวชาญ ให้แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ โดยสนับสนุนให้มีการวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูล และติดตามวิวัฒนาการความเคลื่อนไหวของรูปแบบและลักษณะการหลอกลวงว่ามีแนวโน้มไปในทางใด รวมทั้งควรเสริมสร้างทักษะในการปฏิบัติหน้าที่และการดำเนินคดีแชร์ลูกโซ่ให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ภาครัฐทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคต้องประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ และเตือนให้ประชาชนทราบถึงภัยการหลอกลวงจากธุรกิจแชร์ลูกโซ่ที่แอบแฝงมากับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยแนวทางในการประชาสัมพันธ์ จะต้องมีการรูปแบบและลักษณะของการหลอกลวง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใจและแยกแยะให้ได้ว่าธุรกิจใดเป็นธุรกิจที่ผิดกฎหมายเข้าข่ายการฉ้อโกงประชาชน นอกจากนี้ มีการเปิดเผยข้อมูลรายชื่อบริษัทที่ทางการได้รับทราบข้อมูลมาว่าอาจกระทำการที่เข้าข่ายเป็นความผิดกฎหมาย พร้อมกับสถานที่ตั้งโดยละเอียด เพื่อให้ประชาชนรับทราบข้อมูลและความเคลื่อนไหวของธุรกิจประเภทนี้อย่างต่อเนื่อง



วิธีสังเกตธุรกิจขายตรงแอบแฝงที่เข้าข่ายเป็นแชร์ลูกโซ่

1. พิจารณาจากจำนวนสินค้า หรือสิ่งของที่ได้รับการร่วมลงทุนในธุรกิจ หากมีการซื้อขายแต่ไม่ได้รับสินค้าหรือสิ่งของใดในการร่วมลงทุน ให้ระวังไว้ว่า ท่านอาจกำลังตกเป็นเหยื่อในการหลอกลวง

2. หากได้รับสินค้าจากการลงทุนทำธุรกิจแชร์ แต่สินค้าที่ได้มาในการลงทุนไม่คุ้มกับจำนวนเงินที่ต้องเสียไป เช่น การซื้อเครื่องใช้ส่วนตัวหรือเครื่องใช้สำนักงาน หรือธุรกิจแชร์อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ จะถูกหลอกให้ ร่วมลงทุน แล้วต้องหาลูกค้ารายอื่นๆ เข้ามาร่วมลงทุนต่อไปเรื่อยๆ โดยแต่ละรายต้องลงทุนไปจำนวนเงิน 20,000 บาท แต่ได้สินค้าตอบแทนมาเพียงเล็กน้อย เช่น อุปกรณ์ล้างรถ และกระป๋องน้ำยาขัดรถ ราคารวมประมาณ 1,500 บาท เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ทันทีว่า ไม่คุ้มกับจำนวนเงินที่ชำระไป ซึ่งการกระทำโดยการให้สิ่งตอบแทนที่ไม่คุ้มกับราคานี้ เป็นเพียงการหลอกลวงให้มีความเชื่อว่ามีลักษณะดูเหมือนว่าเป็นการซื้อขาย กันจริงเท่านั้น

3. ในกรณีการชักชวนทำธุรกิจที่ไม่มีสินค้า แต่แอบแฝงมาในรูปแบบของบริการหรือมีลักษณะที่ไม่เป็นรูปธรรม จับต้องไม่ได้ เช่น ชักชวนลงทุนทำธุรกิจให้เข้าพื้นที่ในจัดทำเว็บไซต์ โดยจะมีการชักชวนประชาชนว่าเป็นการเข้าไปสมัครเช่า Hosting และทำธุรกิจโดยการให้เข้าพื้นที่ในการจัดทำเว็บไซต์ในลักษณะเช่าต่อกันไปหลายราย ดูเสมือนว่า มีการซื้อขายของกันจริง แต่ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในด้านคอมพิวเตอร์โดยทั่วไป จะทราบดีว่าการเปิดเว็บไซต์ในแต่ละเว็บไซต์จะมีค่าใช้จ่ายน้อยมาก ฟรีเว็บไซต์เลยก็มี และเว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์ที่ทำการเปิดแทบที่จะมีค่าน้อยหรือไม่มีค่าใดๆเลย และที่สำคัญคนที่ต้องการจะจัดทำเว็บไซต์จริงๆแล้ว ไม่จำเป็นจะต้องมาขอเช่าพื้นที่จากกลุ่มธุรกิจดังกล่าวแต่อย่างใด

4. พิจารณาจากรายได้ผลตอบแทน จากการประกอบการของธุรกิจที่มีการชักชวนให้ร่วมลงทุน หากผลประโยชน์มีลักษณะที่สูงเกินกว่าปกติ ที่สามัญชนในการประกอบการค้าประเภทนั้นๆ พึงได้ ให้สันนิษฐานได้ว่าน่าจะเข้าข่ายลักษณะของการฉ้อโกงประชาชนให้ร่วมลงทุนทำธุรกิจแชร์ ที่ผิดกฎหมาย และอาจถูกหลอกลวงได้

5. การทำธุรกิจโดยการชักชวนประชาชนร่วมลงทุนในลักษณะเครือข่าย หรือลักษณะแชร์ลูกโซ่ หากถูกต้องตามกฎหมาย ธุรกิจเหล่านี้จะต้องทำการจดทะเบียนต่อสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยต้องทำการชี้แจงแผนการทำตลาดให้ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ทราบในรายละเอียดของการประกอบธุรกิจที่ชัดเจนทุกขั้นตอน

6. พิจารณาจากที่ทำการที่ตั้งอันเป็นหลักแหล่งของผู้ประกอบการรวมทั้งการติดต่อของผู้ชักชวนให้ประกอบธุรกิจร่วมว่า มีที่ตั้งของสำนักงานในการประกอบธุรกิจที่แน่นอนหรือไม่ และสามารถที่จะติดต่อได้ตลอดเวลาทำการหรือไม่ หากมีการย้ายที่ประกอบการไปมาบ่อยครั้ง ปิดเว็บไซต์ หรือไม่ สามารถที่จะติดต่อได้ น่าจะเป็นการประกอบธุรกิจเพื่อประสงค์ฉ้อโกงประชาชน

วิธีการป้องกันตนเองจากการถูกหลอกลวง

อย่าหลงเชื่อบุคคลหรือบริษัทที่ชักชวนให้นำเงินมาลงทุนในธุรกิจใดๆ ก็ตามที่ให้ผลประโยชน์ตอบแทนสูงมากในเวลาอันรวดเร็ว หรือหากมีการเร่งรัดให้นำเงินมาลงทุน ขอให้พึงทราบได้เลยว่ากำลังจะถูกหลอกลวง ซึ่งจะทำให้สูญเสียเงินทองและทรัพย์สินในที่สุด นอกจากนี้ ควรตรวจสอบข้อมูลของบุคคลหรือบริษัทอย่างรอบคอบว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด และตรวจสอบเอกสารที่ได้มาว่าเป็นเอกสารที่ถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่และหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบ



ในการออกเอกสารดังกล่าว และหากพบเห็น สงสัย หรือได้รับความเสียหายจากการกระทำของ
ผู้ประกอบการดังกล่าว โปรดแจ้ง ศูนย์รับแจ้งการเงินนอกระบบ

ข้อควรปฏิบัติสำหรับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือบริการ

ข้อควรปฏิบัติหลังจากซื้อสินค้าหรือบริการ

ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการใช้ความระมัดระวังตามสมควร ในการซื้อสินค้าหรือบริการ
ได้แก่ การให้ความสำคัญหลากหลายของสินค้าและการโฆษณาสินค้าหรือบริการ

1. ผู้บริโภคต้องตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบสินค้าแต่
ละยี่ห้อ ก่อนตัดสินใจเลือกสินค้าหลากหลายของสินค้าที่ควบคุมคุณภาพจะต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

1.1 ชื่อประเภท หรือชนิดของสินค้าที่แสดงให้เห็นให้เข้าใจ ได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร
ในกรณีที่สินค้าสั่งหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

1.2 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้า ที่จดทะเบียนในประเทศไทย ของผู้ผลิตเพื่อขาย
ในประเทศไทย

1.3 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้า ที่จดทะเบียนในประเทศไทย ของผู้ส่งหรือนำ
เข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย

1.4 สถานที่ตั้งของผู้ผลิตเพื่อขาย หรือของผู้ส่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักร
เพื่อขายแล้วแต่กรณี

1.5 ต้องแสดงขนาดหรือมิติ หรือปริมาณ หรือปริมาตร หรือน้ำหนักของสินค้านั้น
แล้วแต่กรณี สำหรับหน่วยที่ใช้จะใช้ชื่อเต็มหรือชื่อย่อหรือสัญลักษณ์แทนก็ได้

1.6 ต้องแสดงวิธีใช้ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้านั้นใช้เพื่อสิ่งใด

1.7 ข้อแนะนำในการใช้หรือห้ามใช้ เพื่อความถูกต้องในการที่ให้ประโยชน์แก่
ผู้บริโภค

1.8 วันเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุการใช้ หรือวันเดือนปีที่ควรใช้
ก่อน วันเดือนปีที่ระบุขึ้น เพื่อให้เข้าใจในประโยชน์ของคุณภาพหรือคุณสมบัติของสินค้านั้น (ถ้ามี)

1.9 ราคาโดยระบุหน่วยเป็นบาท และจะระบุเป็นเงินสกุลอื่นก็ได้

2. สอบถามข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ คุณภาพของสินค้าจากผู้ขาย หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว

3. ศึกษาเงื่อนไข หรือข้อจำกัดของสินค้า เช่น วัน เดือน ปี ที่ผลิตหรือหมดอายุ
วิธีการใช้ การเก็บรักษา ค่าเตือนหรือข้อควรระวังของสินค้าให้เข้าใจ อย่างท่วงแท้ เพื่อผู้บริโภค สามารถ
ใช้สินค้าได้อย่างเต็ม ประสิทธิภาพ และ ประหยัด

4. ร้องขอให้หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องตรวจสอบคุณภาพ และปริมาณของสินค้าว่าเป็น
จริง ตามที่ระบุไว้ที่ฉลากของสินค้าหรือไม่ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและเป็นธรรม แก่ผู้บริโภค

5. ผู้บริโภคอย่าด่วนหลงเชื่อคำโฆษณาของสินค้า หรือบริการ ต้องศึกษาเงื่อนไข
รายละเอียดอื่น ๆ ของตัวสินค้า หรือ บริการที่อาจไม่ได้ระบุไว้ใน การโฆษณา เนื่องจากการโฆษณา
สินค้าหรือบริการ ของผู้ประกอบการธุรกิจ ส่วนใหญ่จะเสนอแต่ข้อดีและเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค
ส่วนข้อเสีย มักจะไม่กล่าวถึงในการโฆษณา จึงจำเป็นที่ผู้บริโภคต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม จากการ
สอบถามผู้ขาย หรือบริษัทผู้ผลิต



ข้อความโฆษณาต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความเป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคมเป็นส่วนรวม

1. ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง
2. ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะเป็นการกระทำ โดยใช้ หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นความจริง หรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
3. ข้อความที่เป็นการสนับสนุน โดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสีย ในวัฒนธรรมของชาติ
4. ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยก หรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

5. ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนด ในกระทรวงที่ ผู้ประกอบธุรกิจต้องระบุข้อความให้ครบถ้วน หากฝ่าฝืนมีโทษตามกฎหมาย

ข้อควรปฏิบัติหลังจากซื้อสินค้าหรือบริการ

ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการเก็บรักษาพยานหลักฐานต่าง ๆ ที่แสดงถึง การละเมิดสิทธิของผู้บริโภคไว้ เพื่อการเรียกร้องตามสิทธิของตน พยานหลักฐาน ดังกล่าว อาจเป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นว่ามีปริมาณ หรือคุณภาพไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ที่ระบุไว้ในฉลาก มีความสกปรก หรือมีพิษที่ก่อให้เกิดอันตราย ควรจำสถานที่ซื้อสินค้าหรือบริการนั้นไว้ เพื่อประกอบการร้องเรียน และต้องเก็บเอกสารโฆษณา และใบเสร็จรับเงินเอาไว้ด้วย

เมื่อมีการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคขึ้น ผู้บริโภคมีหน้าที่ในการดำเนินการร้องเรียน ตามสิทธิของตน โดยร้องเรียนไปยัง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสินค้าหรือบริการนั้นหรือ ร้องเรียนมาที่สำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคต่างจังหวัดร้องเรียนที่คณะอนุกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัดการเตรียมตัวเพื่อร้องทุกข์สำหรับผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาตรา 4 ได้บัญญัติสิทธิ

ของผู้บริโภคที่จะได้รับการคุ้มครอง 5 ประการ ได้แก่

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ

3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

4. สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา

5. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ดังนั้นการร้องทุกข์ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม จากการซื้อสินค้าหรือบริการ ถือเป็นเรื่องที่ชอบธรรม ที่ผู้บริโภคควรกระทำ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจลดใช้ความเสียหาย และเพื่อเป็นการลงโทษหรือปรามมิให้ ผู้ประกอบธุรกิจเอารัดเอาเปรียบผู้ บริโภค

การเตรียมตัวของผู้บริโภค เพื่อจะมาร้องทุกข์เป็นขั้นตอน ที่มีความสำคัญ หากเอกสารหลักฐานที่ผู้บริโภค นำมาไม่ครบถ้วน จะทำให้ผู้บริโภคเสียเวลา ในการยื่นเรื่อง การเตรียมเอกสาร หลักฐานของผู้ร้องเรียน



ผู้ร้องเรียนจะต้องเตรียม เอกสารหลักฐานให้พร้อม เพื่อจะนำมาใช้ประกอบกับการ
บันทึกเรื่องเรียน ดังนี้ กรณีร้องเรียนเรื่องบ้าน ที่ดินจัดสรรและอาคารชุด (เอกสารทั้งหมดให้ถ่ายสำเนา
5 ชุด)

1. บัตรประจำตัวประชาชน/บัตรประจำตัวข้าราชการ
2. ทะเบียนบ้านผู้ร้องเรียน
3. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการธุรกิจ
4. หนังสือจอง, สัญญาจอง, สัญญาจะซื้อขาย
5. เอกสารโฆษณา, ภาพถ่าย (ถ้ามี)
6. ใบเสร็จรับเงิน, เอกสารรับเงินเรียงลำดับการชำระค่างวด
7. หนังสือ, จดหมายโต้ตอบระหว่างผู้ร้องเรียน กับผู้ประกอบการธุรกิจ (ถ้ามี)
8. เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นสำเนาโฉนดที่ดิน สำเนาหนังสือรับรอง ทะเบียนนิติ

บุคคล เป็นต้น

9. เตรียมไปรษณียบัตร จำนวน 1 แผ่นพร้อมกรอก ชื่อ -ที่อยู่ของ ผู้ร้องเรียน
10. เตรียมอากรแสตมป์จำนวน 30 บาท

การยื่นเรื่องร้องเรียน

ผู้บริโภคยื่นเรื่องร้องเรียน ที่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (กรุงเทพฯ)
หรือคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ในจังหวัดที่ท่านอาศัยอยู่ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้ร้องเรียนกรอกรายละเอียด ในแบบบันทึกคำร้องเรียนพร้อมแนบเอกสาร
(เอกสารลงชื่อรับรองสำเนาทุกฉบับ) มอบให้เจ้าหน้าที่
2. ผู้ร้องเรียนกรอกรายละเอียด ในแบบหนังสือมอบอำนาจ (มอบอำนาจให้ สคบ.
ดำเนินการแทนผู้ร้อง) พร้อมติดอากรแสตมป์จำนวน 30 บาท
3. กรณีผู้บริโภคไม่สามารถร้องเรียนด้วยตนเองได้ ผู้มาร้องเรียนแทน จะต้องมี
หนังสือรับรองมอบ อำนาจจากผู้บริโภค (พร้อมติดอากรแสตมป์จำนวน 30 บาท) นำมายื่นต่อ
เจ้าหน้าที่ด้วย

ตาราง 5 แสดงสภาพปัญหาและวิธีดำเนินการ และตัวชี้วัดในการเฝ้าระวังธุรกิจเครือข่ายและขายตรง

พื้นที่วิจัย	สภาพปัญหาการเฝ้าระวัง	จุดประสงค์	วิธีดำเนินการ	ตัวชี้วัด
ขอนแก่น	เกิดกลุ่มธุรกิจขายตรงทั้ง ที่ได้อิทธิพล และกลุ่มที่ เกิดจากการลอกเลียน และทำการค้าบางชนิดทำ ให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ ไม่มีคุณภาพ	เพื่อป้องกันการ โฆษณาชวนเชื่อ และสร้าง เครือข่ายระหว่าง หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน	ประสานงานเพื่อให้ รับทราบข้อมูลข้อที่ ควรระวังในการ ประกอบธุรกิจและ การใช้สินค้าในวงจร ธุรกิจขายตรง	กลุ่มเป้าหมาย ในพื้นที่วิจัยเข้า ในสภาพปัญหา และแนวทาง ป้องกัน



ตาราง 5 (ต่อ)

พื้นที่วิจัย	สภาพปัญหาการเฝ้าระวัง	จุดประสงค์	วิธีดำเนินการ	ตัวชี้วัด
อุบลราชธานี	เกิดกลุ่มธุรกิจขายตรงทั้งที่ได้สิทธิพล และกลุ่มที่เกิดจากการลอกเลียน และทำการค้าบางชนิดทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	เพื่อป้องกันการโฆษณาชวนเชื่อ และสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	ประสานงานเพื่อให้รับทราบข้อมูลข้อที่ควรระวังในการประกอบธุรกิจและการใช้สินค้าในวงจรธุรกิจขายตรง	กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่วิจัยเข้าในสภาพปัญหาและแนวทางป้องกัน
กาฬสินธุ์	เกิดกลุ่มธุรกิจขายตรงทั้งที่ได้สิทธิพล และกลุ่มที่เกิดจากการลอกเลียน และทำการค้าบางชนิดทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	เพื่อป้องกันการโฆษณาชวนเชื่อ และสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	ประสานงานเพื่อให้รับทราบข้อมูลข้อที่ควรระวังในการประกอบธุรกิจและการใช้สินค้าในวงจรธุรกิจขายตรง	กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่วิจัยเข้าในสภาพปัญหาและแนวทางป้องกัน
มุกดาหาร	เกิดกลุ่มธุรกิจขายตรงทั้งที่ได้สิทธิพล และกลุ่มที่เกิดจากการลอกเลียน และทำการค้าบางชนิดทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	เพื่อป้องกันการโฆษณาชวนเชื่อ และสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	ประสานงานเพื่อให้รับทราบข้อมูลข้อที่ควรระวังในการประกอบธุรกิจและการใช้สินค้าในวงจรธุรกิจขายตรง	กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่วิจัยเข้าในสภาพปัญหาและแนวทางป้องกัน
ร้อยเอ็ด	เกิดกลุ่มธุรกิจขายตรงทั้งที่ได้สิทธิพล และกลุ่มที่เกิดจากการลอกเลียน และทำการค้าบางชนิดทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	เพื่อป้องกันการโฆษณาชวนเชื่อ และสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	ประสานงานเพื่อให้รับทราบข้อมูลข้อที่ควรระวังในการประกอบธุรกิจและการใช้สินค้าในวงจรธุรกิจขายตรง	กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่วิจัยเข้าในสภาพปัญหาและแนวทางป้องกัน

แนวทางการเฝ้าระวัง

1. การخذใช้เมื่อไม่ได้รับความยุติธรรม กรณีนี้โดยหลักทางกฎหมายมีไว้เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว และหากพบว่ามีกรกระทำผิดหรือสินค้าไม่ได้คุณภาพเป็นโทษต่อผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่จะต้องให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดการประกาศและรับสินค้าดังกล่าวซึ่งอาจเป็นอันตรายคืนจากผู้บริโภคเพื่อทำการแก้ไขหรือเปลี่ยนให้ใหม่ภายในเวลาที่กำหนดโดยค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบธุรกิจเองแต่ถ้าเป็นกรณีที่ไม่อาจแก้ไขหรือดำเนินการตามที่กล่าวข้างต้นได้ ก็ให้ใช้ราคาตามที่โดยคำนึงถึงลักษณะและสภาพของสินค้าขณะรับคืน รวมทั้งความสุจริตของผู้ประกอบธุรกิจประกอบ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้า



ที่เหลืออยู่และให้เรียกเก็บสินค้าที่ยังไม่ได้จำหน่ายแก่ผู้บริโภคกลับคืนจนกว่าจะได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงสินค้าดังกล่าวให้มีความปลอดภัย แต่ถ้าเป็นกรณีที่ไม่สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ ผู้ประกอบธุรกิจผลิตหรือนำเข้าสินค้านั้นก็ได้และหากเป็นที่สงสัยว่าผู้ประกอบธุรกิจจะเก็บสินค้าที่เหลือไว้เพื่อจำหน่ายต่อไป หากไม่เป็นไปตามความยุติธรรมประชาชนสามารถนำข้อมูลกับกรมคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) โดยพิจารณาสิทธิภายใต้กฎหมาย สิทธิคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครองดังต่อไปนี้

1. สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
2. สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
3. สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ (3 ทวิ)* สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา
4. สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้

ตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541 ฉบับ (2) โดยมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้ มาตรา 3 ให้ยกเลิกบทนิยามคำว่า “ผู้บริโภค” ในมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522และให้ใช้ข้อความต่อไปนี้แทน

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม”

มาตรา 4 ให้เพิ่มบทนิยามคำว่า “สัญญา” ระหว่างบทนิยามคำว่า “ฉลาก” และคำว่า “คณะกรรมการ” ในมาตรา3แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ดังต่อไปนี้

“สัญญา” หมายความว่า ความตกลงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจเพื่อซื้อและขายสินค้าหรือให้และบริการ”

มาตรา 5 ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็น (3 ทวิ) ของมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 “(3ทวิ) สิทธิที่จะได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญา”

มาตรา 6 ให้ยกเลิกความในมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา 9 ให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการคุ้มครอง

มาตรา 11 ให้ยกเลิกความในมาตรา 31 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา 31 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลากจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริงและไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า
2. ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้
 - 2.1 ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตหรือของผู้นำเข้าเพื่อขายแล้วแต่กรณี
 - 2.2 สถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้าแล้วแต่กรณี



2.3 ระบุข้อความที่แสดงให้เข้าใจได้ว่าสินค้านั้นคืออะไร ในกรณีที่ป็นสินค้านำเข้าให้ระบุชื่อประเทศที่ผลิตด้วย

3. ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ได้แก่ ราคา ปริมาณ วิธีใช้ ข้อเสนอ คำเตือน วัน เดือน ปีที่หมดอายุในกรณีเป็นสินค้าที่หมดอายุได้ หรือกรณีอื่น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ให้ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ส่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายซึ่งสินค้าที่ควบคุมฉลาก แล้วแต่กรณี เป็นผู้จัดทำฉลากก่อนขายและฉลากนั้นต้องมีข้อความดังกล่าวในวรรคหนึ่ง ในการนี้ ข้อความตามวรรคหนึ่ง (2) และ (3) ต้องจัดทำตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

มาตรา 14 ให้ยกเลิกความในมาตรา 47 และมาตรา 48 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“มาตรา 47 ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะเป็นของตนเองหรือผู้อื่น โฆษณาหรือใช้ฉลากหรือใช้ฉลากที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเช่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

ถ้าผู้กระทำความผิดตามวรรคหนึ่งกระผิดซ้ำอีก ผู้กระทำความต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 48 ผู้ใดโฆษณาโดยใช้ข้อความตามมาตรา 22 (3) หรือ (4) หรือข้อความตามที่กำหนดในกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 22 (5) หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรา 23 มาตรา 24 มาตรา 25 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

“มาตรา 52 ผู้ใดขายสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 โดยไม่มีฉลากหรือมีฉลากแต่ฉลากหรือการแสดงฉลากนั้นไม่ถูกต้อง หรือขายสินค้าที่มีฉลากที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากสั่งเลิกใช้ตามมาตรา 33 ทั้งนี้ โดยรู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าการไม่มีฉลากหรือการแสดงฉลากดังกล่าวไม่ถูกต้องตามกฎหมายต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าการกระทำตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำของผู้ผลิตเพื่อขายหรือผู้ส่งหรือผู้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขาย ผู้กระทำความต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี

1. ในด้านการชดใช้เมื่อไม่ได้รับความยุติธรรมอาจเป็นไปตามพันธสัญญาของผู้ประกอบการและผู้บริโภค หากไม่เป็นไปตามความยุติธรรมจึงพิจารณาให้ถูกต้องว่าด้วยการบังคับใช้ตามกฎหมายต่อไป

2. ความเชื่อถือเรื่องการดำเนินงานบริษัท ควรประกอบไปด้วย รักษาความสัตย์เป็นที่จะช่วยให้ธุรกิจเจริญก้าวหน้า ระวางเรื่องการใช้ภาษา อุปกรณ์ใหม่ๆ หากไม่แม่นยำพอจะขาดความเชื่อถือ สร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าให้ลูกค้าเป็นผู้รับรองคุณภาพของสินค้าเป็นบทพิสูจน์ ทำกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกทาง ให้ลูกค้าบอกต่อ การสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าเห็นนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จวิธีที่จะช่วยสร้างธุรกิจให้เติบโตประกอบไปด้วย ทำการหาลูกค้าใหม่ การจัดการเงินที่ตรวจสอบได้ การกำหนดเป้าหมาย



ดำเนินการที่ชัดเจนร่วมกัน ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพราะจะช่วยให้เรามีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว ปรับปรุงการบริการลูกค้าให้เกิดประทับใจ ลงทุนในการฝึกอบรมพนักงาน จัดระบบการจัดการผู้ขายหรือตัวแทนจำหน่าย ประเด็นที่กล่าวมาเป็นการ ความเชื่อถือเรื่องการ ดำเนินงานบริษัท

3. สินค้าไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถก่อ ประโยชน์ระยะยาวแก่องค์กร แต่อาจมีค่าใช้จ่ายระยะแรก สูงกว่าสินค้าทั่วไป แต่เมื่อประเมินค่าใช้จ่าย ตลอดวัฏจักรชีวิต สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายภายในองค์กร สินค้าที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงให้ความคุ้มค่ามากกว่า ทั้งยังเป็นการสร้างความตระหนักให้แก่บุคลากรภายใน องค์กร ก่อให้เกิดแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ส่งผลต่อการพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรด้านความ รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยจะพิจารณาครอบคลุมทั้งระบบ มีลักษณะดังนี้ ต้องเป็นสินค้าที่ลด ผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางน้ำ ต้องไม่มีส่วนประสมหรือวัตถุดิบที่เป็นอันตรายบาง วัตถุดิบส่วนใหญ่ต้อง ย่อยสลายตามธรรมชาติได้ ใช้หีบห่อที่น้อยที่สุด ต้องมีข้อมูลการใช้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้อง จะต้องมีความปลอดภัยการใช้งานได้ผลเช่นเดียวกับสินค้าโดยปกติ รายละเอียดปรากฏในเอกสาร ใช้สารที่เป็น อันตรายต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และใช้สารที่เป็นอันตรายต่อสุขอนามัยมนุษย์น้อยที่สุด สินค้าที่ นำมาจำหน่ายจะต้องอยู่ในกรอบนี้

4. การรับประกันคุณภาพของสินค้าสินค้าต้องคำนึงถึงความต้องการของบุคคล 2 ฝ่ายคือ ผู้บริโภคและผู้ผลิต ดังนั้น ผู้ออกแบบสินค้าจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยอันประกอบไปด้วย สมรรถนะ สิ่งที่สำคัญและเป็นพื้นฐานที่สุดของคุณภาพสินค้า เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคพึงประสงค์ที่จะให้สินค้า ทำงานให้เขาได้สำเร็จถูกต้องแม่นยำและเรียบร้อย สมรรถนะ เป็นสิ่งที่สามารถประเมินหรือวัดผลได้ ความมั่นใจได้ ผู้บริโภคมุ่งหวังสินค้าที่ซื้อสามารถทำงานได้โดยไม่เสียในช่วงระยะ เวลาหนึ่ง ความ ประทับใจเมื่อได้เป็นเจ้าของ ควรพิจารณาถึงลักษณะ รูปร่าง ให้มีรูปร่างสวยงามเข้ากับสมัยนิยม กลมกลืนกับสินค้าอื่นที่ผู้บริโภคต้องใช้ ความปลอดภัย ผู้บริโภคคำนึงถึงความปลอดภัยมาก ค่าใช้จ่ายไม่ แพงราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึง คุณภาพของสินค้า

5. ความมีอิสระในการเลือกสินค้าและบริการ ในประเด็นนี้เกี่ยวกับผู้บริโภคต้อง เผชิญกับการที่มีทรัพยากรจำกัดและต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการบริโภคสินค้า สิ่งที่ผู้บริโภคได้รับคือความพอใจในสินค้านั้นๆเรียกทางเศรษฐศาสตร์ว่า อรรถประโยชน์ ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการบำบัดความต้องการที่มีอยู่ในตัวสินค้า อรรถประโยชน์รวมจะเปลี่ยนแปลงไปมาก น้อยเพียงใด ในการบริโภคสินค้าลักษณะของสินค้าเพื่อการบริโภคแบ่งได้ 2 ประเภทคือ สินค้าคงทน มีอายุการใช้งานนาน เช่น รถยนต์ บ้าน โทรศัพท์ สินค้าไม่คงทน เป็นสินค้าใช้แล้วสิ้นเปลือง เช่น สบู่ ยาสีฟัน อาหาร

ปัจจัยที่กำหนดการบริโภค รายได้ ถ้ามีรายได้น้อยการใช้จ่ายในการบริโภคน้อยต่ำ ถ้ารายได้สูงขึ้นผู้บริโภคจะใช้จ่ายมากขึ้น ซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีขึ้น ราคาสินค้า หากคาดคะเนว่าราคา สินค้าในอนาคตจะสูงขึ้นผู้บริโภคจะรีบซื้อสินค้านั้นมากักตุน ส่วนของรายได้ที่นำไปใช้จ่ายจะสูงขึ้น รสนิยม รสนิยมผู้บริโภคย่อมแตกต่างกัน และมีการเอออย่างกันในการบริโภคจึงมีการใช้จ่ายสินค้า ฟุ่มเฟือย ระบบเงินผ่อน เป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคเพราะไม่ต้องชำระเงินครั้งเดียว และ ผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อสินค้าที่มีราคาแพงได้



ปัจจัยที่กำหนดความยืดหยุ่นของความต้องการของผู้บริโภค ความสามารถในการหาสินค้ามาใช้ทดแทน สินค้าชนิดใดที่สามารถใช้สินค้าอื่นทดแทนได้ง่ายหลายชนิดในปริมาณมากสินค้านั้นจะมีความยืดหยุ่นสูง ความจำเป็นของสินค้าต่อการดำรงชีพ สินค้าชนิดใดที่จำเป็นต่อการดำรงชีพจะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่ำเพราะผู้บริโภคไม่อาจลดการบริโภคสินค้าชนิดนี้ลง อายุการใช้งานของสินค้า สินค้าชนิดใดที่มีอายุการใช้งานนาน จะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่ำ เพราะไม่ซื้อสินค้าชนิดนั้นบ่อย สัดส่วนของรายได้ที่ใช้ซื้อสินค้าชนิดนั้นต่อรายได้ทั้งหมด ถ้าค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าอาหาร การเปลี่ยนแปลงราคาอาหารจะกระทบกระเทือนต่ออุปสงค์ในอาหาร ระยะเวลา ยิ่งระยะเวลายาวนานเพียงใดผู้บริโภคจะมีโอกาสปรับปริมาณการซื้อสินค้ามากขึ้นเพราะจะมีสินค้าชนิดใหม่ๆ มากชนิดที่จะใช้แทนสินค้าที่มีอยู่เดิม

ความอิสระและวิธีการพิจารณาในการเลือกซื้อสินค้า ประกอบด้วยความเป็นประโยชน์การใช้สอย มาตรฐานของสินค้า คุณภาพของสินค้า เช่นมี อย. มอก. ISO ปริมาณของสินค้าเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกัน ราคาสินค้าต่อหน่วย ระยะเวลาในการการรับประกันสินค้า อายุการใช้งาน อะไหล่ วัสดุที่ใช้ซ่อมแซม ภาชนะ หีบห่อ วัน เดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุ บริการหลังการขาย ความมีอิสระในการเลือกสินค้าและบริการควรคำนึงประเด็นดังกล่าว



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง เครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินการทางธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เลือกพื้นที่ ทำการเก็บข้อมูลภาคสนามที่เกี่ยวกับประเด็นวิจัย สามารถสรุปขั้นตอนและเสนอผลการวิจัยตามลำดับต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

สรุปผล

1. ความเป็นมาของวัฒนธรรมทางธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสานจังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี กาฬสินธุ์ มุกดาหาร และจังหวัดร้อยเอ็ด ประวัติความเป็นมาของธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในประเทศ ในปี พ.ศ. 2429 เดวิด แมคคอนแนล เซลส์แมน ได้นำ น้ำหอมที่ให้ลูกค้าผู้หญิงทดลอง เป็นที่นิยมจึงได้ก่อตั้งบริษัท แคลิฟอร์เนีย เพอร์ฟิวม์ ขึ้นในนิวยอร์ก และได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เอวอน โปรดักส์ ในปี 2482 เวลาผ่านไปหลายสิบปี ระบบการขายตรงได้ถูกพัฒนา ขึ้นมาเรื่อยๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2489 ระบบสาธิตที่เรียกว่า HOME PARTY ด้วยการสาธิตสินค้าให้ดูถึงที่บ้านทำให้การขายสินค้าประสบความสำเร็จมากกระทั่งปี พ.ศ.2477 คาร์ล เอฟ เรห์นบอร์กผู้ริเริ่มค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ทำให้ในปี พ.ศ. 2492 เจย์ แวน แอนเดล และริช เดอไวส์ สองชายหนุ่มที่ได้เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายได้ประสบความสำเร็จอย่างมาก กระทั่งทั้งสองได้ก่อตั้งบริษัทแอม เวย์ คอร์ปอเรชั่น ขึ้นในปี พ.ศ. 2502 โดยเน้นขายผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค และนี่เองที่เป็นจุดกำเนิดการขายตรงแบบหลายชั้น จนได้มีการพัฒนามาเรื่อยๆ ถึงปัจจุบัน

การขายตรงในประเทศไทย ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยเริ่มเข้ามามีบทบาท เมื่อประมาณ 40 ปีที่แล้วนี้เองโดย บริษัท ทัพเพอร์แวร์ ประเทศไทย ปี พ.ศ. 2521ตามด้วยบริษัทแอมเวย์ ในปี พ.ศ. 2530 ปัจจุบันมีบริษัทขายตรงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งสัญชาติไทยและ ของต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกชนชั้น ทุกเพศทุกวัย ทุกสังคม การขายตรงในประเทศไทยจึงเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ทั้งนี้ผลตอบแทนที่ทุกคนคาดหวังว่าจะได้รับเมื่อเข้าสู่ธุรกิจขายตรง ก็ะเกิดจากความขยัน มานะพยายาม และการทุ่มเท เวลา ในการทำธุรกิจของแต่



ละบุคคล หาให้จะได้มาง่าย ๆ เช่นเดียวกันธุรกิจขายตรงคือ การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายแบบบุคคลต่อบุคคล ซึ่งห่างจากที่ตั้งร้านค้าปลีกถาวร โดยบริษัทผู้ประกอบการนำเสนอโอกาสทางธุรกิจให้กับนักขายตรงอิสระ ผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย สมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกสมาคมการขายโดยตรงจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกกว่า 40 ประเทศ หลังจากนั้นธุรกิจขายตรงได้ค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิธีการขายตรงก็มีอยู่มากมายไม่ว่าจะเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องกรองน้ำ เสื้อผ้า ยาสีฟัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันและต้องใช้แล้วหมดไป แต่เครื่องสำอางนับว่าเป็นสินค้าที่มีบริษัทธุรกิจใช้วิธีการขายตรงมากกว่าพวก ซ้อคั่นหูอย่าง เอวอน มิสทิน สุฟริเดิม แอมเวย์ เหล่านี้ล้วนใช้ระบบการขายตรงทั้งสิ้น ความต่างในระบบขายตรงถึงแม้ว่าขายตรงจะมีความเด่น จากรูปาร่างการจัดองค์กรและการจัดสรรผลประโยชน์แบ่งได้เป็น 2 ระบบคือ

- 1) ระบบขายตรงแบบขั้นเดียว 2) ระบบขายตรงหลายขั้น มีข้อแตกต่างอยู่นิดเดียวตรงที่ตัวสินค้าและรูปแบบการขาย ซึ่งอาจแบ่งการขายแบบปิรามิดได้เป็น 2 แบบ 1) ระบบปิรามิดถูกออกแบบมาเพื่อจะชักจูงนักลงทุน 2) ระบบปิรามิดแบบที่สองเป็นแบบมีผลิตภัณฑ์

2. สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ และธุรกิจเครือข่ายขายตรงในภาคอีสาน สภาพปัญหาของธุรกิจ ในยุคแห่งโลกาภิวัตน์ การซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต หรือที่นิยมเรียกว่า e-commerce นั้น นับว่าเป็นธุรกรรมที่นิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก เนื่องจากอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนจำนวนมากในโลกใบนี้ไปแล้ว ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้ขยายวงกว้างมากขึ้นทุกวัน ประกอบกับการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นวิธีการทำตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก ในเวลาอันรวดเร็ว และใช้ต้นทุนในการลงทุนต่ำอีกด้วย ปัญหาที่ตามมาจากการซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่มีผู้บริโภคร้องเรียนต่อสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) เป็นจำนวนมาก ก็คือ สั่งซื้อสินค้าโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารหรือผ่านบัตรเครดิตแล้วแต่ไม่ได้รับสินค้า ได้รับสินค้าชำรุดบกพร่อง สินค้าไม่ได้มาตรฐาน สินค้าไม่เป็นไปตามที่โฆษณาติดต่อผู้ขายไม่ได้ เหล่านี้สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น บางกรณีสั่งซื้อสินค้าประเภทยาลดความอ้วนโดยหลงเชื่อคำโฆษณาที่มก้อวด เป็นเท็จ เกินจริง แล้วไปใช้ผิดวิธี ไม่ได้ใช้ตามคำแนะนำของแพทย์จนให้เสียชีวิตไปดังที่ปรากฏเป็นข่าวก็มี ดังนั้น ปัญหาที่เกิดจากการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนอกจากที่กล่าวมาแล้ว จึงควบคู่มากับการโฆษณาอวดเกินจริงเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สุจริตหวังแต่เพียงกำไรโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริโภคที่สั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตต้องระมัดระวังและตระหนักในปัญหา ดังนี้

2.1 ธุรกิจซื้อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องจดทะเบียน ผู้ประกอบธุรกิจที่ทำการค้าขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลมีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ. ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ก่อน จึงจะทำการค้าได้ เหตุที่กฎหมายต้องบังคับให้ต้องจดทะเบียนก็เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐสามารถตรวจสอบหรือติดตามผู้ประกอบการหรือบุคคลผู้ค้าขายได้ หากผู้บริโภคถูกละเมิดสิทธิจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ขอย้ำว่า ผู้ทำการค้าขายสินค้าผ่านสื่อหรืออินเทอร์เน็ตที่วันนี้ต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะทำการค้าขายได้ มิใช่ค้าขายไปก่อนแล้วไปจดทะเบียนภายหลัง (จดก่อนขายมิใช่ขายก่อนจด) โดยแยกบุคคลที่มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนเพื่อทำการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตดังนี้



2.1.1 กรณีเจ้าของเว็บไซต์ที่จดทะเบียนเว็บไซต์ไว้เพื่อขายสินค้าของตนเองก็ดี หรือเป็นคนกลางในการนำสินค้าของบุคคลอื่นมาขายผ่านเว็บไซต์ก็ดี มีหน้าที่โดยตรงในการต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ. ตัวอย่างเช่น บริษัท เอ จำกัด จดทะเบียนเว็บไซต์ ชื่อ www.I Love Shopping.com โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำสินค้าของบุคคล จำนวน 100 รายการ มาขายให้แก่บุคคลทั่วไป กรณีเช่นนี้ บริษัท เอ จำกัด มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ. ก่อนจึงจะทำการค้าขายได้ ส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต หรือผู้นำเข้า ที่เป็นเจ้าของสินค้าจำนวน 100 รายการ นั้น หากเจ้าของเว็บไซต์ดังกล่าว ได้จดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. แล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องไปจดทะเบียนต่อ สคบ. อีก ทั้งนี้ เจ้าของเว็บไซต์จะต้องแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับชนิดหรือประเภทของสินค้า ชื่อที่อยู่ของเจ้าของผลิตภัณฑ์ วิธีการซื้อขาย เงื่อนไขต่างๆ ให้นายทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงทราบด้วย หากมีปัญหาการผิดสัญญาที่ดี สินค้าไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ปลอดภัยก็ดี สคบ.ย่อมสามารถตรวจสอบและติดตามผู้ต้องรับผิดชอบได้

2.2.2 กรณีบริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลธรรมดา ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ขาย หากจดทะเบียนเว็บไซต์เพื่อค้าขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นของตนเอง โดยไม่ผ่านเว็บไซต์ที่เป็นสื่อกลางดังที่กล่าวมาในข้อ 1. เป็นผู้มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. โดยตรงตัวอย่างเช่น บริษัท เอ จำกัด เป็นผู้ผลิตสินค้าเครื่องสำอางเพื่อจำหน่าย โดยมีการจำหน่ายผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น บริษัท เอ จำกัด ต้องยื่นจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง (ขายสินค้าผ่านสื่อ) ก่อน จึงจะทำการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อดังกล่าวได้

2.2.3 ธุรกิจตลาดแบบตรง ที่มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนต่อ สคบ. ตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 นั้น หมายรวมถึง บุคคลที่ทำการค้าขายสินค้าผ่านสื่ออื่นๆ ด้วย เช่น สื่อโทรศัพท์ โทรสาร หรือเครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบอื่นๆ ตัวอย่างเช่น (1) บริษัท บี จำกัด เปิดสายด่วนหมายเลข 9999 เพื่อเป็นสื่อกลางหรือเป็นหน้าตัวแทนจำหน่ายในการซื้อขายสินค้าไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ของตนเองหรือผลิตภัณฑ์ของบุคคลอื่นให้แก่ผู้บริโภค กรณีเช่นนี้บริษัท บี จำกัด มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. ด้วยเช่นกัน (2) นางสาวสวย รุ่งงาม เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง รวมทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหลายรายการ จัดให้มีการโฆษณาสินค้าดังกล่าวผ่านโทรทัศน์ดาวเทียม โดยจัดให้มีการโทรศัพท์สั่งซื้อสินค้าผ่านรายการด้วย กรณีเช่นนี้ นางสาวสวยฯ มีหน้าที่ต้องจดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรงก่อนจึงจะทำการค้าขายสินค้าผ่านสื่อโทรศัพท์ได้

2.2 บทกำหนดโทษสำหรับผู้กระทำการฝ่าฝืน ผู้ใดประกอบธุรกิจตลาดแบบตรง (ค้าขายสินค้าผ่านสื่อ) โดยไม่จดทะเบียนธุรกิจตลาดแบบตรง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับรายวันอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลายังฝ่าฝืนอยู่ (มาตรา 4๗ แห่ง พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545)

2.3 ธุรกิจที่ไม่อยู่ในข่ายต้องจดทะเบียน บริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลธรรมดา ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้าหรือผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ขาย ที่ทำการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย นั้น หากประสงค์เพียงโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านสื่อเพียงอย่างเดียว โดยมิได้ประสงค์หรือมุ่งที่จะทำการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่อด้วย แล้ว ไม่มีหน้าที่ต้องไปจดทะเบียนการประกอบธุรกิจตลาดแบบตรงต่อ สคบ. แต่อย่างไร ธุรกิจประเภทนี้มุ่งที่จะทำการตลาด



ความชำนาญในด้านคอมพิวเตอร์โดยทั่วไป จะทราบดีว่าการเปิดเว็บไซต์ในแต่ละเว็บไซต์จะมีค่าใช้จ่ายน้อยมาก ฟรีเว็บไซต์เลยก็มี และเว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์ที่ทำการเปิดแทบที่จะมีค่าน้อยหรือไม่มีค่าใดๆเลย และที่สำคัญคนที่ต้องการจะจัดทำเว็บไซต์จริงๆแล้ว ไม่จำเป็นจะต้องมาขอเช่าพื้นที่จากกลุ่มธุรกิจดังกล่าวแต่อย่างใด

3.1.4 พิจารณาจากรายได้ผลตอบแทน จากการประกอบการของธุรกิจที่มีการชักชวนให้ร่วมลงทุน หากผลประโยชน์มีลักษณะที่สูงเกินกว่าปกติ ที่สามัญชนในการประกอบการค้าประเภทนั้นๆ พึงได้ ให้สันนิษฐานได้ว่าน่าจะเข้าข่ายลักษณะของการฉ้อโกงประชาชนให้ร่วมลงทุนทำธุรกิจแชร์ ที่ผิดกฎหมาย และอาจถูกหลอกลวงได้

3.1.5 การทำธุรกิจโดยการชักชวนประชาชนร่วมลงทุนในลักษณะเครือข่าย หรือลักษณะแชร์ลูกโซ่ หากถูกต้องตามกฎหมาย ธุรกิจเหล่านี้จะต้องทำการจดทะเบียนต่อสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค โดยต้องทำการชี้แจงแผนการทำตลาดให้ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ทราบในรายละเอียดของการประกอบธุรกิจที่ชัดเจนทุกขั้นตอน

3.1.6 พิจารณาจากที่ทำการที่ตั้งอันเป็นหลักแหล่งของผู้ประกอบการรวมทั้งการติดต่อของผู้ชักชวนให้ประกอบธุรกิจร่วมว่า มีที่ตั้งของสำนักงานในการประกอบธุรกิจที่แน่นอนหรือไม่ และสามารถที่จะติดต่อได้ตลอดเวลาทำการหรือไม่ หากมีการย้ายที่ประกอบการไปมาบ่อยครั้ง ปิดเว็บไซต์ หรือไม่สามารถที่จะติดต่อได้ น่าจะเป็นการประกอบธุรกิจเพื่อประสงค์ฉ้อโกงประชาชน

3.2 วิธีการป้องกันตนเองจากการถูกหลอกลวง

อย่าหลงเชื่อบุคคลหรือบริษัทที่ชักชวนให้นำเงินมาลงทุนในธุรกิจใดๆ ก็ตามที่ทำให้ผลประโยชน์ตอบแทนสูงมากในเวลาอันรวดเร็ว หรือหากมีการเร่งรัดให้นำเงินมาลงทุน ขอให้พึงทราบได้เลยว่ากำลังจะถูกหลอกลวง ซึ่งจะทำให้สูญเสียเงินทองและทรัพย์สินในที่สุด นอกจากนี้ ควรตรวจสอบข้อมูลของบุคคลหรือบริษัทอย่างรอบคอบว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด และตรวจสอบเอกสารที่ได้มาว่าเป็นเอกสารที่ถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่และหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบในการออกเอกสารดังกล่าว และหากพบเห็น สงสัย หรือได้รับความเสียหายจากการกระทำของผู้ประกอบการดังกล่าว โปรดแจ้ง ศูนย์รับแจ้งการเงินนอกระบบ

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่าย ในภาคอีสาน สามารถนำอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ความเป็นมาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ การขายเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทุกคนได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในฐานะผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ เช่น การซื้ออาหารรับประทานในโรงเรียน ซื้อขนมและน้ำดื่ม ตลอดจนใช้บริการทางรถประจำทางจากบ้านมาโรงเรียน กิจกรรมดังกล่าวล้วนเป็นสถานการณ์การซื้อ การขาย ทั้งสิ้น งานขายมีลักษณะเกี่ยวกับความสามารถในการชักจูงใจและโน้มน้าว หรือใช้ศิลปะการขาย เป็นสำคัญ การขายเกิดจากพฤติกรรมภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด ความนิยมชมชอบ ความพึงพอใจ ความเต็มใจของผู้ซื้อ ฯลฯ ดังนั้นนักขายจะต้องมีคุณสมบัติและความรอบรู้หลายประการ เช่น ด้านพื้นฐานการปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการขายโดยตรง ด้านจิตวิทยาในการปรับตัวเข้าหาลูกค้า



การเตรียมตัวก่อนปฏิบัติงานขาย และการปฏิบัติภายหลังสิ้นสุดการขาย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญของการขายเป็นหลัก นอกจากกิจการจะมีสินค้าพร้อมเพื่อขาย มีลูกค้ามุ่งหวังเป็นเป้าหมายสำคัญในการขาย มีบุคลากรปฏิบัติงานขายยังไม่เพียงพอสำหรับการสร้างเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยศิลปะการขายที่นักขายเหล่านั้นนำมาใช้ในระหว่างการทำงานขายด้วย จึงจะบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

มนุษย์ทุกคนผูกพันกับธุรกิจมาช้านาน การค้าขายส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคคุ้นเคยอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การขายตรงที่ผู้ขายหรือตัวแทนขายสินค้าไปเสนอขายตามบ้าน หรือสำนักงานการเร่ขายสินค้า ตลอดจนร้านค้าที่เปิดให้บริการลูกค้าในหมู่บ้าน ได้แก่ ร้านขายของชำ หรือตามถนนหนทางต่าง ๆ และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างโรบินสัน พาต้า เซ็นทรัล คาร์ฟูร์ บิ๊กซี เซเว่นอีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท เจฟพี ธุรกิจเหล่านี้ล้วนเป็นธุรกิจค้าปลีกทั้งสิ้น ในทางเศรษฐศาสตร์ การพึ่งพิงกันของสมาชิกชุมชนมีบทบาทสำคัญในการลดความเสี่ยง อันเกิดมาจากภาวะความผันผวนของรายได้และรายจ่าย ซึ่งสาเหตุมีได้ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของราคา ภาวะความแห้งแล้ง สภาพเศรษฐกิจโดยรวม หรือแม้กระทั่งการเจ็บป่วยที่ไม่ได้คาดเอาไว้ ความเสี่ยงเหล่านี้ เมื่อประกอบกับการขาดหายไปของตลาดการประกันความเสี่ยงให้กับคนยากจน ก็สามารถส่งผลให้เขาเหล่านั้นต้องตกอยู่ในวังวนของกับดักความยากจน ดังนั้นการพึ่งพาตนเองเกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจพอเพียง เศรษฐกิจพึ่งตนเอง จึงน่าจะมียุทธศาสตร์หลักและแนวคิดเหมือนกัน และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนได้ โดยนัยของความยั่งยืน มี 6 ประการ คือ

1. การพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ อันหมายถึง ความพยายามในการตรวจสอบทรัพยากรทางความคิด ความสามารถ วัสดุอุปกรณ์และเงินทุน โดยริเริ่มจากสิ่งที่มีอยู่ ไม่เป็นหนี้หรือเป็นหนี้น้อยๆ ตามความจำเป็น ลดความต้องการวัตถุลงและ พิจารณาว่า มีสิ่งใดบ้างที่ยังขาดแคลนอยู่ เพื่อที่จะได้เพิ่มขีดความสามารถทางการผลิต โดยการศึกษา เรียนรู้ แบ่งปันความรู้ เทคนิคและทรัพยากรของเกษตรกรต่อเกษตรกรด้วยกันเองและภายนอก ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และมีความขยันหมั่นเพียร โดย ดำรงชีวิตอย่างมีอิสระและศักดิ์ศรีในการดำรงชีวิตอย่างสมดุล ทั้งภายในครอบครัว และการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเกื้อกูลกัน

2. การดูแลสุขภาพสุขภาพตนเองได้ โดยรู้จักการกินอยู่หลับนอน การพึ่งตนเองทางสุขภาพ โดยพึ่งพิงการแพทย์สมัยใหม่ ให้น้อยที่สุด ศึกษาหาความรู้สาเหตุอาการทางสุขภาพ การใช้ยาสมุนไพร การนวดพื้นบ้าน การออกกำลังกายและ รับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ เป็นต้น

3. การรวมกลุ่มวิเคราะห์ปัญหาและทางเลือกจนนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้ โดยต้องเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้หลากหลายกลุ่ม ทั้งผู้ที่มีสถานภาพทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล และผู้ที่มีสถานภาพไม่เป็นทางการ เช่น ผู้อาวุโส ผู้นำสตรี ผู้นำเยาวชน พระ คนจน ผู้นำกลุ่มองค์กรไม่เป็นทางการต่างๆ เมื่อรวมกลุ่มได้ เปิดเวทีสำรวจปัญหาและทางเลือกที่แก้ไขได้จริงร่วมกัน อันจะนำไปสู่การวางแผนแบบมีส่วนร่วมและการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ

4. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยชุมชน เป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพ พื้นฟูอนุรักษ์และพัฒนา โดยหลักคิดคนอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้



5. การดำรงรักษาวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวการอยู่ร่วมกันในครอบครัวและชุมชน โดยไม่ละเลยและให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่น ที่มีองค์ความรู้และผู้อยู่ในการดำรงความเป็นชุมชนอย่างยั่งยืน

6. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับชุมชน โดยเน้นการผลิต การแปรรูปทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร ลดการใช้สารเคมี การนำเข้าเครื่องจักรกล พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และส่งเสริมเทคโนโลยีพื้นบ้าน

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ต้องพึ่งพาทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยการตั้งถิ่นฐาน การสร้างบ้านเรือนการทำงานเกษตรเลี้ยงชีพแต่การดำเนินชีวิตเป็นไปปัจจัยที่สำคัญในปัจจุบันระบบเศรษฐกิจเป็นตัวขับเคลื่อนสังคม การค้าขายแต่เดิมเป็นการแลกเปลี่ยนสิ่งของ แลกเปลี่ยนด้วยเงินตราและมีการพัฒนาสู่ระบบการค้าแบบเครือข่าย ปรากฏการณ์นี้ทำให้โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนไปด้วยสาเหตุดังนี้

1. สภาพทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ฤดูกาล ทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่ของผู้คน

2. สภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ความเป็นอยู่ อาชีพ ความเชื่อ ศาสนา รวมถึงเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม เป็นเครื่องชี้แนวทางปฏิบัติอย่างกว้าง ๆ ให้แก่บุคคล ความเชื่อ คนเราเมื่อเชื่อในสิ่งใดย่อมจะมีพฤติกรรมตามความเชื่อของ และกลุ่มสังคมที่ตนเป็นสมาชิกจะเป็นตัวแบบชักจูงให้สมาชิกปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่กลุ่มคนนั้น ๆ ยึดถือ ระบบเศรษฐกิจโดยเฉพาะระบบธุรกิจแบบเครือข่าย จึงมีผลต่อระบบต่างๆของสังคม สอดคล้องกับ ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม โดยแรดคลิฟฟ์ บราวน์ (A. R. Radcliffe Brown) และบรอนิสลอฟ มาลินอฟสกี (Bronislaw Malinowski) อธิบายว่า โครงสร้างย่อยทางสังคมที่สำคัญต่อชีวิตมนุษย์ของ แรดคลิฟฟ์ บราวน์ ได้แก่ ครอบครัว-เครือญาติ ด้านการศึกษา

3. ด้านเศรษฐกิจ ด้านสาธารณสุข ด้านวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อ และด้านการปกครอง จึงเห็นได้ว่าการประกอบอาชีพเพื่อระดับทางเศรษฐกิจทำให้หน่วยทางสังคมดำรงอยู่ได้

ในภาวะดังกล่าว กลุ่มคนในชุมชน อาจเข้ามาช่วยเหลือกันสร้างเครือข่ายเพื่อกระจายความเสี่ยง ตัวอย่างเช่น การสร้างสหกรณ์หรือกลุ่มออมทรัพย์ขึ้น เพื่อเก็บเงินออมไว้ยามสภาพการณ์ไม่ดี หรืออาจมีการสร้างกลุ่มอาชีพขึ้นช่วยเหลือกัน ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายกระจายความเสี่ยงนั้น หลักการพื้นฐานก็คือการแลกเปลี่ยนกันนั่นเอง เพราะผู้ที่ต้องเผชิญความเสี่ยงที่คล้ายกัน ย่อมอยากแลกเปลี่ยนการช่วยเหลือกันสอดคล้องกับ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2536) ได้ทำการศึกษารูปแบบการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในชนบท โดยได้ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในชุมชนชนบท 5 หมู่บ้าน คือ หมู่บ้านทุ่งยาว จังหวัดลำพูน หมู่บ้านหนองแสง จังหวัดมหาสารคาม หมู่บ้านตะโก จังหวัดนครราชสีมา หมู่บ้านโพธิ์ศรีเจริญ จังหวัดสุพรรณบุรี และหมู่บ้านศิรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยได้ค้นพบองค์ความรู้สำคัญในการสร้างให้ชุมชนพึ่งตนเองได้และพัฒนาอย่างถาวร ดังนี้

การที่ชุมชนจะพึ่งตนเองได้นั้น ต้องประกอบด้วย การพึ่งตนเอง 5 ด้าน (TERMS) คือการพึ่งตนเองด้าน



1. เทคโนโลยี (Technology : T) มีลักษณะเหมาะสมในสภาพชนบท ซึ่งอาจรวมถึง เครื่องมือเครื่องใช้พื้นบ้าน และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความทันสมัยแต่คนในชุมชน สามารถควบคุมได้
2. เศรษฐกิจ (Economic : E) อยู่ในลักษณะที่สามารถสร้างภาวะสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างความต้องการและขีดความสามารถการสนองความต้องการ เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีพัฒนาการต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับภายนอก สามารถในการออมและการลงทุน สามารถรวมกลุ่มเพื่อการผลิตและการตลาด ตลอดจนมีการวางแผนสำหรับอนาคตด้วย
3. ทรัพยากรธรรมชาติ (Resources : R) ควรมีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์หรือสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีคุณภาพของระบบนิเวศน์ และอยู่ในสภาพที่ฟื้นฟูได้
4. คน/จิตใจ (Man/Mental : M) คนในชุมชนควรมีจิตสำนึกในการพึ่งตนเอง มีจิตใจใฝ่รู้ใฝ่พัฒนา มีความรู้และความสามารถในการประยุกต์ มีคุณภาพ อดทนอดบอย และมีความขยันหมั่นเพียร
5. สังคมวัฒนธรรม (Social :S) ชุมชนมีภาวะผู้นำดี การมีส่วนร่วมสูง มีความเป็นปึกแผ่นทางสังคม มีองค์กรทางสังคมที่เข้มแข็ง รวมทั้งมีความรู้และข่าวสารที่เท่าทันโลกภายนอก ระบบการพึ่งตนเองทั้ง 5 ด้าน จะต้องมีการกระบวนการเพื่อสร้างการพึ่งตนเองและการพัฒนาของชุมชน 3 กระบวนการ (BAN)

การสร้างสมดุลของการพึ่งตนเอง (Balance : B) คือ องค์ประกอบการพึ่งตนเองทั้ง 5 ด้าน นอกจากจะต้องมีความสมดุลในแต่ละด้านแล้ว ยังต้องมีความสอดคล้องกลมกลืนกันระหว่างเทคโนโลยี เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ จิตใจ และสังคมวัฒนธรรมด้วย จึงจะนำสู่ความสมดุลของชุมชนโดยรวม ซึ่งความสมดุลของเทคโนโลยีแปลว่าชุมชนมีเทคโนโลยีพอแก่ความต้องการ ความสมดุลทางเศรษฐกิจแปลว่า ชุมชนมีพอกินพอใช้ไม่ขาดไม่เกิน สร้างใหม่ขึ้นมาแทน ความสมดุลทางจิตใจหมายถึงคนมีจิตปกติสุข ไม่กังวลเป็นทุกข์ มีความสุขตามอัตภาพ และความสมดุลทางสังคมวัฒนธรรมหมายถึงชุมชนมีความมั่นคงแข็งแรง มีวิถีชีวิตที่เอื้อต่อการรวมกลุ่มช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

การสร้างขีดความสามารถในการจัดการ (Ability : A) เป็นการวิเคราะห์ วางแผน และดำเนินการตามแผน รวมทั้งการประเมินผลการดำเนินงานของชุมชน เพื่อสร้างความสามารถในการจัดการตนเองของชุมชน ดูแลตนเอง ควบคุมตนเอง ชี้นะตนเอง โดยปัจจัยสนับสนุนความสามารถของชุมชนที่สำคัญคือ การที่ชุมชนมีการศึกษาหาความรู้ จากโรงเรียน ความรู้โดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนให้การอบรมเพิ่มเติมแก่ผู้นำเพื่อเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวแก่สมาชิกในชุมชน การสร้างกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาขีดความสามารถของกลุ่มส่วนใหญ่ใช้การอบรมให้ความรู้ภาคทฤษฎี ศึกษาดูงานและปฏิบัติจริงในแหล่งความรู้ในชุมชน ตลอดจนมีการสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชนทั้งภายในและภายนอกชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองในอาชีพ ปัจจัยสำคัญคือ ผู้ให้ความรู้ซึ่งเป็นผู้นำชุมชนจะต้องมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการสร้างเครือข่ายด้านอาชีพ คนในชุมชนมีความศรัทธาในผู้ให้ความรู้ และชุมชนมีการรวมกลุ่มกัน โดยมีเป้าหมายในการพึ่งตนเอง

การศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่ออาชีพซึ่งมีโรงเรียนเป็นฐานความรู้ จัดการศึกษาตามนโยบายและหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการเป็นหลัก โรงเรียนที่ให้ความสำคัญต่อเป้าหมายการพึ่งตนเองทางอาชีพให้แก่นักเรียน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการให้ความรู้รวมทั้ง



สนับสนุนให้นักเรียนนำความรู้ด้านอาชีพที่ปรับไปใช้ในชุมชน ปัจจัยสำคัญคือ ผู้บริหารโรงเรียนต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน เห็นคุณค่าท้องถิ่นและนำทรัพยากรในชุมชนมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและอาชีพ ครูผู้สอนเน้นการฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง สามารถเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน นอกจากนี้ โรงเรียนจะต้องมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและมีความสัมพันธ์ที่ดีภายในโรงเรียน

สำหรับบทบาทของชุมชนในการสนับสนุนและพัฒนากระบวนการเรียนรู้สรุปได้ดังนี้

การสร้างและพัฒนาองค์กรชาวบ้านหรือองค์กรชุมชน โดยทั่วไปกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในชุมชนเป็นผลมาจากการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และความรู้ระหว่างชาวบ้าน ความสัมพันธ์จากการแลกเปลี่ยนนี้อาจสะดุดหยุดลงได้ตลอดเวลา ซึ่งส่งผลให้การเรียนรู้ไม่ยั่งยืน ฉะนั้น ชุมชนจึงต้องเข้าไปมีบทบาทในการกระตุ้นและสนับสนุนให้ชาวบ้านสามารถจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และความรู้ร่วมกัน การจัดการร่วมกันนี้คือ จุดเริ่มต้นขององค์กรชุมชน

การสนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ เป็นอีกบทบาทหนึ่งของชุมชนในการที่จะช่วยให้กระบวนการเรียนรู้เติบโตและก้าวหน้าอย่างมั่นคง การสนับสนุนและการพัฒนานี้ ชุมชนโดยทั่วไปมักเริ่มต้นจากการสนับสนุนให้องค์กรชาวบ้านที่เกิดขึ้นแล้วในชุมชนได้มีโอกาสนำทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และความรู้ของตนไปแลกเปลี่ยนกับองค์กรชาวบ้านและองค์กรอื่น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการจัดความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเหล่านี้ บนพื้นฐานของการเรียนรู้ การพึ่งพาอาศัยและการจัดการร่วมกัน นับได้ว่าเครือข่ายการเรียนรู้ได้เกิดขึ้นแล้ว ชุมชนทั่วทุกภาคของประเทศได้จัดการให้เครือข่ายของตนเอื้อต่อการถ่ายทอดประสบการณ์ การเรียนรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้มาให้สอดคล้องกับวิถีของชุมชน

ทุกวันนี้เครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชนได้ขยายตัวออกไปทุกหนทุกแห่งที่มีความสนใจไม่จำกัดขอบเขตทางพื้นที่และสภาพภูมิศาสตร์ แต่เป็นเรื่องของคนในทุกหนทุกแห่งที่มีความสนใจร่วมกันมาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และหนุนช่วยกันตามกำลังความสามารถที่มีอยู่ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกอีกต่อไปที่องค์กรชาวบ้านในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้เดินทางไปเรียนรู้เรื่องการจัดการเงินทุนจากองค์กรชาวบ้านในภาคใต้ และนำประสบการณ์ที่ได้ไปปรับใช้ในชุมชนของตน วันนี้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยความเคารพต่อการแข่งขันสินค้า, คน, กระบวนการของการผลิตการตลาดและความต้องการของลูกค้า เทคโนโลยีที่ฝังอยู่ในฟังก์ชันทั้งหมดเหล่านี้ แต่จะขึ้นอยู่กับ สนับสนุนบริการที่เชื่อถือได้ ที่เหนือกว่าการจัดจำหน่ายและเครือข่ายบริการที่จำเป็นสำหรับ บริษัท ที่จะก้าวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้และคาดว่าจะได้รับการคิดค้นในการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เครือข่ายการจัดจำหน่ายไฮโดรฟิเลียลงทั่วทั้งสหรัฐอเมริกาและยุโรปเป็นภูมิภาค ที่มีความสัมพันธ์กับทางเดินครองธุรกิจ โดยการใช้การจัดจำหน่ายในภูมิภาคหลายซูปเปอร์ที่มีอยู่แล้วในธุรกิจบริการ สามารถพัฒนาเครือข่ายบริการที่มีศักยภาพสำหรับภูมิภาค นับว่าเป็นการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมระลอกใหม่ทางวัฒนธรรมการค้า สอดคล้องกับ ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion Theory) Franz Boas เน้นว่า “การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่มีลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมหนึ่งแพร่กระจายไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่งโดยปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมใหม่” ลักษณะการประกอบธุรกิจขายตรงมีลักษณะเช่นกัน คือมีการแพร่กระจายจากศูนย์กลางทางการค้าเข้ามาสู่ประเทศไทยและภาคอีสาน



2. สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจเครือข่ายขายตรง พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียงไม่กี่รายที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ ยกเว้นในกรณีของมาตรการในการลดหย่อนภาษี รายได้นิติบุคคลซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกว่าแสนรายที่ยื่นเสียภาษีนิติบุคคล ใช้สิทธิเกือบทุกราย เนื่องจากสิทธิพิเศษดังกล่าวไม่มีเงื่อนไขใดๆ ในการใช้ประโยชน์นอกจากขนาดของทุนจดทะเบียนเท่านั้น ในทางตรงกันข้าม การเข้าถึงสิทธิประโยชน์อื่นๆ ล้วนมีข้อจำกัด ในส่วนของมาตรการลดหย่อนภาษีโดยการหักค่าเสื่อมในอัตราที่สูงกว่าปกติยังไม่สามารถประเมินการใช้ประโยชน์ได้ เนื่องจากยังไม่มีกรเก็บข้อมูลการใช้สิทธิดังกล่าวโดยสรรพากร ในขณะที่สิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุนนั้นไม่มีการแยกสถิติข้อมูลการส่งเสริมตามขนาดของวิสาหกิจที่ได้รับการส่งเสริมหากแต่มีการจำแนกตามขนาดของโครงการที่ได้รับการส่งเสริมซึ่งส่วนมากเป็นโครงการที่มีวงเงินลงทุนสูง ยกเว้นในกรณีของโครงการส่งเสริมการลงทุนที่มุ่งเป้าเฉพาะสำหรับ ธุรกิจขายตรง ซึ่งมีการประกาศใช้ ในนั้นมีผู้ได้รับสิทธิในส่วนของมาตรการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีสุทธากการนั้น พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่กี่รายได้รับสิทธิในการยกเว้นภาษีนำเข้าภายใต้ระบบคลังสินค้าทัณฑ์บนหรือเขตปลอดอากร ส่วนมากจะใช้สิทธิในการลดหย่อนภาษีอากรมากกว่า เนื่องจากต้นทุนในการจัดตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนค่อนข้างสูงในขณะที่เขตปลอดอากรมีจำกัด ส่วนมากจะตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมยกเว้นในกรณีของอุตสาหกรรมที่รัฐส่งเสริม เช่น ยานยนต์ สิ่งทอ หรือ อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการประกาศให้เขตโรงงานผลิตเป็นเขตปลอดอากร

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนมากใช้สิทธิในการลดหย่อนอากรตาม พ.ร.บ. ลดหย่อนภาษีอากรสินค้าส่งออกที่ผลิตในราชอาณาจักร หากแต่การลดหย่อนยังมีปัญหาความล่าช้าในการลดหย่อนซึ่งมีผลทำให้ ธุรกิจขายตรง ขาดสภาพคล่อง แนวทางการแก้ไขปัญหของสุทธากการที่ผ่านมาคือการให้ผู้ประกอบการต้องวางเงินค้ำประกันลอย หรือให้บุคคลหรือหน่วยงานเอกชนอื่นค้ำประกันแทนจึงจะได้รับการลดหย่อนที่รวดเร็วรวมทั้งได้รับสิทธิในการลดอัตราภาษีอีกด้วย เงื่อนไขดังกล่าวสร้างภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมให้แก่วิสาหกิจขนาดย่อมที่มีเงินทุนจำกัด สุดท้าย ในส่วนของมาตรการในการส่งเสริมแหล่งเงินทุนให้แก่ ธุรกิจขายตรง นั้น พบว่ามาตรการที่มุ่งสร้างแรงจูงใจให้บริษัทเอกชนร่วมลงทุนกับ ธุรกิจขายตรง โดยให้การลดหย่อนภาษีรายได้นิติบุคคลนั้นล้มเหลวเนื่องจากไม่มีบริษัทรายใดที่สามารถใช้สิทธิประโยชน์ดังกล่าวได้เลยในช่วง 8 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่การเข้าไปร่วมลงทุนของภาครัฐเองโดยผ่านสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมา 6 ปีมีโครงการที่เข้าไปร่วมทุนเพียง 55 โครงการ และในปัจจุบันยังติดพันกับปัญหาจากการที่โครงการที่เข้าไปร่วมทุน 43 โครงการในช่วงรัฐบาลทักษิณในอดีตนั้นไม่ได้ผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการของ สสว. อีกด้วย

มาตรการในการอำนวยความสะดวกแหล่งเงินทุนผ่านธนาคารเพื่อวิสาหกิจขนาดย่อมนั้น พบว่าเงื่อนไขในการให้สินเชื่อมีความเข้มงวดไม่ต่างไปจากธนาคารพาณิชย์ทั่วไป รวมทั้งอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างสูง ซึ่งสะท้อนถึงให้เห็นว่า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) มีการประกอบธุรกิจเชิงพาณิชย์มากกว่าในเชิงส่งเสริม เนื่องจากกระทรวงการคลังยังคงให้ความสำคัญแก่ดัชนีชี้วัดผลดำเนินงานทางการเงินของ ธพว. นอกจากนี้แล้ว โครงการสินเชื่อที่อ้างว่าเป็นโครงการที่ดำเนินการตามนโยบายของภาครัฐ เช่น การปล่อยกู้โครงการแท็กซี่เอื้ออาทรในอดีต หรือ โครงการปล่อยกู้ให้แก่ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากกรณีการประท้วงที่ราชดำริ โครงการเหล่านี้นอกจากจะเป็นการเบียดเบียนทรัพยากรที่ควรได้รับการจัดสรรให้แก่



ธุรกิจขายตรง ที่มีความจำเป็นในการมีแหล่งเงินทุนแล้ว ยังสร้างภาระหนี้เสียให้แก่ ธพว. อีกด้วยเนื่องจากมีการผ่อนปรนเงื่อนไขในการปล่อยสินเชื่อสำหรับโครงการตามนโยบายรัฐบาล

แนวนโยบายและมาตรการในการส่งเสริม ธุรกิจขายตรง ไทยจำเป็นต้องมีการปรับปรุงครั้งใหญ่โดยเริ่มจากการทบทวนหลักเกณฑ์ในการจำแนกขนาดของวิสาหกิจที่กระชับมากขึ้น โดยการกำหนดให้วิสาหกิจที่จัดเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมต้องมีคุณสมบัติตามเงื่อนไขจำนวนการจ้างงานและทุนจดทะเบียน นอกจากนี้แล้วอาจพิจารณาใช้รายได้เป็นเกณฑ์เพิ่มเติมอีกด้วย รวมทั้งมีการจำแนกวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวน 2.9 ล้านรายในปัจจุบันเป็นกลุ่มย่อย ทั้งนี้ นโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อมของรัฐบาลควรจะต้องแยกแยะระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพราะวิสาหกิจในสองกลุ่มนี้มีความแตกต่างกันอย่างมากจึงไม่ควรเหมารวมกัน

นอกจากนี้แล้ว รัฐควรมีมาตรการด้านภาษีในการจูงใจให้วิสาหกิจขนาดย่อมและรายย่อยเข้ามาในระบบมากขึ้น อัตราภาษีนิติบุคคลที่ค่อนข้างสูงที่ร้อยละ 30 เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้วิสาหกิจจำนวนมากเลือกที่จะไม่เข้าระบบจึงไม่สามารถพัฒนาศักยภาพได้เต็มที่ นอกจากนี้แล้วควรมีการทบทวนสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีต่างๆ ที่มีอยู่ว่ามีประสิทธิผลในการช่วยลดภาระต้นทุนให้แก่ธุรกิจขายตรง ได้ในทางปฏิบัติมากน้อยเพียงใด เพื่อใช้ในการปรับปรุงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการใช้สิทธิให้ใช้ประโยชน์ได้จริงมากขึ้น สำหรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่มีเงื่อนไขเกี่ยวกับการค้าประกันเช่น ในกรณีของการชดเชยภาษีศุลกากรนั้น รัฐควรมีมาตรการช่วยเหลือ ธุรกิจขายตรง ที่ขาดทุนทรัพย์ด้วยสำหรับมาตรการในการส่งเสริมแหล่งเงินทุนและแหล่งเงินทุนให้แก่ ธุรกิจขายตรง นั้น คณะผู้วิจัยเห็นว่า ในส่วนของแหล่งเงินทุนรัฐควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการสร้างแรงจูงใจให้เอกชนร่วมลงทุนในการพัฒนา ธุรกิจขายตรง มากกว่าการให้หน่วยงานของรัฐเข้าไปร่วมลงทุนเอง ซึ่งต้องมีการแก้ไขกฎระเบียบที่ให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีแก่ผู้ที่ร่วมลงทุนให้ใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ โดยการปรับคุณสมบัติของผู้ที่สามารถใช้สิทธิและข้อกำหนดในการลงทุนที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของธุรกิจ สอดคล้องกับ สมศรี จินะวงษ์ (2544 : 1-3) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ในชุมชนที่ใช้แนวทางการพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า แนวคิดการพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียงในอดีตและในปัจจุบัน มีทั้งสิ่งที่ตรงกันและจุดต่าง จุดตรงกันคือ เรื่อง พออยู่ พอกิน การพึ่งตนเอง การพึ่งพาซึ่งกันและกัน การมีความสุขตามอัตภาพโดยไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม จุดต่างคือ ในสภาพปัจจุบันการผลิตเป็นไปเพื่อสนองความต้องการในการบริโภคของครัวเรือนและเพื่อการค้า การบริโภคเป็นไปทั้งเพื่อสนองความต้องการในการดำรงชีวิตและเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต การแลกเปลี่ยนเป็นไปทั้งในระดับชุมชน ระดับประเทศ และระดับโลก การจัดสรรหรือการแบ่งปันเป็นไปทั้งในระดับชุมชนและระดับรัฐ กระบวนการเรียนรู้ทั้งปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยสภาพแวดล้อม โดยมีลักษณะการเรียนรู้ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและการรวมกลุ่ม จากแหล่งเรียนรู้ทั้งจากภายในชุมชนและนอกชุมชน โดยชุมชนบ้านสุขใจ จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้ความศรัทธาที่มีต่อบุคคลและชุมชนพอเพียง จังหวัดมหาสารคาม ใช้ความศรัทธาในตนเอง และกระบวนการมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของรายได้หลักและรายได้เสริม พบว่าหลังจากชุมชนใช้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง การกระจายรายได้ของคนในชุมชนดีขึ้น



และสอดคล้องกับสุเมิตรา จิระวัฒน์ (2542 : 1-2) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการ ธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มแพรรณจังหวัดขอนแก่น พบว่า กลยุทธ์การบริหารกลุ่มสำคัญคือ การสร้างความรู้สึกที่มีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ การทำงานจากล่างสู่บน ความเสมอภาค และการให้ความสำคัญพื้นฐานวัฒนธรรมชุมชน กลยุทธ์ด้านการผลิตมุ่งรักษาคุณภาพมาตรฐาน การสร้างความชำนาญเฉพาะผลิตภัณฑ์ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ ด้านการตลาดเน้นตลาดผู้บริโภค คือ ให้ความสำคัญกับการสนองตอบลูกค้า และการสร้างระบบเครือข่ายการตลาด ด้านการเงินเน้นการจัดสรรผลประโยชน์ที่ดีแก่สมาชิกและระบบการบริหารการเงินที่ดีสามารถตรวจสอบได้ กลยุทธ์ธุรกิจกลุ่มแพรรณที่แตกต่างจากธุรกิจเดียวกัน คือ สร้างความชำนาญเฉพาะผลิตภัณฑ์ และการจัดสรรโควตาการผลิต สามารถจัดสรรปริมาณการผลิตที่จำกัดได้ในระดับหนึ่งทำให้สินค้ามีคุณภาพ ก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลดีด้านการตลาดผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีปริมาณที่พอดีกับตลาด เป็นที่ต้องการและแข่งขันได้

ปัญหาสำหรับธุรกิจเครือข่ายขายตรงหรือแชร์ลูกโซ่ ซึ่งเป็นธุรกิจผิดกฎหมาย ธุรกิจเป็นการหาผลประโยชน์กับสมาชิกเป็นหลักเป็นหักหัวคิวกันเป็นรายๆไป อาจมาเป็นรูปแบบของการหวานล่อมให้ซื้อสินค้า ซื้อแถม ซื้อคะแนนจำนวนมากๆ มีการเรียกเก็บค่าสมัคร ต่ออายุสมาชิก ดังนั้นธุรกิจจึงต้องหาสมาชิกตลอดเวลา สินค้าของธุรกิจนี้ไม่นับคุณภาพ โดยสินค้าส่วนใหญ่เป็นประเภทอาหารเสริม (Herb life) และสินค้าทางการแพทย์ ระบบธุรกิจนี้เป็นแบบยอดพีระมิดจึงเป็นใครไปไม่ได้นอกจากต้นสายเครือข่ายที่สร้างความร่ำรวยให้กับตัวเอง จากเงินสมาชิกที่มีคนร่วมลงทุน กลายเป็นฐานลูกโซ่ต่อกันไป กว่าจะได้ถึงตำแหน่งสูง ถ้าไม่มีทักษะหลอกลวงคนมากพอ แต่ละบริษัทจะมีการลงทุนไม่เท่ากัน มีตั้งแต่หลักพันจนถึงหลักแสนบาท ยิ่งลงทุนสูงยิ่งได้แถม และตำแหน่งที่สูงขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลามากนัก บางคนพยายามทำแถมโดยการซื้อสินค้าจำนวนมากเพื่อให้ได้แถมครบ แล้วนำสินค้าไปขายเท่าทุนหรือขายขาดทุนในตลาดมืด เพราะฉะนั้นถ้าต้องการมีรายได้แบบไม่เข้าเนื้อตัวเองก็ต้องหลอกคนมาสมัครต่อ หรือที่เรียกว่า หาลูกทิม หรือพยายามช่วยลูกทิมหาคนมาสมัครต่อให้ได้มาก ถ้ามีความสามารถหลอกได้มาก ทำแถมได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดก็จะมีรายได้และตำแหน่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นับเป็นปัญหาที่มีผลกระทบต่อผู้คนในสังคม ซึ่งผู้คนที่เกี่ยวข้องมีปฏิกริยาร่วมกัน ได้แก่ ผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย ผู้บริโภค เจ้าหน้าที่ของรัฐ ด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นหลายมิติจึงนำไปสู่การหาวิธีป้องกัน สอดคล้องกับ ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ Herbert Blumer อธิบายว่า การจัดระเบียบทางสังคมว่า ความสัมพันธ์ ทางสังคมของกลุ่มต่างๆ เกิดจากผลของการที่บุคคลแปลหรือกำหนดความหมายของการกระทำต่อกัน การมีปฏิกริยาโต้ตอบมิได้มีโดยตรงต่อการกระทำของบุคคล แต่เพราะปฏิกริยาต่อความหมายของการกระทำต่อกัน หรือปฏิกริยาต่อกันต้องอยู่ในรูปของกระบวนการที่บุคคลทั้งหลายเข้าใจในเหตุการณ์ สามารถประเมินเหตุการณ์ให้ความหมาย และตัดสินใจที่จะมีการกระทำโต้ตอบ แนวคิดของบูลเมอร์จึงเป็นการอธิบายที่เน้นถึง การตีความเพื่อให้รู้ความหมายที่แท้จริง

3. แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมทางธุรกิจเครือข่ายและขายตรง ที่บัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) และสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) มีอยู่ว่า " การขายตรง" หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่ อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้า



เป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย นิยามของคำว่า " การขายตรง" ที่บัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) และสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) มีอยู่ว่า " การขายตรง" หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่ อาศัยของผู้บริโภคหรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภคหรือที่อื่นๆ โดยผู้ขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการเสนอขาย ระบบการตลาด/ การขายตรงหลายชั้น (Multi- Level Marketing หรือ MLM) เป็นการขายต่อกันเป็นเครือข่ายหลายชั้น ผู้ขายเป็นนักขายอิสระ ไม่ใช่ลูกจ้างของบริษัท โดยนักขายสามารถสร้างรายได้จากการทำงาน 2 วิธีรวมกัน คือ

ผลกำไรจากการขายปลีก ซึ่งเป็นผลต่างระหว่างต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาจากบริษัทกับราคาขายปลีกที่ได้ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภค

คอมมิชชั่นหรือส่วนลดตามระดับยอดขายของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อ (เพื่อบริโภคหรือเพื่อขายให้กับผู้ขายคนอื่นต่อไป) จากผู้ขายที่ได้ชักชวนเข้ามาสมัครร่วมธุรกิจในการขาย หรือที่เรียกว่า “สปอนเซอร์” ในระดับเป็นขั้นต่อไปจะเห็นได้ว่า หลักการของระบบการตลาดหลายชั้นคือ การที่นักขายได้รับผลตอบแทนทั้งจากที่ตนเองขายปลีก และผลตอบแทนจากการขายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อนักขายในกลุ่มของตนชวนมาร่วมกันขาย จนมียอดขายรวมเป็นก้อนใหญ่ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและไม่มีขีดจำกัด ซึ่งเกิดจากการสปอนเซอร์หรือชักชวนผู้อื่นมาเข้าร่วมธุรกิจอันทำให้ระบบการตลาดหลายชั้นเป็นระบบที่มีศักยภาพสูงสุดในธุรกิจขายตรงปัจจุบัน

เนื่องจากธุรกิจขายตรงเป็นอาชีพใหม่ที่กำลังติดอันดับ ท็อปฮิตสำหรับผู้ที่ต้องการมีรายได้เสริม หรือต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเอง ดังนั้น ก่อนจะสมัครเป็นนักขายตรงรายใหม่ ขอให้พิจารณาไตร่ตรองถึงสิ่งต่อไปนี้เสียก่อน การทำธุรกิจขายตรงไม่ใช่การลงทุนด้านการเงินเพื่อให้ได้ผลตอบแทนในระยะเวลานานสั้น แต่เป็นการสร้างธุรกิจที่ต้องใช้ความมานะอดทน ต้องมีการพบปะผู้คนเพื่อแนะนำสินค้าและให้บริการลูกค้า ต้องฝึกฝนตนเองและถ่ายทอดแบบอย่างที่ดีให้กับผู้ที่ตนได้เชิญชวนมาร่วมทีม

บริษัทต้นสังกัดต้องมีความน่าเชื่อถือ มีการลงทุนในระบบบริหารจัดการภายใน มีการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนานักขายทั้งในด้านความรู้เกี่ยวกับสินค้าและการดำเนินธุรกิจ จ่ายค่าตอบแทนตามแผนการจ่ายผลตอบแทนอย่างถูกต้องตรงเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อนักขายตรงในสังกัดและผู้บริโภค

บริษัทธุรกิจขายตรงที่มีขนาดจะมีแผนการดำเนินธุรกิจที่ยุติธรรม และสร้างความพึงพอใจต่อทั้งนักขายและผู้บริโภค โดยเฉพาะโอกาสในการสร้างรายได้ของนักขายจะต้องเท่าเทียมกัน ไม่ว่านักขายนั้นจะสมัครทำธุรกิจก่อนหรือหลังระบบธุรกิจที่มีการขายสินค้าบางอย่างอาจอ้างว่าเป็นธุรกิจขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น หรือ เป็นระบบการตลาดแบบเครือข่าย

พึงสังเกตว่า สินค้าในระบบการตลาดหลายชั้นที่แท้จริง ต้องมีลักษณะดังนี้

1. สินค้านั้นมีประโยชน์จริง ใช้แล้วหมดไปและต้องซื้อหามาใช้ใหม่
2. สินค้านั้นสามารถนำไปขายปลีกได้จริง และผู้ขายจะมีรายได้เป็นผลกำไรจากการขายปลีก
3. สินค้านั้นได้ผ่านขั้นตอนการนำเข้าและชำระภาษีอากรอย่างถูกต้องตามกฎหมาย



4. สินค้าประเภทเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หรือสินค้าบำรุงสุขภาพต้องผ่านการขึ้นทะเบียนและอนุญาตให้จำหน่ายได้จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เรียบร้อยแล้ว

5. สินค้าต้องมีฉลากบรรยายสรรพคุณ และวิธีใช้อย่างถูกต้องตามกฎหมายของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

6. สินค้าบางประเภทต้องมีใบอนุญาตโดยเฉพาะให้จัดจำหน่ายได้ เช่น สุรา ต้องมีใบอนุญาตจากกรมสรรพสามิต เป็นต้น

7. สินค้าต้องมีการรับประกันหรือมีการรับประกันจากบริษัทผู้จัดจำหน่าย โดยมีเอกสารจากบริษัทเผยแพร่อย่างชัดเจน

เนื่องจากรูปแบบของระบบปิระมิด หรือแชร์ลูกโซ่อาจมีความใกล้เคียงกับลักษณะบางประการของการขายตรงระบบการตลาดหลายชั้น (MLM) จึงขอให้พิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างระบบทั้งสองที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน เงินลงทุนและค่าธรรมเนียมในการเริ่มต้นธุรกิจต่ำ เพียงจ่ายเงินค่าสมัครเพื่อรับคู่มือความรู้ เอกสารฝึกอบรม และผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเท่านั้น หากต้องการลาออก บริษัทต้นสังกัดก็ยินดีคืนเงินค่าสมัคร และค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้ซื้อไปเต็มจำนวนด้วยจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิดที่มีคุณภาพสูง ยอดขายจะมาจากการจำหน่ายสินค้า ได้ซ้ำหลายครั้ง และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นบริษัทจะทุ่มเทเงิน ลงทุนเพื่อการวิจัย ค้นคว้าและพัฒนา คุณภาพของสินค้า รับประกันคุณภาพและความพอใจในตัวสินค้า ลูกค้าสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้หากไม่พึงพอใจภายในระยะเวลาที่กำหนด ตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจในระยะยาวเป็นสิ่งสำคัญ เพราะ บริษัทต้องมีความรับผิดชอบต่อนักขาย ซึ่งเป็นผู้ดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง การจ่ายผลประโยชน์ รายได้ และตำแหน่ง ขึ้นอยู่กับการทำงานของนักขาย นั่นหมายถึง รายได้จะมาจากยอดขายที่ขายสินค้าได้

การก่อตั้งธุรกิจขึ้นอยู่กับการขายสินค้าคุณภาพ ซึ่งคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และบริษัทจะให้ความสนใจในการขยายตลาดให้กว้างออกไป มีนักขายอิสระที่อาศัยการขายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ มีกฎระเบียบที่เข้มงวดในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะมีข้อห้ามมิให้นักขายกักตุนสินค้า นักขายจะเน้นในเรื่องการขายสินค้าและการให้บริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง เป็นการขายสินค้าอีกรูปแบบหนึ่งนอกเหนือจากการขายตามห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีก และเป็นธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้บริโภค นักขาย และบริษัทขายตรงได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการขายตรงการควบคุมการขายตรงในสหรัฐอเมริกาใช้กฎหมายระดับสหพันธรัฐได้จัดทำขึ้นใน ค.ศ.1914 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นหลักประกันในการแข่งขันที่เป็นธรรม และการถูกหลอกลวงต่อผู้บริโภค โดยให้การควบคุมเรื่องสำเนาใบเสร็จรับเงิน สำเนาสัญญาซื้อขาย หนังสือแบบการเลิกสัญญาการควบคุมการขายตรงในประเทศอังกฤษ มีสาระสำคัญของบทบัญญัติ ดังนี้

1. บทบัญญัติกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมการขายตรงว่าด้วยการขายแบบปิระมิดได้กำหนดองค์ประกอบของแผนการค่า คือ การส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ การจัดหาบุคคลผู้มีส่วนในแผนการขาย การจัดทำสัญญา

2. บทบัญญัติกฎหมายว่าด้วยความผิด ถ้าบุคคลละเมิดกฎระเบียบภายใต้มาตรา 119 ต้องได้รับโทษตามที่กฎหมายกำหนด



3. บทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับแผนการค้า จัดทำโดยเลขาธิการของมลรัฐ โดยให้อยู่ภายใต้บทบัญญัติของกฎหมายในเรื่องแผนการค้า

ในเมื่อมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจเกิดระบบธุรกิจยุคใหม่มีการผลิตสินค้าที่หลากหลาย โดยส่วนหนึ่งมุ่งหวังรายได้อย่างเดียว ทำให้เกิดปัญหากับผู้บริโภคทั้งในด้านคุณภาพและราคา ต่อมาจึงมีการสร้างระเบียบตัวบทกฎหมายเพิ่มตามสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น ส่วนสินค้านั้นยังคงอาศัยวัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นหลักซึ่งขึ้นอยู่กับระบบนิเวศวัฒนธรรมนั้นๆ สอดคล้องกับ ทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology)

โดย สจ๊วต อธิบายว่า เป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม นิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม อธิบายการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคม วิธีการที่วัฒนธรรมแต่ละชนิดปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยเฉพาะ และหรือการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมนั้น

เลสลี ไวท์ (Leslie A. White) ได้เสนอว่า วัฒนธรรมมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. เทคโนโลยีมีบทบาทในสังคม และเกิดขึ้นเพื่อความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม
2. เมื่อเกิดความสัมพันธ์ มนุษย์จะสร้างระบบสังคมจนสามารถกำหนดแนวคิดของมนุษย์ในที่สุด

3. ระบบวัฒนธรรมจะควบคุมระบบสังคม

การควบคุมการขายตรงในประเทศมาเลเซีย กฎหมายที่ใช้ในการกำกับ ดูแลธุรกิจการขายตรง คือขอบเขตของธุรกิจการขายตรง ลักษณะของการประกอบธุรกิจการขายตรง การให้ระยะเวลาในการใช้สิทธิเลิกสัญญา และบทกำหนดโทษต่อบุคคลที่กฎหมายระบุไว้การวิเคราะห์ทางกฎหมายและการปรับใช้กฎหมายกับธุรกิจการขายตรงการวิเคราะห์ทั่วไปของรูปแบบนิติกรรมสัญญาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มีที่มาจากประมวลกฎหมายแพ่งเยอรมนีเพื่อประสงค์ไม่ให้นิติกรรมที่จะผูกพันไม่ให้ขัดต่อกฎหมายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนการปรับใช้กฎหมายกับสัญญาขายตรง ที่ผู้ประกอบการธุรกิจกับผู้บริโภคต้องทำสัญญาผูกพัน ปัญหาในการทำสัญญา คือ ผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดรายละเอียดในสัญญา โดยผู้ซื้อจะไม่มีอำนาจในการเจรจาต่อรองที่แท้จริง ส่วนปัญหาวาดด้วยการเลิกสัญญา กฎหมายต่างประเทศให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบอกเลิกสัญญาตามระยะเวลาที่กำหนด

องค์ประกอบของธุรกิจเครือข่ายที่ดี ตัวบริษัทต้องมีความมั่นคง มีภาพลักษณ์ที่ดี และที่สำคัญต้องมีทุนจดทะเบียนที่เพียงพอแก่การทำธุรกิจ มีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย พร้อมใบรับรองจาก ส.ค.บ. ประธานบริษัท และเจ้าหน้าที่บริหาร ควรเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่น่าเชื่อถือในสังคม และต้องไม่เคยมีประวัติในทางไม่ดีมาก่อน ต้องมีตัวสินค้า และสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอ ราคาไม่แพงจนเกินไป ไม่ใช่สินค้าประเภทแฟชั่น ตามยุคตามสมัย ระบบการจัดจำหน่าย และการรับสินค้าต้องไม่ยุ่งยาก รวมถึงระบบการจัดส่งสินค้าต้องรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ แผนการจ่ายผลตอบแทนต้องเป็นธรรม คุ่มค่าแรง การจ่ายผลตอบแทนต้องตรงเวลา และสามารถเช็คสายงานได้โดยสะดวก ไม่มีระบบที่ยุ่งยากซับซ้อน มีระบบการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการทำงานตลาด และการสร้างธุรกิจของสมาชิกผู้ร่วมธุรกิจ ทั้งใน ระบบออนไลน์ และออฟไลน์ ในช่วงเวลาที่เรากำลังสนใจเข้าร่วมธุรกิจ ควรจะเป็นช่วงขาขึ้น ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจเครือข่ายนั้นกำลังเจริญเติบโต กำลังโฆษณาชวนเชื่อ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถขยายเครือข่ายธุรกิจได้ง่ายขึ้น เป็นธุรกิจที่มีการรักษายอด การรักษายอดเป็นการเพิ่มปริมาณในการกระจายสินค้า เมื่อบริษัทมีผลกำไร



มากขึ้นสามารถนำผลกำไรมาจ่ายให้แก่ผู้ร่วมธุรกิจได้มากขึ้นเช่นกัน และผลดีอีกทางหนึ่ง การรักษายอดเป็นการสร้างความเจริญเติบโต ให้กับบริษัททำให้มีความมั่นคงเป็นผลดีให้แก่ผู้ร่วมธุรกิจทุกคน ระบบเครือข่ายที่เอื้อประโยชน์ให้กับลูกจึงเป็นสิ่งที่ติดต่อสมาชิก สอดคล้องกับ ทฤษฎีเครือข่าย (Network theory) กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 63-75) เครือข่ายมีหลายรูปแบบ เช่น เครือข่ายแนวตั้งหรือเครือข่ายแบบแนวนอน 1) เครือข่ายแนวตั้ง โดยที่สถานภาพและฐานะของคนในแต่ละลำดับชั้นจะเรียงจากสูงไปต่ำ ฝ่ายที่อยู่ในลำดับสูงจะมีฐานะเป็นผู้อุปถัมภ์ และผู้อยู่ข้างล่างก็มีฐานะเป็นผู้ได้อุปถัมภ์ และเมื่อผู้อุปถัมภ์ต้องการความร่วมมือบางอย่างจากผู้ได้อุปถัมภ์ ก็สามารถระดมได้จากลูกข่ายของตน ส่วนผู้ที่อยู่ข้างล่างก็สามารถจะขอทรัพย์สินเงินทอง หรือบริการบางอย่างเมื่อตนขาดแคลนได้ เป็นที่น่าสังเกตว่า การแลกเปลี่ยนระหว่างขั้นนี้ มีลักษณะไม่เสมอภาคเท่าเทียมกัน 2) เครือข่ายแบบแนวนอน โดยที่ฐานะและสถานภาพของคนในทุกกลุ่มที่เข้ามาเป็นเครือข่ายกันนั้นมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน การแลกเปลี่ยนทรัพย์สินหรือบริการต่าง ๆ มีลักษณะช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ถ้อยทีถ้อยอาศัย เครือข่ายแบบแนวนอนนี้อาจจะเป็นการติดต่อกันเองระหว่าง 2 กลุ่ม ในกรณีที่ไม่ซับซ้อนนัก โดยต้องมีตัวกลาง หรืออาจจะมีแม่ช่วยประสานงาน แต่สถานภาพของแม่ข่ายก็เสมอภาคเท่าเทียมกับคนอื่น ๆ

การดำเนินกิจกรรมด้านการขายและการตลาดจะถือเป็นภาระงานที่สำคัญภายใต้โซ่คุณค่าขององค์กร ที่สืบเนื่องจากแนวคิดการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน มักเน้นที่ความพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ องค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านการตลาด รวมทั้งการสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรของทุกหน่วยงาน ในการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบต่อลูกค้าทุกราย อันจะนำไปสู่ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น ระบบสารสนเทศทางการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งของการนำเสนอสารสนเทศเพื่อใช้สำหรับงานด้านการตลาดในส่วนการพัฒนาลิขสิทธิ์และโปรแกรมทางการตลาดที่ดี จึงจำเป็นต้องใช้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ขาย ตลอดจนผู้ที่มีบทบาทอื่นทางการตลาดด้วย เนื่องจากในปัจจุบัน ขนาดของตลาดใหญ่ขึ้น ผู้ซื้อมีทางเลือกเพิ่มขึ้น วิธีการทางการตลาดมีความซับซ้อนขึ้น อีกทั้งธุรกิจยังจำเป็นต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง ด้วยเหตุนี้ การใช้สารสนเทศที่ทันต่อเหตุการณ์จึงยิ่งจะทวีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น ในยุคโลกาภิวัตน์นั้น การเสนอขายสินค้ามิใช่แต่จะใช้พนักงานขายเท่านั้น เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกนำมาใช้ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับเป็นสำคัญซึ่งทางกิจการต่างก็พยายามสรรหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อแข่งขันกันเสนอขายสินค้าในระบบไฮ – เทคเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็น สิ่งประดิษฐ์ค้นคว้ามาเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารทางการค้าปัจจุบันประกอบไปด้วย ทางไปรษณีย์ ทางโทรศัพท์ ทางตู้อัตโนมัติ และทางอินเทอร์เน็ต จึงเป็นสิ่งที่ระบบธุรกิจเครือข่ายขายตรงได้นำมาปรับใช้ สอดคล้องกับ ทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่ (Innovation Theory) ทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่ มีส่วนเกี่ยวข้องและมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมในเครือข่ายธุรกิจขายตรง โดยใช้แนวคิด โรเจอร์ (Rogers. 1968) ทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นตัวการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะ 3 ประการคือ การค้นพบสิ่งใหม่ คิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่และการแพร่กระจายจากสังคมอื่น ซึ่งอัตราการยอมรับสิ่งใหม่ขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งใหม่และลักษณะของประชากรในสังคม



ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์
 - 1.1 ธุรกิจขายตรงเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับประชาชนชาวอีสานเช่นกัน แต่รัฐหรือองค์กรเอกชนควรมีมาตรการเข้ามาดูแล ควบคุม ธุรกิจชนิดนี้เพื่อมิให้ประชาชนเสียโอกาสในการทำการค้า
 - 1.2 การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมควรมีองค์กรเข้ามาตรวจสอบพร้อมทั้งประสานกับชุมชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงเพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจในกระบวนการของธุรกิจขายตรง
 - 1.3 งานวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผน เพื่อบริหารจัดการเครือข่ายธุรกิจขายตรงเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการและประชาชนชาวอีสานที่บริโภคในกลุ่มธุรกิจขายตรง
2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าในกลุ่มธุรกิจขายตรง เนื่องจากสินค้าบางอย่างโฆษณาเกินความเป็นจริง จึงต้องมีการวิจัยเพื่อจัดกลุ่มสินค้าที่มีคุณภาพ
 - 2.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีในการควบคุมสินค้าของธุรกิจขายตรง เพื่อเป็นการหาช่องทางในการคุ้มครองผู้บริโภค
 - 2.3 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และผู้บริโภคอันก่อให้เกิดความสมดุลซึ่งกันและกัน
 - 2.4 ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับกลไกของรัฐในการควบคุมธุรกิจขายตรงเพื่อเป็นแนวทางสำหรับคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุม



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กฤษณา วงษาสันต์. วิถีไทย. กรุงเทพฯ : เจริญเวฟ เอ็ดดูเคชั่น, 2542.
- กาญจนา แก้วเทพ. เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน. กรุงเทพฯ : สภาคทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา (สคทพ), 2538.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. กระบวนการค้นคว้าวัฒนธรรมไทย : ต้นตอเศรษฐกิจถดถอย. กรุงเทพฯ : ชัคเชสมิเดีย, 2541.
- _____. SMEs หรือ SLEs ? : แนวโน้มธุรกิจไทยในศตวรรษหน้า. กรุงเทพฯ : ชัคเชสมิเดีย, 2543.
- ขวัญสรวย อติโพธิ์ และอนุชาติ พวงสำลี. คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุในคณะอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร, 2542.
- _____. ธุรกิจชุมชนเพื่อสังคมทางเลือกหนึ่งของชุมชนนางรองร่วมใจทำกันวันนี้. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- งามพิศ สัตย์สงวน. มานุษยวิทยากายภาพ : วิวัฒนาการทางกายภาพและวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- จรินทร์ เทศวานิช. เศรษฐศาสตร์แรงงานและแรงงานสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2527.
- จามะรี พัทธกิจวงศ์. แนวความคิดทฤษฎีทางสังคมวิทยา ตอน คาร์ล มาร์กซ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ร่วมกับมูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 2543.
- จารุวรรณ ธรรมวัตร. วิเคราะห์ภูมิปัญญาอีสาน. อุบลราชธานี : ศิริธรรมออฟเซ็ท, 2538.
- จินตนา บุญยงการ และกองแก้ว อยู่บุญ. แนวคิดทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2532.
- จำนงค์ อติวัฒนสิทธิ์. สังคมวิทยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. วัฒนธรรมไทยกับขบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- _____. เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีต. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สร้างสรรค์, 2533.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิศวิชา. วัฒนธรรมหมู่บ้านไทย. กรุงเทพฯ : สร้างสรรค์, 2541.
- ชินสัค สวรรณอัจฉริยะ. เครือข่ายทางสังคม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549.
- ชัยยุทธ ปัญญสวัสดิ์สุทธิ์ และสคนธ์ วัชรญวัฒนา. การประกอบการขนาดย่อมในชนบทไทย. กรุงเทพฯ : มูลนิธิฟรีดิชเนามัน, 2533.
- ชัยยศ อิมสุวรรณ์. การพัฒนารูปแบบการศึกษาชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์, 2543.



- ชัยวัฒน์ ธีระพันธ์. การประชุมอย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม, 2546.
- ณรงค์ เพชรประเสริฐ. ธุรกิจชุมชน เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2542.
- ประพิมพร สมณาแขง. การประเมินภาวะโภชนาการชุมชน. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2529.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. นโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอต่อ กองทุนสนับสนุนการวิจัย. ม.ป.ท., 2540.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธ์. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ดิรก สาระวดี. ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชนในองค์กรชุมชน ใน กลไกเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม ประสพการณ์จากภาคอีสาน. กรุงเทพฯ : แพลนพริ้นท์ติ้ง, 2540.
- ธงชัย สันติวงษ์. หลักการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.
- นิคม มุสิกคามะ. การพัฒนธรรมศึกษา : กระบวนการบริหารและจัดการวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2545.
- นิติ เอียวศรีวงศ์. เชิงอรรถสังคมไทยในสายตานักวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโกลด์คิมทอง, 2533.
- นิยพรรณ (ผลวัฒน์) วรรณศิริ. มานุษยวิทยาเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ : เค ยู บุ๊คเซ็นเตอร์, 2540.
- นิยวรรณ วรรณศิริ. “การศึกษาวิเคราะห์ชุมชน,” วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 19(1) : 10 ; มิถุนายน, 2535.
- นัธชนัน โตบัณฑิต. การวิเคราะห์ปัญหาของธุรกิจส่งออก กรณีศึกษาลูกค้าของศูนย์ธุรกิจต่างประเทศ ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- นุชนาฏ จันทวิเศษ. การศึกษา “เครือข่าย” ในการจัดการทรัพยากรแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษา : ชุมชนคุชตะเลสาสงขลา. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.
- บุญสม ยอดมาลี. การสืบค้นประวัติชุมชน แบบประชาชนมีส่วนร่วม กรณีบ้านสระบัว ตำบล กุ้งสันตรัตน์ อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม : สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2547.
- ประพิมพร สมณาแขง และคณะ. อาหารธรรมชาติของชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาว โครงการศึกษาภาวะเศรษฐกิจและสังคมของกสิกร ในระบบเกษตรน้ำฝน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2529.



- ประเวศ วะสี. ยุทธศาสตร์เขื่อนสังคมไทยออกจากโครงสร้างมรณะ. นนทบุรี : สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.), 2545.
- ปาน กิมปี. กรมการศึกษานอกโรงเรียน ชุติวิชาวิจัยทางการศึกษานอกโรงเรียน กรมการศึกษานอกโรงเรียนกระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพฯ : กรมการศึกษานอกโรงเรียน, 2538.
- ปาริชาติ ดีฝึกแว่น. การบริหารจัดการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา ตำบลด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2547.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. นโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2540.
- พระมหาสุทิตย์ อาภากร. เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต). ทุกข์สำหรับเห็น แต่สุขสำหรับเป็น และลักษณะแห่งพระพุทธศาสนา. กรุงเทพฯ : อมรินทร์, 2547.
- พลเดช ปิ่นประทีป. การกระจายอำนาจด้านสาธารณสุขที่ประชาชนต้องการ. นนทบุรี : สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ (สปรส.), 2543.
- พิชัย เพชรรัตน์. “ขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคประชาชนเพื่อการพัฒนา,” เอกสารประกอบการเรียนวิชาการพัฒนาชุมชน. หน้า 3. ลพบุรี : สถาบันราชภัฏเทพสตรี, 2547.
- พิชิต สุขเจริญพงษ์. การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็นยูเคชั่น, 2540.
- พิชิตพล เอี่ยมมงคลชัย. “กฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง,” การเงินธนาคาร. 21(246) : 160-162, 2545.
- เพชร ชุมทรัพย์. หลักการบริหารการเงิน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- มนสิชา อินทจักร. ผลกระทบของคุณลักษณะขององค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจน้ำตาลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2555.
- มาธิ สุขวาสนะ. ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพผลการตรวจสอบประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บข.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2551.
- รดา มุฑจัต. ผลกระทบของประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ กจ.ม. มหาสารคาม : วิทยาลัยมหาสารคาม, 2555.
- รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ. สังคมวิทยา. สงขลา : บุ๊คเซ็นเตอร์, 2530.
- รุ่งทิพย์ คงมานะ. ศึกษาความสำเร็จของสมาชิกธุรกิจขายตรง บริษัทกฟพารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด จังหวัดลพบุรี. ลพบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 2549.



- วงศ์วรวิศ ทวีพงศธร. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดขายตรงแบบไบนารีของนักธุรกิจอิสระ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548.
- วัชรรา คลายนาท. สังคมวิทยา. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2530.
- วิจารณ์ พานิช. รายงานการศึกษาวิจัยเรื่องการประกันคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา : กรณีศึกษานิวซีแลนด์. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนามาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2544.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. ค้นหาอดีตของเมืองโบราณ. กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ, 2538.
- ศานิต ศรีสังข์. การดำเนินคดีเปรียบเทียบปรับกรณีมีการจ่ายเงินสินบนในคดีจับกุมผู้ทำผิดกฎหมาย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2547.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารจัดการตลาด. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา, 2538.
- เศรษฐสุยาม. ลัทธิบริโภคนิยมกับชุมชน. กรุงเทพฯ : สมาพันธ์, 2540.
- สมชาติ กิจยรรยง. สายสัมพันธ์สร้างสรรค์ทีมงาน. กรุงเทพฯ : มัลติอินฟอร์เมชันเทคโนโลยี, 2543.
- สมชาย พงษ์เทพิน. สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้นำกับการทำงานของผู้นำเครือข่าย องค์กรชุมชน ในเขตเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณี:เครือข่ายสหชุมชนนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ พ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- สมพันธ์ เตชะอธิก. ศักยภาพและเครือข่ายผู้นำท้องถิ่น : คู่มือและทิศทางการพัฒนาผู้นำชาวบ้านเพื่อแก้ปัญหาในชุมชน. ขอนแก่น : สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2537.
- สมศรี จินะวงษ์. การวิเคราะห์ กระบวนการเรียนรู้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ในชุมชน ที่ใช้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง. วิทยานิพนธ์ ปร.ด. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. แผนที่ภาษาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆใน ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2547.
- สำนักมาตรฐานการศึกษา. สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานมาตรฐานการอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : การจัดการธุรกิจชุมชน, 2545.
- ลีลาภรณ์ นาครทรรพ. ภูมิปัญญากับการแก้ไขสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2541.
- ลีลาภรณ์ บัวสาย. พลังท้องถิ่น : บนสังเคราะห์งานวิจัยด้านชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2547.



- สายทิพย์ จะโนภาษ. ผลกระทบของการกำกับดูแลที่ดีและศักยภาพขององค์กรที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์. บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549.
- สุชาติ เกตยา. การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนในเขตอำเภอโพทะเล จังหวัดพิจิตร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- สุเทพ เขวลิต. หลักการพัฒนาชุมชน. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2524.
- สุธีระ ทานตวนิช. การบริหารการศึกษา. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน, 2521.
- สุพัตรา อยู่เบิก. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจแอมเวย์ของออฟไลน์ : กรณีศึกษา นักธุรกิจแอมเวย์ สังกัดศูนย์ สายสัมพันธ์ เซ็นเตอร์. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550.
- สุมิตรา จิระพัฒน์. การจัดการธุรกิจชุมชน : ศึกษากรณีกลุ่มแพรรณ จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2542.
- สุวิทย์ วิบูลย์ผลประเสริฐ. ประชาสังคมกับการพัฒนาสุขภาพ : บทวิเคราะห์ทางวิชาการ. กรุงเทพฯ : โครงการสำนักพิมพ์ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2540.
- เสรี พงศ์พิศ. วิธีคิด วิธีทำ : แผนชีวิตเศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : พลัပ္ปัญญา, 2548.
- อนงค์นาฏ เจียมพิทยานุวัฒน์. การตลาดของอุตสาหกรรมปั่นด้ายไทย : กลยุทธ์การแข่งขัน. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม, 2537.
- อนพัทธ์ ภัคดีสุขอนันต์. ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ในระบบขายตรงของ มิสทิน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.
- อรทัย อาจอ่ำ. “ความยากจนในเมืองที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงและเด็ก,” วารสารประชากรและสังคม. 9(1) : 1-29, 2543.
- อรทัย อาจอ่ำ และฟรีเบียร์ เบ็นท์. พันสังคมศาสตร์ : ทำไมการวิจัยทางสังคมจึงล้มเหลวและจะทำให้ประสบความสำเร็จได้อย่างไร. กรุงเทพฯ : คบไฟ, 2548.
- อนันต์ วงศ์กระจ่าง. ทฤษฎีงานฝึกฝีมือ. กรุงเทพฯ : ศรีสยาม, 2529.
- อภิศักดิ์ คำสิงห์. การพึ่งพาตนเอง ภูมิปัญญาชาวบ้านด้านงานหัตถกรรม. สกลนคร : ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม สถาบันราชภัฏสกลนคร, 2536.
- อภิศักดิ์ โสมอินทร์. โลกทัศน์อีสาน. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2537.
- อริยา เสวตามร์. บทสะท้อนวิธีคิดของชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2542.
- อรรยา สิงห์สงบ. สิทธิผู้บริโภค VS. ธุรกิจขายตรง. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนามาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2547.
- อังคณา ใจเหิม. “วัฒนธรรมไทย : คุณค่าเอกลักษณ์ไทย,” กระแสวัฒนธรรม. 4(5) : 11-14 ; กุมภาพันธ์ - มิถุนายน, 2546



- อาชีวศึกษา. การดำเนินงานร้านขายปลีก. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา, 2536.
- อุดม เกิดพิบูลย์. ทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจขั้นสูง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2515.
- อำนวย ภูวนา. กระบวนการบริหารการผลิตหัตถกรรมทอผ้า : ศึกษากรณีบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2540.
- อุษา โสทรจิตร. แนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน สำหรับกลุ่มผู้ผลิตกระดาษจากใยสับปะรด บ้านทรายมูล ตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- Evans, J.R. and B. Berman. Marketing & Organization. 2nd ed. United State of America : Prentice-Hall, 1997.
- Lehmann, R.D. and R.S. Winer. Analysis for Marketing Planning. 2nd ed. Boston : Richard D. Irwin, 1991.
- Linton, Ralph. NATURAL SCIENCES; Biological sciences in general; Anthropology. English : Osmania University, 1936.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
รายนามผู้ให้สัมภาษณ์



รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

- กชพร ศรีเรืองเดช เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16 ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000 เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554.
- กฤษ เรืองสวัสดิ์ นพสิทธิ์ เจตสินไพศาล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทเอเจลอิน เทอร์เนชั่นแนล อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2554.
- กฤษ สวัสดิ์ทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทเอเจล อินเตอร์เนชั่นแนล อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- กฤตภาค หัสลิพา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- กันยณัฐ พรจันทร์ทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทวินดิริช อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2554.
- ก้องภพ มรกตศรีวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์ คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- กุลเทพ ไชยสมุทร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- เคื่องเต็ม วงสพรหม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16 ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000 เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554.
- งามทิพย์ บุตรพรหม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- จรัสรัตน์ ภิญโญทรัพย์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทยูนิซีดี อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2554.
- จิตภัส พุฒิกรหิรัญกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทเอเจล อินเตอร์เนชั่นแนล อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- เจตต์จ พลีพูล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สกอ. เมืองกาฬสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2554
- ฉัตรชัย ธรรมสาร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16 ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554.
- ฉัตรชัย ประเสริฐสุวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทโอทู อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2554.
- ชวลิต ผาสุกใจ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาเวอร์ อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- ณรุส มหัทธพงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16 ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2554.



- ณัฐกาญจน์ แสงสุข เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาเวอร์
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- ณัฐ อภินัฐชนสมบัติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สภอ. มุกดาหาร
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2554.
- ณัฐยาณ์ จุลฟ้า เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทแคทส์ ดอท คอม
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2554.
- ณิชน ทงมี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทเอเจล อินเตอร์เนชั่นแนล
อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- ดนัย สาริบุตร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, สภอ. เมืองอุบลราชธานี
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- ถวัลย์ จักขุม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทแคทส์ ดอท คอม
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2554.
- ทวีศักดิ์ ชิวสุทโธ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่กระทรวงพาณิชย์จังหวัด
มุกดาหาร เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2554
- ทัศนพร สีหาวงษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554.
- ทิพากรณ์ คนหาญ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สภอ. ขอนแก่น
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2554.
- ทิพประทุม สุตภักดี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาเวอร์
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- ทิวา ศรีไพวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 19-6/80
ถนนประดิษฐ์ ตำบลในเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2554.
- ธนแสน สิทธิกุลธนกิจ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจีแพลทตินั่ม
อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2554.
- ธนากร พูลพล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16 ถนนแจ้ง
สนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2554.
- ธพิพร ภูสุวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2554.
- ธนัท อภิธมาคำ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาเวอร์
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- ธนิตศักดิ์ อุ่นตา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่กระทรวงพาณิชย์
จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2554.
- ธัญพร ช่างสาร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16 ถนนแจ้ง
สนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2554.
- ธัชดา ศรีขาว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทแคทส์ ดอท คอม
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2554.



- ธัมภัทร ทองมี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- ธีระยุทธ เชื้อดี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจีแพลทตินั่ม
อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2554.
- ธีระชัย เสาวรัตน์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทยูนิซีดี เมื่อวันที่ 20
พฤศจิกายน 2554.
- นพรุจ เวชกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทนีโอไลฟ์ เมื่อวันที่ 8
กันยายน 2554
- นทีเทพ บำสุวรรณ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาวเวอร์
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- นภเอก สะอาดวงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทโอทู เมื่อวันที่ 16
ธันวาคม 2554.
- นฤมิตร คงอาสา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม
2554.
- นิวัฒน์ วงศ์สว่างพานิช เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 168
ถนนอุปรีสาน ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554
เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2554.
- นัยรัตน์ ยอสิน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- นุชนาถ สมฤดี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจีแพลทตินั่ม
อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2554.
- บำเพ็ญ บริบูรณ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2554.
- ประยูร ศรีสินต์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม
2554
- ประเสริฐศักดิ์ เกิดสวัสดิ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์
คอยน์ คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- ประลอง ขอบงาม เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สภอ.ร้อยเอ็ด
อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554.
- ปรียา ช่างกาง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- ผลการ์ตน์ พลายแก้ว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทนีโอไลฟ์
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2554.
- พลเชษฐ วิทย์ฐานะ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจีแพลทตินั่ม
อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2554.



- พัชรีย์ คำมุงคุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2554.
- พนัสนิศา คงสอน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554.
- พิสมัย จิตอาคะ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, บ้านเลขที่ 77/14 บ้านดอนแค
ตำบลขามใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554
เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2554.
- พิชฌานันท์ อภิปรัชญาพงษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์
คอยน์ คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- ภัทรภรณ์ เล่าหล่อน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทแคทส์ ดอท คอม
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2554.
- ภคณอร กรพลังชยาเอก เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจีแพลทตินั่ม
อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2554.
- ภัสสรณ์ บุญพลาย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่กระทรวงพาณิชย์จังหวัด
ขอนแก่น เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2554.
- มะลิวัลย์ เขาวนกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทแคทส์ ดอท คอม
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2554.
- ยศวดี เลิศศรี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอยด์ แอน คอยน์
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2554.
- ยุทธนา โอียราพรต เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554 .
- ล่อ อาจวิชัย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาวเวอร์
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- ลักษณะพร ลครพล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทแคทส์ ดอท คอม
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2554.
- วนิดา เศรษฐสมบัติ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 1362
ถนน สรรพสิทธิประสงค์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- วรกานต์ อุดมวัฒน์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- วันวิสา หัสนิศา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์ คอร์
ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- วิทย์ หน่อแก้ว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ศูนย์อูบล 323/2 ถนนสุริยาตร
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- วิไลวรรณ เจริญศรี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 126
ถนนขยางกูร ตำบลนิคมคำสร้อย อำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 27
สิงหาคม 2554.



- วิธินท์ ทิพย์ปัญญา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด 45000 เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554
- วีรัตน์ เฉลิมชัย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2554.
- แววดา บางทราย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2554.
- สมรศรี คลังสุภาวิพัฒน์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2554.
- สมชาย หัซลีฬา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- สามัคคี วังวงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่กระทรวงพาณิชย์จังหวัด
อุบลราชธานี เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- สิทธีร์ เกียรติชวนันท์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทเอเจล
อินเตอร์เนชั่นแนล อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2554.
- สุทธิรักษ์ วายทุกข์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 118 หมู่ 7
บ้านสร้างมิ่ง ตำบลหนองเมือง อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี
เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- สุภาพร กุลวงศ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 642 ถนนสุริยาตร
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2554.
- สุเทพ กุลสิงห์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 46/2 ถนนอุบราช
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2554.
- สุวิทย์ โพธิ์ศรี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 3/11 ถนนกองพลสิบ
ตำบลในเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2554.
- สุวิทย์ ศรีชะแก้ว เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2554.
- สุพัตรา พรโกเมธกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2554.
- สุวิจักร มุมทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2554.
- สุทธิชัย อินโย เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2554.
- สำราญ แสนโคตร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 348/12
ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2554.
- สำราญ จันศรีคง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2554.



- สำรวย รีพล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านเลขที่ 25 หมู่ 1
ตำบลหนองสูงเหนือ จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2554.
- เสริมอนงค์ จันศรีคง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2554.
- อนันต์โชติ ชัยปรีชา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2554.
- อนุชิต ดาวมุกดา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, บริษัท 369 ริชพาวเวอร์
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2554
- อมรเทพ กลิ่นสุคนธ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัท 369 ริชพาวเวอร์
อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2554.
- อัญชลี ทิพย์โยธา เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่กระทรวงพาณิชย์จังหวัด
ร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2554.
- อิสรภาพ มั่นคง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2554.
- อำพา เพิ่มพูน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เอนก อาจิวิชัย เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่แอมเวย์ 120 หมู่ 16
ถนนแจ้งสนิท ตำบลเหนือเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2554.



ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



เลขที่แบบสัมภาษณ์ □□□

แบบสัมภาษณ์การวิจัยแบบมีโครงสร้าง กลุ่มผู้รู้

เรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน
คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แนวการสัมภาษณ์นี้ใช้สัมภาษณ์ผู้รู้ (Key Informants) เพื่อเก็บข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

1.1 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....นามสกุล.....
เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง ศาสนา.....สัญชาติ.....อาชีพ.....

1.2 ปัจจุบันท่านมีอายุ.....ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)
ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....
แขวง / ตำบล.....เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....
ภูมิลำเนาเดิม บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....
แขวง / ตำบล.....เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน คือ

- ☐ 1. ไม่ได้รับการศึกษา
☐ 2. ประถมศึกษาปีที่ 4
☐ 3. ประถมศึกษาปีที่ 6
☐ 4. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า
☐ 5. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (ปวช.)
☐ 6. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.)
☐ 7.ปริญญาตรี
☐ 8. สูงกว่าปริญญาตรี



2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของสมาชิกผู้ขายตรง

- 2.1 ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร รวมทั้งสิ้น.....ไร่
- 2.2 จำนวนแรงงานในครัวเรือน จำนวน.....คน
- ☐ 1. ชาย จำนวน.....คน
- ☐ 2. หญิง จำนวน.....คน
- 2.3 ผลตอบแทนที่ได้รับ จำนวน.....บาท/ปี
- 2.4 รายได้ของครัวเรือน จำนวน.....บาทต่อปี
- 2.5 ท่านมีเงินลงทุน จำนวน.....บาท
- 2.6 วันที่สัมภาษณ์...../...../.....เวลา.....สถานที่สัมภาษณ์.....

3. รายละเอียดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

1. ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงมีความเป็นมาอย่างไร
.....
.....
2. ประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น.....คน แยกเป็นชาย.....คน หญิง.....คน
3. ผู้จัดการคนปัจจุบันคือ.....
4. ที่ตั้งของบริษัท.....
5. การคมนาคม.....
6. การสาธารณูปโภค.....
7. ลักษณะของพนักงานขาย การศึกษา และสาธารณสุข.....
8. ลักษณะทางเศรษฐกิจ.....
9. ลักษณะทางสังคม.....
10. ค่านิยมของประชาชน ที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี มีค่าควรกระทำ น่ายกย่อง หรือเห็นว่าถูกต้อง
ดั่งาม คือ
.....
11. วิสัยทัศน์คือ
.....
12. เป้าหมายของบริษัทคือ
.....
13. เอกลักษณะการแต่งกาย คือ
.....
14. ภาษา คือ
.....



ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ และธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน

1. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านการเงิน เป็นอย่างไร

.....

.....

2. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านทรัพยากร (วัตถุ คน เครื่องมือ) เป็นอย่างไร

.....

.....

3. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านผลผลิต เป็นอย่างไร

.....

.....

4. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านการตลาด (ภายในและภายนอก) เป็นอย่างไร

.....

.....

5. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านเครือข่าย (ภายในและภายนอก) เป็นอย่างไร

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

1. มีจุดมุ่งหมายอย่างไรบ้าง

.....

.....

2. พนักงานขายเป็นอย่างไร

.....

.....

3. กิจกรรม โครงสร้างความสัมพันธ์ของพนักงานเป็นอย่างไร

.....

.....

4. การเชื่อมต่อระหว่างพนักงานและผู้บริโภคเป็นอย่างไร

.....

.....

5. การสร้างความรู้สึกร่วมระหว่างพนักงานและผู้บริโภคเป็นอย่างไร

.....

.....



6. ความโปร่งใสและการจัดระบบข้อมูลข่าวสารอย่างไรบ้าง

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้สัมภาษณ์

(นาย/นาง/นางสาว (.....))



เลขที่แบบสัมภาษณ์ □□□

แบบสัมภาษณ์การวิจัยแบบมีโครงสร้าง กลุ่มผู้ปฏิบัติ

เรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน
คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แนวการสัมภาษณ์นี้ใช้สัมภาษณ์ กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ เก็บข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของพยานขายตรง

1.1 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....นามสกุล.....
 เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง ศาสนา.....สัญชาติ.....อาชีพ.....

1.2 ปัจจุบันท่านมี อายุ.....ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)
 ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....
 แขวง / ตำบล.....เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....
 ภูมิลำเนาเดิม บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....
 แขวง / ตำบล.....เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน คือ

- ☐ 1. ไม่ได้รับการศึกษา
- ☐ 2. ประถมศึกษาปีที่ 4
- ☐ 3. ประถมศึกษาปีที่ 6
- ☐ 4. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า
- ☐ 5. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (ปวช.)
- ☐ 6. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.)
- ☐ 7. ปริญญาตรี
- ☐ 8. สูงกว่าปริญญาตรี



2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของสมาชิกผู้ขายตรง

- 2.1 ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร รวมทั้งสิ้น.....ไร่
- 2.2 จำนวนแรงงานในครัวเรือน จำนวน.....คน
- 1. ชาย จำนวน.....คน
- 2. หญิง จำนวน.....คน
- 2.3 ผลตอบแทนที่ได้รับ จำนวน.....บาท/ปี
- 2.4 รายได้ของครัวเรือน จำนวน.....บาทต่อปี
- 2.5 ท่านมีเงินลงทุน จำนวน.....บาท
- 2.6 วันที่สัมภาษณ์...../...../.....เวลา.....สถานที่สัมภาษณ์.....

3. รายละเอียดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

1. ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงมีความเป็นมาอย่างไร
.....
.....
2. ประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น.....คน แยกเป็นชาย.....คน หญิง.....คน
3. ผู้จัดการคนปัจจุบันคือ.....
4. ที่ตั้งของบริษัท.....
5. การคมนาคม.....
6. การสาธารณูปโภค.....
7. ลักษณะของพนักงานขาย การศึกษา และสาธารณสุข.....
8. ลักษณะทางเศรษฐกิจ.....
9. ลักษณะทางสังคม
.....
10. ค่านิยมของประชาชน ที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี มีค่าควรกระทำ น่ายกย่อง หรือเห็นว่า
ถูกต้องดีงาม คือ
.....
11. วิสัยทัศน์คือ
.....
12. เป้าหมายของบริษัทคือ
.....
13. เอกลักษณ์การแต่งกาย คือ
.....



14. ภาษา คือ

.....

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ และธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน

1. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านการเงิน เป็นอย่างไร

.....

.....

2. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านทรัพยากร (วัตถุดิบ เครื่องมือ) เป็นอย่างไร

.....

.....

3. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านผลผลิต เป็นอย่างไร

.....

.....

4. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านการตลาด (ภายในและภายนอก) เป็นอย่างไร

.....

.....

5. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านเครือข่าย (ภายในและภายนอก) เป็นอย่างไร

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

1. มีจุดมุ่งหมายอย่างไรบ้าง

.....

.....

2. พนักงานขายเป็นอย่างไร

.....

.....

3. กิจกรรม โครงสร้างความสัมพันธ์ของพนักงานเป็นอย่างไร

.....

.....



4. การเชื่อมต่อระหว่างพนักงานและผู้บริโภคเป็นอย่างไร

.....

.....

5. การสร้างความรู้สึกร่วมระหว่างพนักงานและผู้บริโภคเป็นอย่างไร

.....

.....

6. ความโปร่งใสและการจัดระบบข้อมูลข่าวสารอย่างไรบ้าง

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้สัมภาษณ์
(.....)



เลขที่แบบสัมภาษณ์ □□□

แบบสัมภาษณ์การวิจัยแบบมีโครงสร้าง กลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป

เรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แนวการสัมภาษณ์นี้ใช้สัมภาษณ์ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป (General Informants) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ เก็บข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ และธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของพนักงานขายตรง

1.1 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....นามสกุล.....
 เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง ศาสนา.....สัญชาติ.....อาชีพ.....

1.2 ปัจจุบันท่านมี อายุ.....ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)
 ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....
 แขวง / ตำบล.....เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....
 ภูมิลำเนาเดิม บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตรอก / ซอย.....ถนน.....
 แขวง / ตำบล.....เขต / อำเภอ.....จังหวัด.....

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน คือ

- ☐ 1. ไม่ได้รับการศึกษา
☐ 2. ประถมศึกษาปีที่ 4
☐ 3. ประถมศึกษาปีที่ 6
☐ 4. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า
☐ 5. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (ปวช.)
☐ 6. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.)
☐ 7. ปริญญาตรี
☐ 8. สูงกว่าปริญญาตรี



2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของสมาชิกผู้ขายตรง

- 2.1 ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร รวมทั้งสิ้น.....ไร่
- 2.2 จำนวนแรงงานในครัวเรือน จำนวน.....คน
- 1. ชาย จำนวน.....คน
- 2. หญิง จำนวน.....คน
- 2.3 ผลตอบแทนที่ได้รับ จำนวน.....บาท/ปี
- 2.4 รายได้ของครัวเรือน จำนวน.....บาทต่อปี
- 2.5 ท่านมีเงินลงทุน จำนวน.....บาท
- 2.6 วันที่สัมภาษณ์...../...../.....เวลา.....สถานที่สัมภาษณ์.....

3. รายละเอียดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

1. ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงมีความเป็นมาอย่างไร
.....
.....
2. ประชากรมีจำนวนทั้งสิ้น.....คน แยกเป็นชาย.....คน หญิง.....คน
3. ผู้จัดการคนปัจจุบันคือ.....
4. ที่ตั้งของบริษัท.....
5. การคมนาคม.....
6. การสาธารณูปโภค.....
7. ลักษณะของพนักงานขาย การศึกษา และสาธารณสุข.....
8. ลักษณะทางเศรษฐกิจ.....
9. ลักษณะทางสังคม
.....
10. ค่านิยมของประชาชน ที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี มีค่าควรกระทำ น่ายกย่อง หรือเห็นว่า
ถูกต้องดีงาม คือ
.....
11. วิสัยทัศน์คือ
.....
12. เป้าหมายของบริษัทคือ
.....
13. เอกลักษณ์การแต่งกาย คือ
.....



14. ภาษา คือ

.....

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ และธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน

1. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านการเงิน เป็นอย่างไร

.....

.....

2. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านทรัพยากร (วัตถุดิบ เครื่องมือ) เป็นอย่างไร

.....

.....

3. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านผลผลิต เป็นอย่างไร

.....

.....

4. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านการตลาด (ภายในและภายนอก) เป็นอย่างไร

.....

.....

5. สภาพปัจจุบัน / ปัญหา และอุปสรรค ด้านเครือข่าย (ภายในและภายนอก) เป็นอย่างไร

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน

1. มีจุดมุ่งหมายอย่างไรบ้าง

.....

.....

2. พนักงานขายเป็นอย่างไร

.....

.....

3. กิจกรรม โครงสร้างความสัมพันธ์ของพนักงานเป็นอย่างไร

.....

.....



4. การเชื่อมต่อระหว่างพนักงานและผู้บริโภคเป็นอย่างไร

.....

.....

5. การสร้างความรู้สึกร่วมระหว่างพนักงานและผู้บริโภคเป็นอย่างไร

.....

.....

6. ความโปร่งใสและการจัดระบบข้อมูลข่าวสารอย่างไรบ้าง

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้สัมภาษณ์
(.....)



เลขที่แบบสัมภาษณ์ □□□

แบบสัมภาษณ์การวิจัยแบบไม่มีโครงสร้าง

เรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน
คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non – Structure Interview) ชุดที่ 1 ใช้สัมภาษณ์
กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่ม เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ เก็บข้อมูล เชิง
ลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายใน
ภาคอีสาน

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.เวลา.....
สถานที่สัมภาษณ์บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล..... อำเภอ.....
จังหวัด.....

ผู้ร่วมสนทนา

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

หัวข้อสนทนา

1. รายละเอียดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
2. สภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ และธุรกิจขายตรงในภาคอีสาน
3. หลักฐานการช่วยเหลือและการเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐ
4. แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน



บันทึกรายละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สรุปข้อสัมภาษณ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้สัมภาษณ์

วันที่



เลขที่แบบสังเกต ☐☐☐

แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม

เรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน
คำชี้แจง

แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม ชุดที่ 1 ใช้สังเกตแบบมีส่วนร่วมกลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ใช้สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่ม เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของวัฒนธรรมทางธุรกิจ เก็บข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....

สถานที่สังเกต บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

1. หัวข้อสังเกตข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

บันทึกรายละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สรุปข้อสังเกต

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้สังเกต

วันที่



เลขที่แบบสังเกต ☐☐☐

แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

เรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน
คำชี้แจง

แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ชุดที่ 2 ใช้สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้รู้ (Key Informants) กับกลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) เก็บข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

1. สังเกตวันที่.....เดือน.....พ.ศ.เวลา.....
สถานที่สังเกตบ้านเลขที่..... หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
2. ผู้ถูกสังเกต ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
3. หัวข้อสังเกตเก็บข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง และแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน

บันทึกรายละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สรุปข้อสังเกต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้สังเกต



เลขที่แบบสนทนากลุ่ม □□□

แบบบันทึกสนทนากลุ่ม

เรื่อง ธุรกิจเครือข่าย : การเฝ้าระวังทางวัฒนธรรมของการดำเนินธุรกิจเครือข่ายในภาคอีสาน
คำชี้แจง

แบบสนทนากลุ่ม ใช้กับกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่ม เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเครือข่าย วิสาหกิจชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

1. วันที่.....เดือน.....พ.ศ.เวลา.....
 สถานที่สนทนากลุ่มบ้าน..... หมู่ที่..... ตำบล.....อำเภอ.....
 จังหวัด.....

2. ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

1. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
2. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
3. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
4. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
5. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
6. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
7. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
8. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
9. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี
10. ชื่อ.....สกุล.....เพศ.....อายุ.....ปี

3. หัวข้อสนทนา

1. รายละเอียดเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
2. แนวทางการเฝ้าระวังวัฒนธรรมธุรกิจเครือข่ายและขายตรงในภาคอีสาน
3. ปัญหาและอุปสรรค
4. ข้อเสนอแนะ



บันทึกรายละเอียด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สรุปการสนทนากลุ่ม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค
ภาพกิจกรรม





ภาพประกอบ 27 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ คุณเชน ใจซื่อ ประธานบริษัทนิวตี้ลิช



ภาพประกอบ 28 ศูนย์บริษัทแอมเวย์ จังหวัดร้อยเอ็ด





ภาพประกอบ 29 ศูนย์บริษัทยูนิซิตีจังหวัดอุบลราชธานี



ภาพประกอบ 30 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้นำศูนย์นีโวลไฟอินเทอร์เน็ตออนไลน์ สาขาอุบลราชธานี



ภาพประกอบ 31 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้นำศูนย์บริษัทนีโอไลฟ์อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล สาขาอุบลราชธานี



ภาพประกอบ 32 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายสมนึก เพชรเรือง ผู้นำบริษัทโอทู จังหวัดร้อยเอ็ด



ภาพประกอบ 33 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นางภัทรภรณ์ เล่าหล่อน เจ้าหน้าที่แคทดอทคอมจังหวัดขอนแก่น



ภาพประกอบ 34 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายวิเชียร ศรีวิชัย ผู้นำบริษัทแคทดอทคอมจังหวัดขอนแก่น



ภาพประกอบ 35 ผู้วิจัยสัมภาษณ์เภสัชกรกิจบริษัทจอย แอนด์ คอยน์ จังหวัดขอนแก่น



ภาพประกอบ 36 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้นำบริษัทจีแพทตินัม จังหวัดกาฬสินธุ์





ภาพประกอบ 37 ผู้วิจัยสัมภาษณ์นักธุรกิจบริษัท369 ริชพาเวอร์ จังหวัดมุกดาหาร



ภาพประกอบ 38 ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายก่อภพ มกรตศรีวรรณ ผู้นำบริษัทจอย แอนด์ คอยน์
คอร์ปอเรชั่นจังหวัดขอนแก่น

ประวัติย่อของผู้วิจัย



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายเอนก อาจิชัย
วันเกิด	วันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2496
สถานที่เกิด	อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 92 หมู่ 3 ตำบลหนองสูงเหนือ อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร 49160
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ครูชำนาญการพิเศษ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนบ้านกกไถโนนน้ำคำ ตำบลคำชะอี อำเภอคำชะอี จังหวัดมุกดาหาร 49110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2510	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนเบญจมมหาราช จังหวัดอุบลราชธานี
พ.ศ. 2515	ประกาศนียบัตรวิชาการศึกษา (ปกศ.) วิทยาลัยครูอุบลราชธานี
พ.ศ. 2521	ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) สาขาวิชาบริหารโรงเรียน วิทยาลัยครูสกลนคร
พ.ศ. 2551	ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ. 2557	ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

