

บทที่ 6

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

บทนำ

การพัฒนาของประเทศไทยเริ่มตั้งแต่มีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา จนกระทั่งถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ได้มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม ทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาคที่รัฐบาลได้พยายามพัฒนาวิถีชีวิตของสังคมชนบทและหมู่บ้านต่างๆ ให้มีการพัฒนาที่ดีขึ้น (สมคิด พรมจรรย์และคณะ, 2546: 1-4) ตระหนักถึงความสำคัญของทุนมนุษย์ในการเสริมสร้างให้เกิดความเข้มแข็งด้วยการพึ่งตนเอง และได้ให้ความสำคัญในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาประเทศ อันเกิดจากสร้างจุดแข็งของชุมชนที่มีภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีชีวิตเป็นพื้นฐานที่เข้มแข็ง ต่อเนื่องถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) (นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย, 2561: 102-104) ที่ยกระดับจากการพึ่งพาตนเอง เพิ่มแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในการเชื่อมโยงระหว่างภาควิสาหกิจชุมชนกับภาคเอกชน ให้มีความร่วมมือกันอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ โดยมีภาครัฐบาลให้การเสริมสร้างและสนับสนุนเอื้อประโยชน์ให้ทั้งทางองค์ความรู้ รูปแบบการจัดการและงบประมาณ ในการสร้างความเข้มแข็งตามนโยบายของรัฐภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการแก้ปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำที่จะเกิดจากการทำงานระดับฐานรากของวิสาหกิจชุมชนและขยายกระบวนการเป็นเครือข่ายให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนในการพัฒนาประเทศ

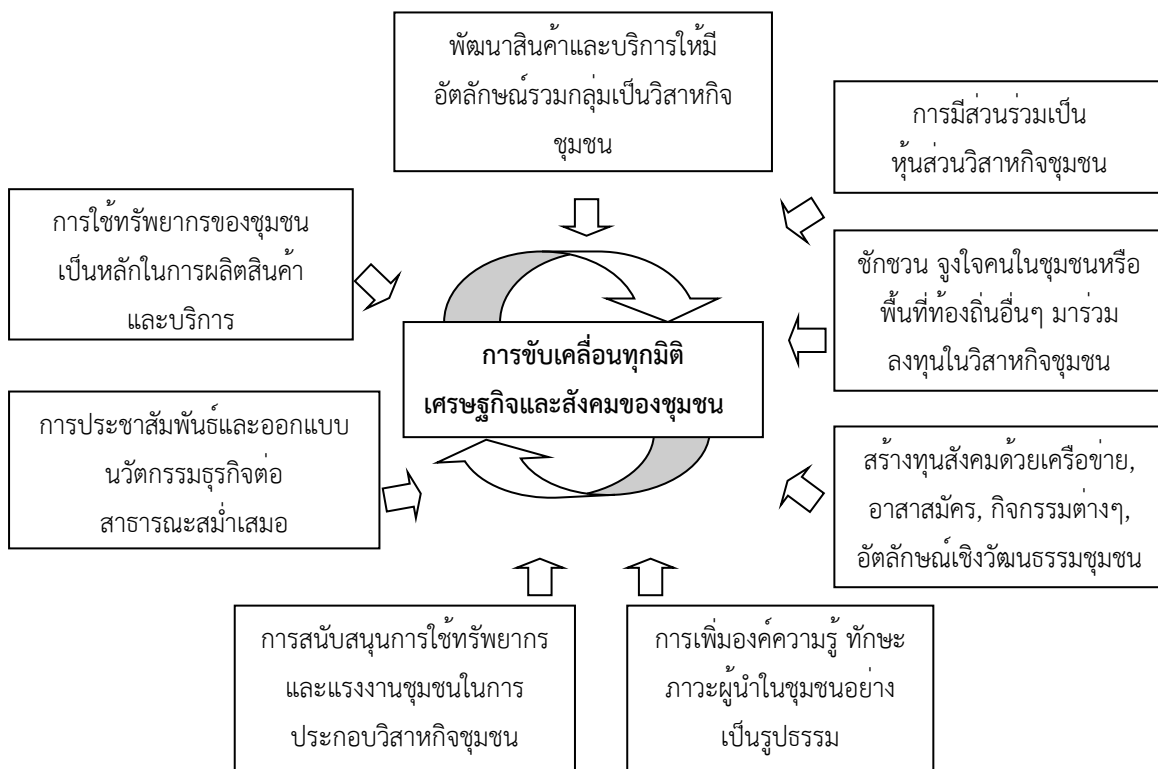
วิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มกัน สร้างกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน บนพื้นฐานแนวคิดสัมพันธ์ระหว่างชุมชน ทุนสิ่งแวดล้อม ทุนวัฒนธรรม ทุนภูมิปัญญา ทุนทางการเงิน มาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการด้วยการพึ่งพาตนเองบนรากฐานทางเศรษฐกิจและสังคมในการช่วยเหลือ เกื้อกูลกันของคนในชุมชนในรูปแบบธุรกิจชุมชนที่มีได้เน้นกำไรเป็นหลัก แต่ต้องการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนด้วยการนำองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนมาประกอบธุรกิจในการสร้างรายได้และอาชีพ นอกเหนืออาชีพหลักจากการทำเกษตรกรรม (ทศพร แก้วขวัญไกร, 2560: 38) โดยรูปแบบวิสาหกิจชุมชนมี 2 รูปแบบ (กัญญามน อินทวงศ์และคณะ, 2554) กล่าวคือ 1) รูปแบบวิสาหกิจชุมชนแบบเดี่ยวที่เกิดจากชุมชนรวมกลุ่มในการผลิตสินค้าและบริการ ตามความต้องการของความสามารถในชุมชนที่จัดกลุ่มเป็นหมวดหมู่ อาทิเช่น การทอผ้าไหม การทำขนม เป็นต้น 2) รูปแบบวิสาหกิจชุมชนแบบเครือข่ายเป็นการบูรณาการ ในการพัฒนาสินค้าและบริการของชุมชน ในการพัฒนากับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆ ที่มีเป้าหมายเดียวกันในการยกระดับวิสาหกิจชุมชนในการบริหารจัดการในทุกมิติ ทั้งด้านการตลาด การจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การเงิน บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

โดยเฉพาะรูปแบบวิสาหกิจชุมชนแบบเครือข่าย ที่รัฐบาลได้ตระหนักเห็นความสำคัญของการสร้างเครือข่ายของชุมชน ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สามารถยกระดับการแข่งขันสินค้าและบริการของชุมชน ให้มีศักยภาพทางธุรกิจต่อการแข่งขันให้เทียบเท่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้การสร้างเครือข่ายมีบทบาทสำคัญของ

วิสาหกิจชุมชนต่อการพัฒนา และสร้างความอยู่รอดในสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ดังนั้น บทความนี้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชน จึงทำการศึกษาให้เห็นถึงหลักการ แนวคิดของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งบทความนี้ได้แบ่งเป็น 4 ประเด็น ดังนี้ 1) แนวคิดเครือข่าย, เครือข่ายสังคม, การสร้างเครือข่าย 2) แนวคิดใหม่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม, ขยายฐานเครือข่ายกับผู้ประกอบการที่เสียเปรียบทางสังคม (Expanding the networks of disadvantaged entrepreneurs 3) กรณีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย 4) สรุป

แนวคิดและความสำคัญของเครือข่าย

ธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ที่มีเป้าหมายเดียวกันในการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีลักษณะเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นแนวคิดชุมชนเพื่อสร้างหลักประกันเชิงอุปถัมภ์ในทางเศรษฐกิจและสังคมของคนในชุมชน กำหนดกรอบความคิดเพื่อยกระดับกลยุทธ์ของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ภายใต้อาณัติเครือข่ายให้กว้างขวางต่อการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ช่วยเหลือเกื้อกูลกันของวิสาหกิจชุมชน โดยให้ครอบคลุมทุกๆ มิติ ซึ่งจะส่งผลดีทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน



รูปภาพที่ 6.1 การขับเคลื่อนทุกมิติเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

ที่มา: OECD/Noya A. and Clarence E. (2009: 3-11)

จากรูปภาพที่ 6.1 พบว่า การขับเคลื่อนทุกมิติเศรษฐกิจและสังคมชุมชนแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เกิดจากปัจจัยภายในที่ชุมชนมีการรวมกลุ่มในการผลิตสินค้าและบริการ ในการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ภายใต้การพึ่งพาตนเองจากการนำภูมิปัญญาพื้นถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาผลิตในรูปวิสาหกิจชุมชน โดยมีการออกแบบจากความคิด ความเชื่อ ความศรัทธาเป็นองค์ความรู้ พัฒนาทักษะต่างๆ มาเป็นสินค้าและบริการจากแรงงานของชุมชน ที่เกิดจากการรวมกลุ่มในรูปหุ้นส่วนธุรกิจ ขณะที่ส่วนที่ 2 เกิดจากปัจจัยภายนอกของชุมชนที่เกิดแรงกดดันของการแข่งขันทางธุรกิจชุมชน ที่ผลักดันให้เกิดการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนระหว่างวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ทั้งระดับตำบล ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อการรับรู้มุมมองร่วมกันต่อการสร้างแนวคิด เป้าหมาย วิสัยทัศน์ เป็นกระบวนการพึ่งพิงร่วมกันที่สามารถก่อให้เกิดพลัง อำนาจในการต่อรองและตอบสนองความต้องการของสมาชิก ดังนั้น การยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งต้องมีเครือข่ายที่มีการพึ่งพาและช่วยเหลือ เกื้อกูลกัน ซึ่งจะทำให้ธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนมีความยั่งยืนในอนาคต

แนวคิดเครือข่าย

แนวคิดเครือข่ายในแวดวงวิชาการต่างประเทศได้ นิยามคำว่าเครือข่ายไว้ว่า เครือข่ายเป็นรูปแบบหนึ่งของสังคมที่เกิดจากกลุ่มคนหรือองค์กร มาร่วมกลุ่มกันที่มีเป้าหมายเดียวกัน มาสร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างองค์กรเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีได้หวังกำไรแต่ต้องการแก้ไขปัญหาที่มีลักษณะเหมือนกัน ตลอดจนสร้างกำลังหรืออำนาจการต่อรองในการแข่งขัน ซึ่งรูปแบบจะไม่มีอาณาเขตที่แน่นอน และไม่มีลักษณะการบังคับหรือการสั่งการตามลำดับชั้นของสายการบังคับบัญชา แต่เป็นการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจเหมือนพี่น้องมีอิสระต่อกัน (Alter, Catherine, & Hage, Jerald, 1993: 15., Starkey, Paul, 1997: 15., O'Toole, Laurence J. & Kennet J. Meier, 2004: 682. And Erasmus+, 2021: 1) นอกจากนี้ยังสามารถนำไปสู่เป้าหมายในการแลกเปลี่ยนทรัพยากรในด้านต่างๆ ที่พึ่งพิงกันได้ในรูปแบบมนุษย์ ทุนวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบต่างๆ ที่สามารถบูรณาการให้เกิดประโยชน์ของเครือข่ายนั้นๆ (Smith, Joanna & Priscilla, Wohlstetter, 2006: 250)

ขณะที่แนวคิดคำว่าเครือข่ายในแวดวงวิชาการของคนไทย ได้มีนิยามว่า เครือข่ายเป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์อย่างมีปฏิสัมพันธ์ของสังคมอันดีระหว่างบุคคล กลุ่ม สถาบันหรือองค์กรต่างๆ ที่มีเป้าหมาย วัตถุประสงค์บางประการร่วมกันที่เชื่อมโยงประสานการดำเนินกิจกรรมหนึ่ง กิจกรรมใดที่เป็นประโยชน์ให้บรรลุเป้าหมาย (เสรี พงศ์พิศ, 2548., วิชุลดา มาตันบุญ, 2551) ถึงแม้การทำกิจกรรมอาจไม่สม่ำเสมอ แต่เป็นการวางรากฐานให้เกิดการช่วยเหลือหรือการร่วมมือกันในการแก้ปัญหา โดยในเครือข่ายอาจมีกฎเกณฑ์บางอย่างร่วมกัน แต่คงซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเองไว้ได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2538: 60-61) เครือข่ายอาจแสวงหากำไรร่วมกันหรือไม่แสวงหากำไร และอาจมีลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ แต่มีเป้าหมายของความเป็นส่วนได้ส่วนเสียในเรื่องหนึ่งเรื่องใดในทิศทางเดียวกัน (วีระศักดิ์ เครือเทพ, 2550: 32-35)

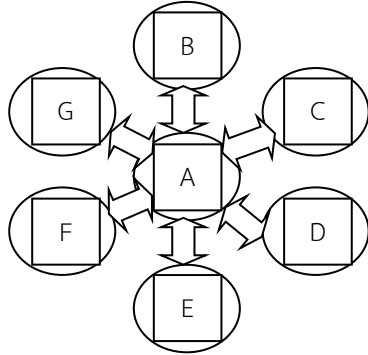
จากการให้คำนิยามคำว่า “เครือข่าย” ของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่า เครือข่ายมิใช่เป็นเพียงการรวมกลุ่มที่เกิดจากการการร่วมมือ การแก้ปัญหาอย่างหนึ่งอย่างใดให้บรรลุเป้าหมายเท่านั้น แต่นิยามกว้างมากกว่า ซึ่งอาจเปรียบได้ว่าเป็นตาข่ายที่มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในทุกทิศทาง ในการร่วมมือกันมาทำงานหรือกิจกรรมหนึ่งกิจกรรมใดร่วมกัน ที่มีรูปแบบอย่างเป็นระบบและก่อให้เกิดเป็นรูปธรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม สถาบันหรือองค์กร รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม อำนาจและการบูรณาการองค์ความรู้ให้มีความเชื่อมโยงกันให้มีประสิทธิภาพ แต่คงอัตลักษณ์ของกลุ่มตนไว้

แนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายทางสังคม

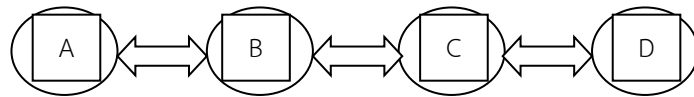
ปัจจุบันการสร้าง “เครือข่าย” มีบทบาทสำคัญมากในสถานการณ์การปัจจุบัน โดยเฉพาะชุมชนที่ตั้งอยู่รวมมือในการขับเคลื่อนชุมชนให้มีรายได้ และก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ดังที่เรียกว่า “วิสาหกิจชุมชน” และมีการสร้างเครือข่ายให้เกิดความเชื่อมโยงเป็น “เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน” ตามคำนิยามในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนว่าด้วยเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง คณะบุคคลที่รวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ที่สามารถออกมาในรูปกิจการของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2564: ออนไลน์) โดยเหตุที่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญ ที่ต้องมีการกำหนดพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจมี 3 ประการ (สุทธิชัย อากโร, 2547: 55-58 อ้างในชูลีรัตน์ จันทรเชื้อและคณะ, 2558: 12-13) คือ 1) สถานการณ์ปัญหาและสิ่งแวดล้อมมีความซับซ้อนที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ซึ่งเกินความสามารถของกลุ่มหรือองค์กรหนึ่งองค์กรใด จะดำเนินการแก้ไขปัญหาคือได้เพียงลำพัง ดังนั้น การรวมพลังที่กลไกอย่างมีประสิทธิภาพที่เป็นรูปธรรม อาทิเช่น รวมกลุ่ม เครือข่าย เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้นำหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาช่วยเหลือกันที่เสริมสร้างในรูปเครือข่ายต่างๆ 2) การสร้างพื้นที่ให้กับสังคมที่สามารถนำมาสู่การแก้ปัญหาและการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น เครือข่ายจึงถือว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเชื่อมต่อระหว่างกลุ่ม บุคคลหรือองค์กรต่างๆ ที่มีความคิด ความเชื่อ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกันมารวมกลุ่มกัน 3) การประสานผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมทำให้เกิดการพึ่งพิงกันที่ออกมาในรูปเครือข่ายแห่งการเรียนรู้ กิจกรรม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แนวทางการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายอย่างต่อเนื่องจากต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำที่จะทำให้เกิดการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ขณะที่เครือข่ายทางสังคมเป็นเครือข่ายที่มีการเชื่อมโยง (links) ระหว่างองค์ประกอบของหน่วยแต่ละองค์ประกอบมาเชื่อมโยงกัน เรียกว่า “โหนด” (node) ซึ่งแต่ละหน่วยมารวมกันจะเรียกว่า “ระบบ” (system) การจะเป็นระบบได้ต้องมีองค์ประกอบของหน่วยอย่างน้อย 3 หน่วยขึ้นไป มาเชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์อย่างน้อย 2 จุด ถือว่าเป็นเครือข่ายทางสังคม (น้ำทิพย์ วิภาวิน, 2558: 121-123., Scott, 2000 และPrell, 2012 อ้างในสานิต ฤทธิมนตรีและคณะ, 2560: 40-42) และสามารถจำแนกเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นโครงสร้างในการวัดอิทธิพลเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) เครือข่ายแบบดาว (Star)

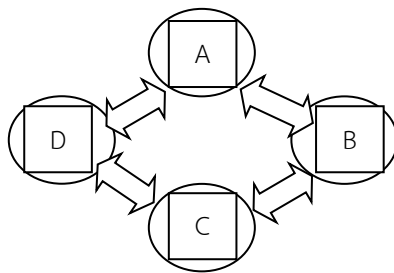
- 2) เครือข่ายแบบเส้น (Line) 3) เครือข่ายแบบวงกลม (Circle) 4) เครือข่ายแบบรูปวาย (Y-shape network)
 5) เครือข่ายแบบโครงสร้างต้นไม้ (Tree network) ดังรูปภาพ



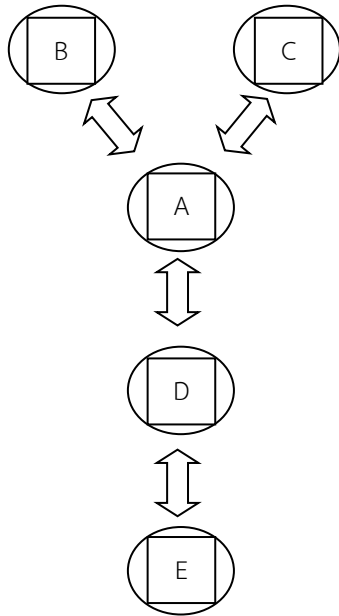
รูปภาพที่ 6.2 เครือข่ายแบบดาว (Star)



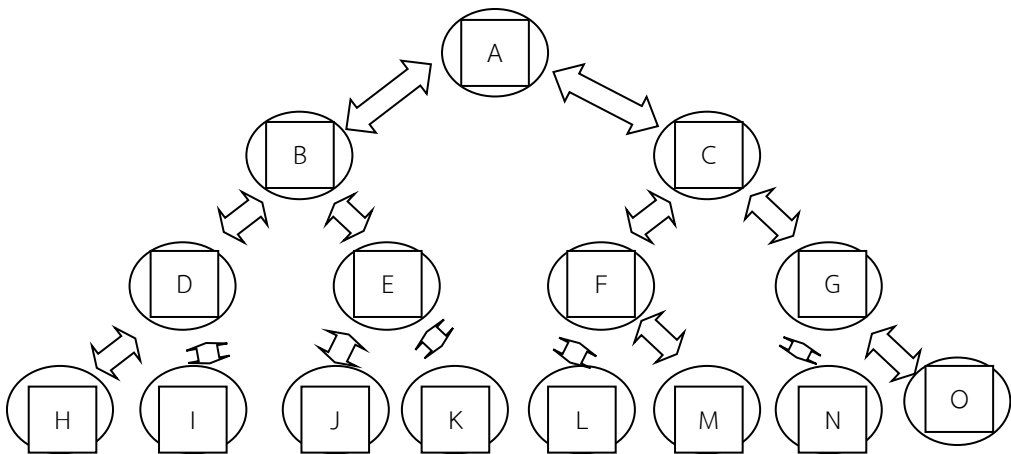
รูปภาพที่ 6.3 เครือข่ายแบบเส้น (Line)



รูปภาพที่ 6.4 เครือข่ายแบบวงกลม (Circle)



รูปภาพที่ 6.5 เครือข่ายแบบรูปวาย (Y-shape network)



รูปภาพที่ 6.6 เครือข่ายแบบโครงสร้างต้นไม้ (Tree network)

จากโครงสร้างเครือข่ายทางสังคมใน 5 รูปแบบ พบว่า เป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกของแต่ละเครือข่าย ที่มีการปฏิสัมพันธ์กันทั้งรูปแบบการกระจายแบบดาว รูปแบบเส้นตรงหรือรูปแบบวงกลม อันเกิดจากการติดต่อพูดคุย แนะนำ การแลกเปลี่ยนผ่านสารสนเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเครือข่ายสามารถติดต่อได้ทั้งเป็นปัจเจกบุคคล คณะบุคคล กลุ่มก็ได้ หรือมีใช้เพียงปัจเจกบุคคลแต่อยู่ในรูปขององค์กร สถาบัน บทบาทหน้าที่ เป็นต้น ดังนั้น เครือข่ายสามารถสร้างความสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับบุคคล ระดับความสัมพันธ์กลุ่ม หรือองค์กร ระดับความสัมพันธ์ของสังคมและระดับความสัมพันธ์ของโลก

ดังนั้น เมื่อวิเคราะห์แนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายทางสังคม ทำให้ทราบว่า เครือข่ายทางสังคมเป็นเครือข่ายที่มีการปฏิสัมพันธ์กันในรูปโครงสร้างต่างๆ ที่เกิดจากกลุ่มหรือบุคคลมาเชื่อมโยงกันในทางหนึ่งทางใดทั้งการสื่อสารหรือกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ทำให้เกิดความสัมพันธ์เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายเดียวกัน ขณะที่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มกันจากรูปแบบโครงสร้างเครือข่ายทางสังคม แต่การรวมกลุ่มกันนั้น อาจเกิดจากสมาชิกของกลุ่ม ผู้นำชุมชน องค์กรหรือสถาบัน นำมาซึ่งความสัมพันธ์เชื่อมโยงภายใต้เป้าหมาย วัตถุประสงค์เดียวกันเฉพาะเจาะจง ในด้านการเพิ่มรายได้และก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชน เป็นธุรกิจชุมชนเพื่อการช่วยเหลือ เกื้อกูลกัน ฟังฟังทั้งทางตรงและทางอ้อม ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ในการทำธุรกิจชุมชนเกิดการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ลักษณะและองค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

การเกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่สามารถมีจุดเริ่มต้นที่เหมือนหรือต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยแตกต่างกัน โดยหลักการพบว่าการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (ธีรเทศร์ ขจรพัฒนภิรมย์และคณะ, 2559: 13-14) อาจเกิดได้ 3 ลักษณะ คือ 1) เครือข่ายที่เกิดจากธรรมชาติ กล่าวคือ เป็นการรวมกลุ่มกันอันเกิดจากปัญหาที่มีลักษณะเดียวกัน ทำให้แสวงหาองค์ความรู้ในการแก้ไขปัญหาในการช่วยเหลือกัน ส่วนใหญ่จะเป็นชุมชนใกล้เคียงกัน วัฒนธรรม ภูมิปัญญาคล้ายคลึงกัน มาแลกเปลี่ยนแนวคิดกันอย่างไม่เป็นทางการ การก่อตัวลักษณะนี้ต้องใช้เวลานานแต่ถ้าสร้างเป็นเครือข่ายได้จะมีความมั่นคงมากกว่า เครือข่ายลักษณะอื่นๆ เพราะเกิดจากมีความต้องการอย่างแท้จริงของวิสาหกิจชุมชนนั้น 2) เครือข่ายจัดตั้ง เป็นการดำเนินการสัมพันธ์กับนโยบายของรัฐเป็นส่วนใหญ่ ที่มองเห็นถึงความสำคัญในการสร้าง สนับสนุนหรือผลักดันให้เกิดบรรลุผลตามแนวคิดของรัฐบาล ซึ่งจะเกิดเป็นรูปธรรมชัดเจน เครือข่ายเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก แต่ถ้าพิจารณาพบว่าเป็นการรวมกลุ่มเครือข่ายอย่างหลวมๆ และอาจไม่ต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากเกิดความต้องการของนโยบายภาครัฐ มากกว่าความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่จะสร้างเป็นเครือข่ายในการแก้ปัญหาอย่างแท้จริง 3) เครือข่ายวิวัฒนาการ เป็นการเกิดจากกระบวนการพัฒนาผสมผสาน เริ่มจากบุคคล กลุ่มบุคคล กลุ่มชุมชน กลุ่มองค์กร มาร่วมกันในการพัฒนาอย่างหนึ่งอย่างใดแบบกว้างๆ ต่อการส่งเสริมสนับสนุนและเรียนรู้ไปด้วยกัน ซึ่งยังไม่กำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน แต่เป็นการก่อตัวในการพัฒนาไปทีละขั้นตอน กลายเป็นพันธมิตรที่จะสร้างเครือข่ายให้เกิดความเข้มแข็งอย่างมีจุดมุ่งหมาย หัวใจและจิตวิญญาณเดียวกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดเครือข่ายที่ยั่งยืนเช่นเดียวกับเครือข่ายเกิดจากธรรมชาติ

ลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมการสร้างเครือข่ายจะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันที่มีการฟังฟังอาศัยกัน แต่การจะเกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนก็ไม่สามารถเกิดได้ ถ้าขาดปัจจัยหนึ่งปัจจัยใดที่สำคัญ ดังนี้ 1) ต้องมีกลุ่มบุคคลหรือองค์กรหรือสถาบัน 2) กลุ่มเหล่านั้นมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบต่างๆ ที่เอื้อประโยชน์ให้กับเครือข่ายในการทำงานทั้งเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม 3) มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการบรรลุเป้าหมายของเครือข่ายร่วมกัน เช่น วัตถุประสงค์หลักต้องการเพิ่มรายได้และสร้างงานให้กับคนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น 4) ในกลุ่มของตนยังคงซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ของตนไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มอื่นๆ ซึ่งเป็นอิสระต่อกัน แต่มีเป้าหมาย วัตถุประสงค์

กิจกรรมที่มาร่วมกันในการแก้ไขและพัฒนา (ซูลีรัตน์ จันทรเชื้อและคณะ, 2558: 14-15) จากที่ได้กล่าวมา ลักษณะเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมารวมกัน เพื่อมาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีศูนย์รวมการสนับสนุนให้เกิดประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งเวทีการเจรจาต่อรองเพื่อเสริมสร้างศักยภาพแก่ชุมชน

องค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เครือข่ายเชิงพื้นที่ (Area) เครือข่ายเชิงกิจกรรม (Issue) และเครือข่ายตามโครงสร้างหน้าที่ก็ตาม แต่โดยพื้นฐานองค์ประกอบของเครือข่ายไม่แตกต่างกัน ดังนั้น การจะมีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจะต้องประกอบไปด้วย (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, พระมหาสุทิตย อากาศโร อังโนโรปรภรณ์ สิทธิวงศ์และคณะ, 2561: 9., สนธยา พลศรี อังโน ซูลีรัตน์ จันทรเชื้อและคณะ, 2558: 15)

- 1) การมีสมาชิกของเครือข่ายที่มีการรวมกลุ่มกันอาจเป็นบุคคล กลุ่มคน องค์กรหรือชุมชนต่างๆ
- 2) การรับรู้ร่วมกันในการกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อกำหนดเป้าหมาย จุดมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ร่วมกันของสมาชิกเครือข่าย
- 3) มีความสัมพันธ์ของเครือข่ายที่เกิดจากการรวมตัวกันอย่างสมัครใจ ที่จะมีกระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกันอย่างเท่าเทียมแต่คงซึ่งอัตลักษณ์ในกลุ่มของตน
- 4) การกำหนดโครงสร้างในการบริหารจัดการเครือข่าย เพื่อให้ทุกกลุ่มได้มีส่วนร่วมทุกขั้นตอน ในการดำเนินการของสมาชิกเครือข่ายอย่างเป็นประชาธิปไตย
- 5) การสร้างความตระหนักของสมาชิกเครือข่ายถึงการรวมพลัง พึ่งพิงกันและทำหน้าที่ของตนอย่างมีสำนึก ในการพัฒนาเครือข่าย อาทิ ร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมการวางแผน ร่วมกันดำเนินการ ร่วมประเมินผลการดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันที่ยั่งยืนในอนาคต
- 6) การมีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย ที่นำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

การสร้างเครือข่ายและกระบวนการทำงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

การสร้างเครือข่ายมีเหตุเริ่มต้นต้องเกิดจากแนวคิด เจตนารมณ์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันในการนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ต่อการแก้ปัญหาในบริบทคล้ายกันของวิสาหกิจชุมชน อาจจะเริ่มจากสมาชิก ผู้นำ หรือผู้มีบารมีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นพันธมิตรกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่นๆ เกิดการชักนำมารวมกันสร้างเป็นเครือข่าย ในการพัฒนาเป็นข้อตกลงในการทำงานร่วมกัน ซึ่งในหลักการการสร้างเครือข่ายจะบรรลุเป้าหมายต้องอาศัยหลักการ ดังนี้ (นฤมล นิราทร อังโนสุมิตร สุวรรณและคณะ, 2560: 10)

1. ตระหนักถึงความจำเป็นและความสำคัญของเครือข่าย ให้กับกลุ่มสมาชิกให้เข้าใจถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดพลังเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรม
2. การดำเนินกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่องกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แก้ปัญหา หรือกำหนดทิศทางการพัฒนาเครือข่ายร่วมกัน
3. สร้างความผูกพันร่วมกันระหว่างสมาชิกเครือข่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม
4. กำหนดโครงสร้างบทบาทหน้าที่ของแต่ละกลุ่ม เพื่อให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและการรับรู้ถึงสถานการณ์ต่างๆ ของเครือข่ายอย่างเป็นประชาธิปไตย
5. การขยายเครือข่ายให้กว้างขึ้น ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากระดับชุมชน ระดับเขต ระดับภาคหรือระดับประเทศ เพื่อให้เกิดฐานการบูรณาการกลุ่มเครือข่ายในทุกๆ ด้าน

จากหลักการสร้างเครือข่ายสามารถสรุปได้ว่า เริ่มในการสร้างทัศนคติของคนในกลุ่มที่ต้องตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างเครือข่าย ที่สามารถจะเกิดพลังของเครือข่าย ผ่านการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่ต้องการแก้ปัญหา แลกเปลี่ยนรู้ด้วยกัน บนพื้นฐานการให้เกียรติซึ่งกันและกันในการเสนอแนะ แนะนำแบบกัลยาณมิตร การมีส่วนร่วมบริหารจัดการเครือข่ายตามหลักประชาธิปไตยและขยายเครือข่ายให้กว้างมากขึ้น

ขณะที่กระบวนการทำงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต้องอาศัยกลไกในการขับเคลื่อน กล่าวคือ สมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการ มีการตรวจสอบและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น 1) มีส่วนร่วมตัดสินใจแก้ปัญหา การวางแผนกำหนดเป้าหมายของเครือข่าย 2) มีส่วนร่วมดำเนินการตามกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีในเครือข่าย 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้กับเครือข่าย พร้อมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน 4) มีการติดตามประเมินผลการดำเนินการ และยกระดับเครือข่ายให้กว้างขึ้น (ณัชชา ณัฐโชติภักดีและคณะ, 2562: 38) สอดคล้องสัญญาณหลักแหล่งและคณะ. (2561: 3460-3461) กล่าวว่า เครือข่ายธุรกิจต้องมีการร่วมมือกันในการสร้างกระบวนการทำงาน ในด้านการจัดหาวัตถุดิบ ห่วงโซ่อาหาร ผู้จำหน่าย มีการประสานงานเพื่อร่วมมือข้อตกลงให้เกิดหาปัจจัยการผลิตที่เอื้อประโยชน์ให้กลุ่มเครือข่าย รวมทั้งต้องมีการวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับตลาดปัจจุบัน และเน้นการใช้เชิงรุกทางการตลาดให้มีความต่อเนื่องจากการสร้างภาคีเครือข่ายทั้งชุมชน เอกชน หน่วยงานของรัฐอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งวิเคราะห์ถึงราคาที่เหมาะสมกับการขนส่ง การจัดจำหน่ายให้เกิดผลดีทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นต้น



รูปภาพที่ 6.7 หลักการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

ที่มา: วิเคราะห์ของผู้เขียน

จากรูปภาพที่ 6.7 หลักการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน พบว่า ในแต่ละพื้นที่อาจเกิดที่แตกต่างกัน อันเนื่องจากบริบทไม่เหมือนกัน ทำให้แหล่งที่มาการเกิดเครือข่ายมีโอกาสเกิดจากวิสาหกิจชุมชนมีปัญหา

เหมือนกัน จึงเกิดการรวมกันตามธรรมชาติ หรือเกิดจากภาครัฐบาลที่เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อให้เกิดพลังการเปลี่ยนแปลง จึงกำหนดให้มีการจัดตั้งขึ้นและเกิดจากวิวัฒนาการเป็นลำดับขั้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการเกิดเครือข่ายที่จะมีความเข้มแข็งต้องเกิดจากภายในของวิสาหกิจชุมชนแต่ละชุมชนที่เห็นปัญหาและต้องการแก้ปัญหาอย่างแท้จริง ดังนั้นการเกิดแบบธรรมชาติและเกิดจากวิวัฒนาการจะทำให้การรวมกลุ่มเครือข่ายพัฒนาได้มากกว่าที่มีการบังคับ หรือดำเนินการตามนโยบายให้มีเครือข่ายของรัฐบาล ขณะที่ปัจจัยพื้นฐานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีกลุ่มบุคคล หรือสมาชิกมีสายสัมพันธ์กันในการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาหรือแก้ปัญหาอย่างหนึ่งอย่างใดที่ต้องการให้เกิดการรวมพลังกลุ่ม สู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยให้ทุกส่วนมีการทำหน้าที่และแสดงบทบาท ตรวจสอบ ติดตาม ประเมินผลอย่างมีรูปภาพตามหลักประชาธิปไตย รวมทั้งขยายฐานเครือข่ายให้เพิ่มขึ้นสู่การบูรณาการองค์ความรู้และพึ่งพาช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน เพื่อยกระดับการสร้างรายได้เพิ่มของสมาชิกและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

แนวคิดใหม่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนถือว่าเป็นปัจจัยก้าวแรก ของการสร้างเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพในการช่วยเหลือ พึ่งพิง เกื้อกูล แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในการสร้างพลังของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ที่เหมือนกัน แต่การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการยกระดับมากกว่าการพัฒนานั้น จำเป็นต้องมีการสร้างแนวคิดใหม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง จากเพียงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นหน่วยเครือข่ายเล็กๆ เท่านั้น ทำอย่างไรให้เป็นเครือข่ายกระแสหลักและเป็นเส้นเลือดหลักของธุรกิจชุมชนสู่ธุรกิจหลักของประเทศ

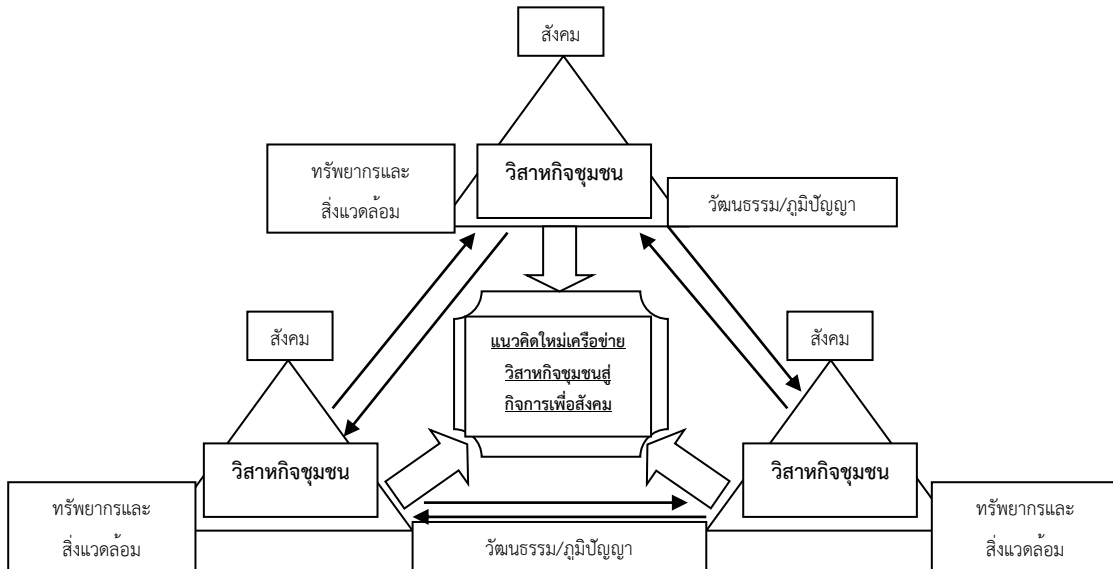
แนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม

การสร้างแนวคิดใหม่ คือ การต่อยอดให้เกิดประโยชน์และทันสมัย โดยอาศัยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้เกิดประโยชน์เพิ่มมากขึ้น จากธุรกิจชุมชนทั่วไปของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (CEIS et al., 2015: 1-27) ที่มุ่งเน้นถึง “กิจการสังคม” (Social Enterprise) ที่พัฒนาให้เกิดการยอมรับตามเกณฑ์มาตรฐานแนวคิดของสังคม สร้างมูลค่าให้เกิดค่านิยมที่ทุกคนต้องรู้จักและจดจำได้ โดยอิงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่ากำไรส่วนบุคคลหรือกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด เสริมสร้างพลังและความเข้มแข็งของเครือข่ายที่สามารถสร้างโอกาส ส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน

หลักเกณฑ์แนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม มีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) สร้างตลาดการซื้อขายสินค้าและบริการให้มีวัตถุประสงค์ขั้นพื้นฐาน เพื่อผลประโยชน์ของสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 2) การเกิดกำไรจากการร่วมมือของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนใดๆ ต้องนำมาทำธุรกิจชุมชนหรือเพื่อผลประโยชน์ให้กับกลุ่ม มากกว่าการนำเงินมาแจกจ่ายให้กับผู้ถือหุ้นส่วนของสมาชิกทั้งหมด

- 3) การเลิกกิจการของวิสาหกิจชุมชนนั้น ทรัพย์สินที่มีอยู่ให้นำไปให้กับวิสาหกิจชุมชนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันของชุมชนนั้นเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์
- 4) ตระหนักถึงการเป็นอิสระทางการเงินหรือพิจารณาว่าเงินเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่หนทาง การบรรลุเป้าหมายทั้งหมดของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน
- 5) การดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอยู่นอกเหนือการควบคุมของหน่วยงานของรัฐที่เป็นศูนย์กลางแต่เน้นการทำงานมุ่งไปสู่กิจการสังคมและผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก



รูปภาพที่ 6.8 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างแนวคิดใหม่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม

ที่มา: วิเคราะห์ของผู้เขียน

จากรูปภาพที่ 6.8 พบว่า ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างแนวคิดใหม่ของวิสาหกิจชุมชน มาร่วมมือกัน กำหนดหลักเกณฑ์ใหม่ด้วยกัน ที่สามารถยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เป็น “กิจการสังคม” ที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น แต่ตอบสนองความต้องการของสังคม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสามารถส่งเสริม วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละวิสาหกิจชุมชน มาผสมผสานให้เกิดความเป็นเอกภาพ

การขับเคลื่อนแนวคิดใหม่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนนั้น ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของกิจการสังคมเป็นแนวคิดหลัก 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) สร้างการเคลื่อนไหว (Building a movement) ที่เชื่อมั่นมาก 2) สร้างศักยภาพ (Building capability) ด้านการลงทุน การสนับสนุนธุรกิจและพัฒนาความเป็นผู้นำ 3) สร้างตลาด (Building markets) ที่เปิดกว้างกิจการสังคมที่สามารถเติบโตได้ 4) สร้างศักยภาพปัจจัยพื้นฐาน (Building on potential) ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ โดยมีมุมมองในแต่ละด้าน ดังนี้

1) **สร้างการเคลื่อนไหว (Building a movement)** ในทางกิจการเพื่อสังคมจากการนำจุดเด่นการพึ่งพาตนเอง และสร้างความยืดหยุ่นในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิด ดังนี้ 1. ทำให้กลายเป็นบรรทัดฐาน

เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคมที่ครอบคลุมทุกธุรกิจ รวมทั้งบรรจุให้หลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยที่จะสร้างเป็นจุดเริ่มต้นเพื่อให้กลายเป็นอาชีพในอนาคต **2. ทำให้ปรากฏให้เห็นทุกที่** การยกระดับเครือข่ายต้องเพิ่มขีดความสามารถให้สังคมเห็นได้ชัดและมีการเติบโต ด้วยแบรนด์ที่แข็งแกร่งที่จะสะท้อนผู้ประกอบการชุมชนให้เกิดความไว้วางใจและคุณค่ากับคนทั่วไป **3. ทำให้สัมผัสในชีวิตให้มากขึ้น** การให้สินค้าและบริการสามารถบริการคนทั่วไปเพิ่มมากขึ้น เน้นความต้องการของผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางและปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตประจำวัน **4. นั่งข้างคนอื่น** กิจกรรมเพื่อสังคมวิสาหกิจผูกพันตามหลักจรรยาบรรณและการร่วมมือ เกื้อหนุนซึ่งกันและกันทางการค้าขาย ดังนั้นกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจเกี่ยวกับจริยธรรมจะมีความสอดคล้องเหมือนศาสนาที่จะผูกพัน ค่านิยมและความซื่อสัตย์ **5. สร้างเครื่องเตือนใจเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน** เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมที่จะสะท้อน ถึงลักษณะเฉพาะของประเทศที่จะพัฒนาที่แข็งแกร่งในชุมชนได้ **6. ความร่วมมือ** สร้างขบวนการที่ประสานการทำงานร่วมมือเพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยการเคลื่อนไหวที่มั่นคงและให้เกียรติกัน เสนอความคิดเห็นตามหลักประชาธิปไตย **7. พัฒนาเครือข่าย** เครือข่ายจะเชื่อมโยงกิจการเพื่อสังคมมากกว่า 1,000 แห่งได้ ที่สามารถมาบูรณาการทำการกิจการเพื่อสังคมวิสาหกิจชุมชนที่กว้างมากขึ้น และเน้นการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน **8. สนับสนุนความร่วมมือและการแลกเปลี่ยน** การร่วมมือกันเป็นน้ำใจหนึ่งเดียวกันเป็นประสิทธิภาพสูงสุด ที่จะทำให้เกิดการขับเคลื่อนด้วยวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ และดำเนินการไปพร้อมกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ในการสร้างกิจการเพื่อสังคมให้เป็นทางเลือกที่เปลี่ยนเป็นกระแสหลักในอนาคต

2) สร้างศักยภาพ (Building capability) การสร้างความเติบโตของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นการพัฒนาที่ทำให้คนและสิ่งแวดล้อมมาก่อนกำไร ดังนั้นการสร้างความสมดุลทางการเงินภายใน วิสาหกิจชุมชนกับการเงินภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต้องมีความเหมาะสม มีแนวคิดดังนี้ **1. การเงินเพื่อสังคม** ในโลกอนาคตการเงินจะขยายใหญ่มากขึ้น ดังนั้น การออกแบบให้กับทุกคนเพื่อผลประโยชน์ของกิจการเพื่อสังคมชุมชน ที่ต้องได้รับเหมาะสมและเท่าเทียมกัน ซึ่งเงินอาจได้รับการดำเนินงานกิจการวิสาหกิจชุมชนหรือได้รับบริจาคจากภาครัฐบาล ภาคเอกชนและประชาชนทั่วไป ต้องมีการจัดตั้งกองทุนที่เน้นการส่งเสริมนวัตกรรมทางการเงินที่สามารถต่อยอดได้หลายหลาย **2. ความรู้ตลาดและเพิ่มการไหลเวียนของเงินทุน** เน้นความรู้ตลาดการเงินที่ให้เกิดความคิดที่เปลี่ยนแปลง และพัฒนาความพร้อมไปกับกิจการเพื่อสังคม ในการดูแลเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตระหนักถึงเงินในบัญชีที่ไม่เกิดการเคลื่อนไหว, การลดหย่อนภาษีการลงทุนชุมชน, การลดหย่อนภาษีทางสังคม และอื่นๆ **3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน** ที่สามารถตอบสนองให้กับตลาดการลงทุนในกิจการเพื่อสังคม เนื่องจากปัญหาของการเข้าถึง ความเสี่ยงความสามารถของการเข้าหาแหล่งทุน และความสามารถในการชำระคืนตามระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้น การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้เหมาะสม หรือมีตราสารที่สนับสนุนกิจการเพื่อสังคมที่ปลอดภัยเบี้ยหรือดอกเบี้ยต่ำ ที่รัฐบาลจะต้องมามีส่วนร่วมในการวางรูปแบบพัฒนา **4. การสนับสนุนผู้ให้กู้ทางสังคมที่มีความหลากหลาย** ควรมีการเพิ่มผู้ให้กูรายใหม่แก่กิจการเพื่อสังคมให้มากขึ้น ที่ต้องการส่งเสริมการตลาดให้มีความแข็งแกร่ง หลากหลายที่เข้าใจถึงความโดดเด่นของกิจการเพื่อสังคม และต้องการแบ่งปันค่านิยมเพื่อประโยชน์ทางสังคม **5. ธนาคารที่กระจายอำนาจให้พื้นที่** มีการปฏิรูปการพัฒนาธนาคารเพื่อท้องถิ่นที่แท้จริง

จากคนในท้องถิ่นที่ทราบถึงปัญหา และความต้องการของการกู้ยืมมากกว่าธนาคารเป็นสาขาย่อยในปัจจุบัน เพราะธนาคารที่กระจายอำนาจในพื้นที่ จะสะท้อนถึงเป้าหมายของสังคมและการลงทุนในกิจการเพื่อสังคมในพื้นที่นั้นๆ ที่มีความแตกต่างทางศาสนา วัฒนธรรม ภูมิปัญญา สภาพอากาศ เป็นต้น **6. สนับสนุนธุรกิจผู้เชี่ยวชาญและได้ประโยชน์สูงสุดจากการสนับสนุนหลัก** การสร้างระบบที่สอดคล้องให้กว้างขึ้น ของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม โดยมีการวางแผน สนับสนุน ประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญในทุกๆ ด้าน รวมทั้งภาษา พื้นที่ต่างๆ ที่ต้องมีการแปลให้เกิดความเข้าใจตรงกันของกิจการเพื่อสังคม ในเขตเมืองและชนบทซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ที่ยกระดับให้ธุรกิจของชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนเป็น “กระแสหลัก” ขยายเป็นเครือข่ายที่สามารถดำเนินการเป็นกิจการเพื่อสังคม และการร่วมมือกับตลาดต่างประเทศที่ขยายสู่ประเทศอื่นๆ ของวิสาหกิจชุมชนเพื่อกิจการสังคมในการพัฒนาเศรษฐกิจ **7. สนับสนุนกิจการเพื่อสังคมที่เป็นอัตลักษณ์** การส่งเสริมกิจการที่เกิดขึ้นใหม่ ค่อนข้างยากของคนชายขอบหรือกลุ่มพื้นที่ห่างไกล ดังนั้นการสนับสนุนให้กิจการเพื่อสังคมที่เป็นอัตลักษณ์เดียวให้มีที่ยืนของสังคม ร่วมกันสร้างมุมมองที่เท่าเทียมกันทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ เพศ คนไร้สภาพ ให้กลายเป็นรูปแบบธุรกิจที่ครอบคลุมทุกกลุ่มชน ทุกระดับให้พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน **8. พัฒนาความเป็นผู้นำ ส่งเสริมธรรมาภิบาลให้เข้มแข็ง** กิจการเพื่อสังคมจะบรรลุเป้าหมายที่สำคัญได้มาจากปัจจัยการพัฒนาความเป็นผู้นำ เพื่อสร้างสังคมระดับโลกให้เกิดความเข้มแข็งและดำเนินการไปพร้อมหลักความเชื่อมโยงระหว่างธรรมาภิบาลกับการเป็นสมาชิก กลุ่มเครือข่ายและกิจการเพื่อสังคมโดยไม่เลือกกลุ่มหรือพวกพ้องของตน ซึ่งเป็นทิศทางโดยรวมที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลและความรับผิดชอบต่อสังคม

3) สร้างตลาด (Building markets) การทำให้วิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมจากกระแสรอง ให้กลายเป็นกระแสหลักทางธุรกิจของชาติได้นั้น ต้องมีการเสริมสร้างตลาดที่มีหลายมิติ ด้วยการศึกษายุทธศาสตร์ผู้บริโภค พฤติกรรมผู้ซื้อสินค้าและบริการอย่างแท้จริง โดยเริ่มจากการปฏิบัติในตลาดผู้บริโภคในการสร้างความรู้จักให้ทั่วถึง ผ่านแบรนด์สินค้าและบริการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ เส้นทางตลาดที่สะดวกในการเดินทางบริการสาธารณะ ให้สอดคล้องกับเส้นทางของหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งสร้างบทบาทการแข่งขันของธุรกิจให้สัมพันธ์กับพฤติกรรมองค์กรชุมชน โดยเบื้องต้นมีแนวคิด ดังนี้ **1. ตลาดผู้บริโภค** การยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เป็นกิจการเพื่อสังคม ต้องได้รับแรงหนุนจากความต้องการผู้บริโภค โดยการเชื่อมโยงถึงพลเมือง บริษัทและความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งการสร้างกิจการเพื่อสังคมที่มีความหลากหลายผ่านสินค้าชุมชนของเครือข่ายวิสาหกิจ ในรูปเครื่องหมายและเรื่องราวที่ทำให้เกิดความสำคัญในการช่วยเหลือสังคมสู่กิจการเพื่อสังคมในตลาดใหม่ **2. ดำเนินการรณรงค์ระดับชาติและเคลื่อนที่บนพื้นดิน** การมองเห็นกิจการเพื่อสังคมนั้น ภาครัฐบาลต้องมีบทบาทที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ที่จะต้องผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ รณรงค์ถึงผลประโยชน์ที่สังคมจะได้ในอนาคตและสร้างแรงจูงใจ ผ่านการรับรู้ของสื่อระดับท้องถิ่นหรือระดับชาติ สร้างแนวคิดที่คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย ตระหนักถึงภาพรวมของสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ต้องมีการสร้างโอกาส ให้แสดงศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับกิจการเพื่อสังคม ควบคู่กับการหาพันธมิตรเครือข่ายองค์กรเอกชน มามีส่วนร่วมในการส่งเสริม สนับสนุนต่อกิจการเพื่อสังคมให้เกิดการเคลื่อนไหวต่อชุมชนท้องถิ่นและสังคม **3. การใช้สื่อ**

Hyper local การสร้างความเชื่อมโยงที่เข้าถึงอย่างง่ายและรวดเร็วกับผู้บริโภคทุกกลุ่มด้วยการใช้สื่อ hyper local ซึ่งเปรียบได้ว่าเป็นแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์มือถือและเทคโนโลยี GPS ร่วมกัน มีมิติข้อมูลในการรับรู้ เนื้อหา ข้อมูล เวลาและภูมิศาสตร์ ที่สามารถกำหนดเป้าหมายได้รวดเร็วที่สามารถทำให้ทราบถึงความต้องการ และกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค เป็นหัวข้อเฉพาะกับผู้คนในพื้นที่จำกัดเท่านั้น เช่น มีข้อมูลในพื้นที่ ใกล้เคียง ชุดบัตรกำนัลในละแวกใกล้เคียง มีสินค้าออกใหม่ในพื้นที่ของตน เป็นต้น **4. การสนับสนุนผู้ประกอบการ** กิจกรรมเพื่อสังคมระยะเริ่มต้นต้องบ่มเพาะ สนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอย่างใกล้ชิด เนื่องจาก ความต้องการของลูกค้า ความเข้าใจถึงกิจกรรมเพื่อสังคมต้องใช้ระยะเวลา ดังนั้นจะมีอุปสรรคของ ตลาดใหม่เป็นอย่างมาก **5. รวมออกแบบบริการสาธารณะ** ตลาดบริการถือว่าเป็นสังคมวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนั้นต้องมีการร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนได้มีส่วนร่วมมาเป็นหุ้นส่วน ในการทบทวน ออกแบบและทดสอบการบริการสาธารณะ ซึ่งนำสู่การร่างกฎหมายเสริมพลังชุมชนที่เน้นคุณค่าทางสังคม เพิ่มขึ้น **6. ตลาดธุรกิจ** การพลิกโฉมวิธีการดำเนินธุรกิจและผลประโยชน์ของชุมชน ด้วยการสร้างชุมชนให้มีการปฏิบัติต่อสังคมอย่างจริงจัง รับผิดชอบ ด้วยการเน้นกิจการเพื่อสังคมเป็นศูนย์กลาง ซึ่งตัวแทนเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนจะต้องเข้ามาเป็นตัวแทนหลัก ในการสร้างขวัญและกำลังใจให้ความรู้และส่งเสริม สนับสนุนให้ เปลี่ยนการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าเพียงกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด เครือข่าย วิสาหกิจชุมชนจะทำให้เกิด ความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานในท้องถิ่น **7. กระตุ้นนวัตกรรมเพื่อสังคมขององค์กร** สร้างแนวคิดใหม่ต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันไปพร้อมกับการพึ่งพาอาศัยกัน ไม่มองว่า เครือข่ายวิสาหกิจที่ทำงานกิจการเพื่อสังคมนั้นเป็นเหมือนผู้บริจาค แต่เป็นการจัดการความท้าทายอย่างมี ประสิทธิภาพของสังคม ด้วยการร่วมมืออย่างมีจุดประสงค์ให้เกิดธุรกิจสาธารณะอย่างสร้างสรรค์ ในการ แก้ปัญหาให้กับสังคมอย่างมีคุณค่า

4) สร้างศักยภาพปัจจัยพื้นฐาน (Building on potential) พื้นฐานของการสร้างที่จะทำให้เครือข่าย วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการเพื่อสังคม ต้องเริ่มจากการพัฒนาศักยภาพปัจจัยพื้นฐานของการบ่มเพาะ ความคิด อุดมการณ์เพื่อสังคม ผลประโยชน์ส่วนรวมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเบื้องต้นมีแนวคิด ดังนี้ **1. การศึกษา** การสร้างแนวคิดใหม่ ความมุ่งมั่นอย่างตรงพลึงต้องเริ่มจากระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ได้ สอดแทรก ถึงกิจการเพื่อสังคมให้เยาวชนได้สร้างแรงบันดาลใจ สัมผัสธุรกิจเพื่อสังคมอย่างสร้างสรรค์ทั้ง ในทางทฤษฎีและการปฏิบัติจากประสบการณ์เรียนรู้จริง ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับมหาวิทยาลัย เน้นการพัฒนากิจกรรมกิจการเพื่อสังคมแบบพึ่งพาตนเอง โดยแนวคิดนี้จะทำให้เกิดการบ่มเพาะกิจการเพื่อ สังคมผ่านการศึกษาทุกระดับ ถือว่าเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาได้รับรู้อย่างเต็มที่ให้กับเยาวชน สถาบันการศึกษา สังคม รัฐบาล เอกชนเชื่อถึงการประกอบการทางสังคม **2. ผู้ประกอบการ** การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อสังคม ต้องใช้ระยะเวลาหนึ่งที่ต้องอาศัยวิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนการกระตุ้น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม ด้วยการมีส่วนร่วมกับชุมชน นำคนในชุมชนรวมกลุ่มในพื้นที่สร้างแรงจูงใจให้กิจการ เพื่อสังคมใหม่ เนื่องด้วยกิจการเพื่อสังคมเป็นกลุ่มน้อยที่มีจำนวนน้อย ดังนั้นการสร้างแรงจูงใจให้ ผู้ประกอบการสนใจ ตระหนักถึงสังคมต้องมีทางเลือกทางตรงที่เห็นชัดเจน อาทิ การดำเนินการระยะเริ่มต้น ในช่วง 12 เดือนแรก มีการใช้ระบบภาษีที่เก็บน้อยกว่าการประกอบอื่นๆ ทั้งภาษีทางตรง ภาษีทางอ้อม ผ่อน

ปรนของอัตราธุรกิจ พร้อมกับการร่วมมือกับธนาคารของรัฐและเอกชน ในการสนับสนุนการลงทุนให้เริ่มต้น และขยายกิจการให้เพิ่มขึ้น **3. การจ้างงาน** เป็นการสร้างโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม ในการทำงานกิจการ เพื่อสังคม โดยเฉพาะคนพิการที่เสียเปรียบในการทำงาน ได้เข้าสู่ตลาดแรงงานและดึงดูดพรสวรรค์ ยกระดับคุณภาพให้เห็นคุณค่าของการแบ่งปันไปพร้อมกับการเพิ่มทักษะเหมาะสม เพื่อให้กิจการเพื่อสังคมเป็นจุดหมายปลายทางให้กับทุกคนในสังคมมีทางเลือก และตระหนักถึงการไม่ละเมิดสัญญาการทำงาน Zero Hours สร้างคนรุ่นใหม่ให้เห็นถึงผลประโยชน์รวมของกิจการเพื่อสังคม ด้วยการเป็นแหล่งฝึกงานกิจการเพื่อสังคมให้กับโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยที่สามารถบ่มเพาะสร้างองค์กรใหม่ ให้มีความเข้มแข็งจากคนรุ่นใหม่ ๆ พร้อมสร้างผู้ประกอบการสังคมฝึกหัดให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง **4. สิทธิประโยชน์** การพัฒนากิจการเพื่อสังคมให้น่าอยู่ เข้มแข็งและยั่งยืน เริ่มสร้างจากฐานคิดคนรุ่นใหม่ในการมาเปลี่ยนแปลงสิทธิประโยชน์ ให้เกิดวิธีการจัดการที่ดีของชุมชน โดยการนำสิทธิประโยชน์ของชุมชนซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานนำมาจัดการเป็นเจ้าของร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็น พลังงาน การคมนาคม แหล่งน้ำ ป่าไม้ เป็นต้น ควรมีการกำกับ ควบคุมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เหล่านี้ให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน เน้นการจัดการให้ชุมชนมีความอยู่ดี กินดีก่อนผลกำไร อยากที่ทุกคนทราบว่า การแข่งขันเกิดการผูกขาดหลายๆ ด้าน ทำให้อำนาจของผู้บริโภคอ่อนแอ อำนาจการต่อรองน้อยลง ดังนั้น การจัดการใหม่ของคนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน รวมกลุ่มเป็นสหกรณ์สังคม ธนาคารออมทรัพย์ ธนาคารป่า เป็นต้น จะทำให้รูปแบบการเป็นเจ้าของร่วมกันเป็นกุญแจสำคัญที่สามารถสร้างความสมดุลในตลาดได้ นอกจากนั้น การปฏิรูปที่ดินให้มีการถือครองของชนชั้นเล็กเพิ่มขึ้น ให้เกิดการกระจายเพื่อสร้างกิจการเพื่อสังคมนูปแบบใหม่ในการสร้างธุรกิจใหม่และการจ้างงาน อีกประเด็นที่สำคัญ คือ การนำอาคารสาธารณะมาอยู่ภายใต้การดูแล ควบคุมของชุมชนซึ่งจะทำให้การจัดการได้รวดเร็ว โปร่งใสและใช้อาคารให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ถ้ารอภาครัฐหรือหน่วยงานราชการอนุมัติล่าช้าแก้ปัญหาการถูกทิ้งร้าง

แนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม ถือว่าเป็นแนวคิดที่ต้องการสร้างตลาดการซื้อขายสินค้าและบริการ ที่มุ่งเน้นเพื่อประโยชน์ของสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยมองความผาสุกของสังคมมาก่อนผลกำไร ดังนั้น กิจการเพื่อสังคมเป็นการยกระดับของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในหลายมิติ ประกอบด้วย การสร้างเคลื่อนไหวของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ด้วยการนำจุดเด่นการพึ่งพาตนเองให้กลายเป็นบรรทัดฐานทางสังคมให้ปรากฏเด่นชัด จากแนวคิดกระแสรองให้เป็นแนวคิดกระแสหลัก เสริมสร้างศักยภาพความรู้ที่หลากหลาย ทั้งการเงินเพื่อสังคม ธนาคารชุมชนและกิจการเพื่อสังคมที่เป็นอัตลักษณ์ผ่านตลาดชุมชน ท้องถิ่นของกลุ่มเครือข่ายในการออกแบบบริการสาธารณะ กระตุ้นนวัตกรรมเพื่อสังคมของตลาดผู้บริโภค พร้อมทั้งการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรในชุมชนให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการจัดการอย่างโปร่งใส รวดเร็ว สร้างพันธมิตรทางการศึกษาทั้งโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยในการบ่มเพาะคนรุ่นใหม่ ให้เกิดผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมนอย่างสร้างสรรค์ ตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว

ขยายฐานเครือข่ายกับผู้ประกอบการที่เสียเปรียบทางสังคม

การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไม่เพียงต้องการยกระดับเป็นกิจการเพื่อสังคม เน้นผลประโยชน์ส่วนรวมของสังคม มองผลกำไรมาทีหลังเท่านั้น แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

และอีกแนวคิดใหม่ที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติมและให้เกิดรูปธรรมขึ้น คือ การขยายฐานเครือข่ายในการสร้างโอกาสกับผู้ประกอบการที่เสียเปรียบทางสังคมหรือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม โดยสังคมส่วนใหญ่มองว่าเป็นจุดอ่อนของสังคมนำมาสร้างโอกาสเป็นจุดแข็งของกิจการเพื่อสังคม คือ (Dodd, S. D., & Keles, J., 2014: 14-24)

1) สตรี (Women) ผู้ประกอบการโดยทั่วไปมองสตรีเป็นทางเลือกไม่พึงประสงค์ อันเนื่องจากมีโอกาสน้อยที่มีส่วนร่วม ในการดำเนินการของผู้ประกอบการ มีการหยุดอาชีพในการเลี้ยงดูลูก ซึ่งสามารถทำให้การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไม่ต่อเนื่อง รวมทั้งสภาวะทางอารมณ์แปรปรวน แต่อันที่จริงจากงานวิจัยเมื่อเร็วๆ นี้ ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการผู้หญิงในกลุ่ม New Technology Based Firms (NTBF), Hampton et al พบว่า ในช่วงต้นของการประกอบการและการพัฒนาเครือข่ายนั้น ผู้ประกอบการสตรีเป็นที่พึงได้มากกว่าผู้ประกอบการบุรุษ และมีส่วนร่วมกับแนวคิดริเริ่มใหม่ๆ ในการจัดตั้งเครือข่ายหรือวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ได้ง่ายกว่า อีกทั้งสตรีสามารถเชื่อมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ให้เกิดแนวโน้มได้ดี เช่น การจัดหาเงินทุนที่ง่าย เป็นต้น ขณะที่ผู้ประกอบการบุรุษนั้นเด่นในด้านศูนย์บ่มเพาะ โครงการให้คำปรึกษาในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ดังนั้นการสร้างโอกาสของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม สตรีควรขยายบทบาทได้เข้มแข็งในการมีส่วนร่วมมากกว่าบุรุษ และมีแนวโน้มจะบรรลุเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น

2) ชนกลุ่มน้อย (Ethnic Minorities) การศึกษาเบื้องต้นของชนกลุ่มน้อยกับวิสาหกิจชุมชน มักเน้นย้ำในทางทฤษฎีว่า “วงล้อมทางชาติพันธุ์” มีความเข้มข้นทางชาติพันธุ์ สังคม วัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ที่แน่นแฟ้นและเป็นอัตลักษณ์ของตนที่ห่างไกลจากแนวคิดกระแสหลัก ด้อยค่าในการจัดหาดลาด ผลิตภัณฑ์โครงสร้างในการสนับสนุนที่เป็นรูปแบบ ให้กับชนกลุ่มน้อยที่มีความหลากหลายมากในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มองจากจุดอ่อนนำมาสร้างเป็นจุดแข็ง ที่สามารถยกระดับภูมิปัญญาของชนกลุ่มน้อยมากกว่าจะมาด้อยค่าความคิด ดังนั้น เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนำอัตลักษณ์เป็นจุดเด่นในทางเศรษฐกิจ สังคม ความก้าวหน้าในการสร้างแรงจูงใจในการประกอบการให้กับชนกลุ่มน้อย รวมทั้งประเพณีที่เข้มแข็งมาเสริมสร้างเครือข่ายชุมชน เสริมการใช้เทคโนโลยี ICT สื่อสังคม เพื่อให้สังคมตระหนักถึงความสำคัญความหลากหลายทางสังคม แต่อย่างไรก็ตามต้องระมัดระวังความอ่อนไหวเป็นพิเศษในทางศาสนา ภาษาของแต่ละชนกลุ่มน้อย ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

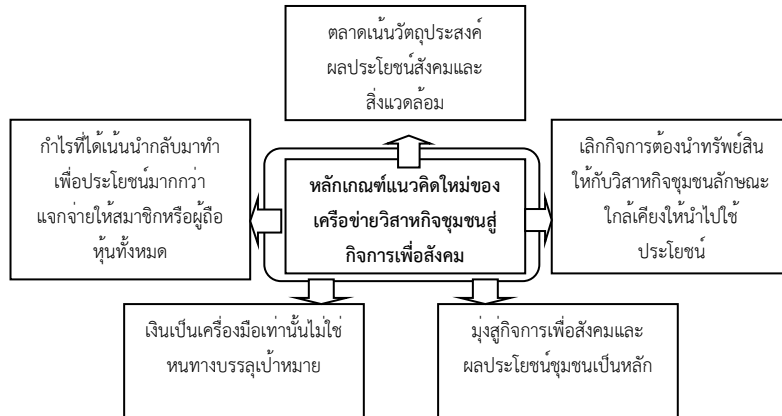
3) กลุ่มอพยพหรือแรงงานข้ามชาติ (Migrants) ผู้อพยพหรือแรงงานข้ามชาติประสบปัญหาในการเข้าถึงทรัพยากรทางสังคมและเศรษฐกิจที่จำกัด รวมทั้งภาษาที่สามารถติดต่อ ความเข้าใจในเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร กฎระเบียบ ข้อบังคับหรือภาษีต่างๆ ซึ่งกลุ่มผู้อพยพหรือแรงงานข้ามชาติ ที่มีการย้ายถิ่นฐานอาจประสบปัญหา เช่น ภัยสงคราม แรงงานค่าแรงต่ำ เป็นต้น อย่างไรก็ตามกลุ่มเหล่านี้ก็นำมาซึ่งทักษะ ความชำนาญด้านหนึ่งด้านใดและประเพณีบ้านเกิด พร้อมอาชีพอิสระที่ติดมาด้วย ดังนั้น จุดนี้เป็นจุดเด่นที่สามารถสร้างโอกาสให้กับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ที่นำความคิดริเริ่มจากกลุ่มอพยพหรือแรงงานข้ามชาติในตัวตนที่ติดมา และที่สำคัญ คือ การเชื่อมโยงธุรกิจบ้านเกิดที่มีศักยภาพในการติดต่อ เพื่อส่งเสริมการประกอบการธุรกิจข้ามชาติหรือระหว่างประเทศ อีกทั้งกระตุ้นความสัมพันธ์อันดีระหว่างเครือข่ายระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพในการพัฒนาต่อไป

4) **ผู้พิการ (Disabled People)** สัดส่วนของผู้พิการต่อการทำงานในสถานประกอบการต่างๆ มีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับสัดส่วนของคนปกติทั่วไป ที่จะเข้าถึงอาชีพที่ต้องการ โดยแรงจูงใจของผู้ประกอบการในการรับผู้พิการมาทำงาน มีแนวโน้มถูกกีดกันออกจากตัวเลือกตลาดแรงงาน แทนที่จะดึงศักยภาพ แรงจูงใจของผู้พิการในการสร้างธุรกิจเชิงบวกให้กับสังคมแต่ด้วยเพราะ “กีดกันผลประโยชน์” ดังที่ทุกคนทราบว่า ความพิการไม่สามารถล้อยตามโครงสร้าง โครงการหรือเงินทุนต่างๆ ในสังคมได้ ทำให้ผู้พิการประสบปัญหาความบกพร่องของตลาดแรงงาน ผู้พิการจำเป็นต้องมีแนวทางในการทำงานประกอบอาชีพอิสระ ดังนั้น โอกาสของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต้องมองถึงขอบเขต ในการเพิ่มศักยภาพผู้พิการ ฝึกฝนและให้การสนับสนุน สร้างจุดสนใจในการพัฒนาทุนมนุษย์ของคพิการให้เป็นจุดศูนย์กลางในการออกแบบ ด้วยการสร้างงาน สร้างอาชีพที่สอดคล้องกับลักษณะทุพพลภาพของผู้พิการ นำจุดเด่นดังกล่าวมายกระดับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

5) **ข้อเสียเปรียบของอายุ (Age-related Disadvantage)** การมีส่วนร่วมในตลาดแรงงานเมื่อวิเคราะห์โดยละเอียดของกลุ่มผู้อาวุโสกับกลุ่มเยาวชน และนำไปเทียบกับกลุ่มคนหนุ่มสาว พบว่า ความต้องการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มุ่งเน้นการให้โอกาสกับกลุ่มหนุ่มสาวมากกว่า กลุ่มผู้อาวุโสกับกลุ่มเยาวชน เพราะมองถึงความต้องการ คาดหวังของกลุ่มหนุ่มสาวในธุรกิจและการเจริญก้าวหน้าของอาชีพ ดังนั้น กลุ่มผู้อาวุโสกับกลุ่มเยาวชนจึงมีส่วนร่วมน้อยในการมีส่วนร่วมกับองค์กรธุรกิจต่างๆ จึงถูกมองข้ามอย่างสิ้นเชิงของผู้ประกอบการ ทั้งกลุ่มผู้อาวุโสมีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปและกลุ่มเยาวชนมีอายุตั้งแต่ 22 ปีลงมา แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันทั้ง 2 กลุ่มนี้มีโอกาสของผู้ประกอบการมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มหนุ่มสาวมีค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนได้หันกลับมาทบทวน ถึงการใช้กลุ่มผู้อาวุโสกับกลุ่มเยาวชนเพิ่มขึ้น ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนำจุดเด่นของ 2 กลุ่มนี้มาพัฒนาเครือข่าย อาจเป็นไปได้ว่าการดำเนินการของผู้ประกอบการ ที่มีกลุ่มอาวุโสทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงกลุ่มเยาวชน หรือกลุ่มรุ่นพี่รุ่นน้อง ซึ่งจะทำให้เกิดความสัมพันธ์แน่นแฟ้นเกิดผลประโยชน์ในระยะยาว แต่ก็คงเสียมิได้ของกลุ่มผู้อาวุโสที่จะประสบปัญหาทางสุขภาพ แต่เมื่อพิจารณาถึงเศรษฐกิจ สังคมและทุนมนุษย์ ทำให้เกิดผลดีมากกว่าผลเสียของเครือข่ายผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอันมีค่าได้มากกว่า

6) **คนว่างงานระยะยาว (Long-Term Unemployed)** คนว่างงานระยะยาวอาจมีหลายสาเหตุ อาทิ กลุ่มคนว่างงานเคยมีงานทำแต่อุตสาหกรรมมีการเคลื่อนย้ายทำให้เกิดการว่างงาน และมีการรวมตัวกันอยู่ในสภาพแวดล้อมดังกล่าวโดยมิได้ย้ายไปไหน รวมทั้งการโดนกีดกันหลายรูปแบบ เช่น การศึกษา ที่อยู่ อาศัย สุขภาพ เชื้อชาติ เป็นต้น ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นการปิดกั้นโอกาสของคนว่างงาน ในการเริ่มต้นเป็นส่วนหนึ่งของตลาดแรงงาน โดยลักษณะแบบนี้หากไม่ได้รับความสนใจอย่างแท้จริงในการแก้ไขเพียงพอ จะทำให้คนว่างงานลักษณะนี้ จะเกิดการอพยพไปอยู่ในชุมชนเมืองที่แออัดเพิ่มขึ้นเพื่อหางานทำ ดังนั้น เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนควรสร้างโอกาส ให้กับพื้นที่ด้อยโอกาสเหล่านี้ในการปรับปรุงทุนมนุษย์ ทั้งแนวคิดและการปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณภาพและโอกาส ของคนว่างงานระยะยาว เน้นการเพิ่มคุณค่าในตนเองและความมั่นใจ เบื้องต้นสู่การสร้างอาชีพในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

จากแนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม เป็นการสร้างแนวคิดที่เกิดการต่อยอดให้เกิดประโยชน์และทันสมัย ให้กับธุรกิจชุมชนที่สามารถยกระดับให้เกิดผลกระทบเชิงบวก ต่อกิจการเพื่อสังคมในด้านการเปลี่ยนแปลงตลาดไปอย่างสิ้นเชิง ทั้งวัตถุประสงค์ขั้นพื้นฐาน เป้าประสงค์ที่เกิดการร่วมมือของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ที่มองกำไรเพียงกระบวนการหนึ่งแต่มีใช้ปัจจัยหลัก แต่ต้องการสร้างธุรกิจชุมชนให้ตระหนักถึงมนุษย์ ชุมชน สังคมที่อยู่อย่างเกื้อกูลกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังรูปภาพที่ 6.9 หลักเกณฑ์แนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม

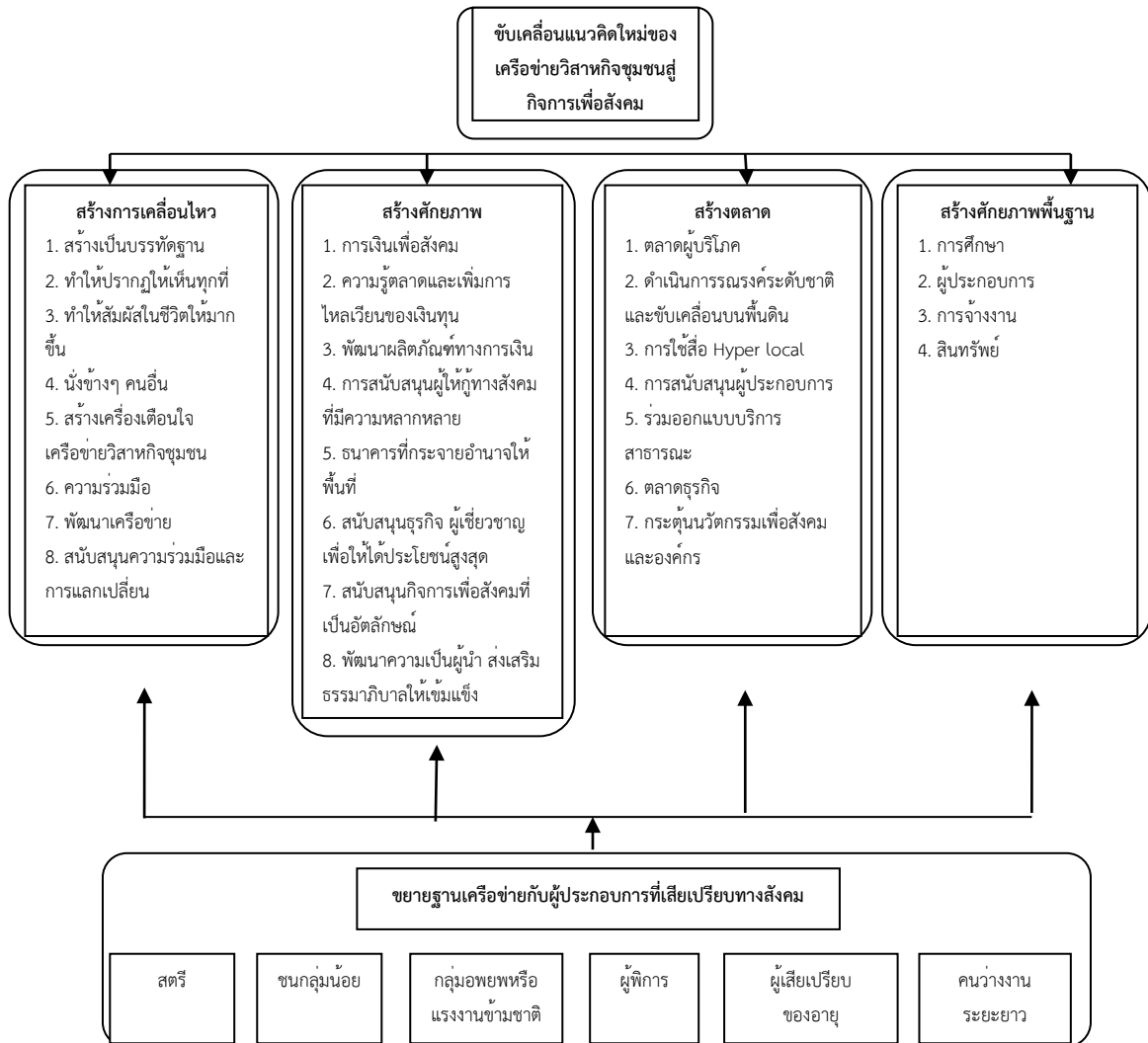


รูปภาพที่ 6.9 หลักเกณฑ์แนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม

ที่มา: วิเคราะห์ของผู้เขียน

ขณะที่การขับเคลื่อนแนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม ให้เกิดเป็นรูปธรรมนั้น มีมิติ 4 ด้าน คือ 1) สร้างการเคลื่อนไหวในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับล่างไปสู่ระดับบนให้อยู่ในชีวิตประจำวัน และเป็นส่วนหนึ่งของการเคลื่อนไหวของทุกคน 2) สร้างศักยภาพให้เกิดการไหลเวียนเงินทุน ให้มีการหมุนเวียนตลอดเวลาและให้ทุกคนได้เข้าถึงแหล่งทุนทางการเงิน ในการสร้างตลาดในรูปแบบใหม่ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจชุมชน ผ่านธนาคารที่เป็นของชุมชนอย่างแท้จริง 3) สร้างตลาดของผู้ซื้อและผู้ขาย ให้เกิดการขับเคลื่อนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สำหรับทุกชนชั้นและร่วมกันออกแบบบริการสาธารณะ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดธุรกิจได้เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่เพิ่มขึ้น 4) สร้างศักยภาพพื้นฐานตั้งแต่ระดับเด็ก เยาวชน และบุคคลทั่วไป ให้มีหลักสูตรการศึกษาที่สอดแทรกกิจการเพื่อสังคมให้ตระหนัก เข้าใจสู่การปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการ การจ้างงานและพัฒนาสินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนั้นการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม ต้องพิจารณาถึงการขยายฐานเครือข่ายกับผู้ประกอบการที่เสียเปรียบทางสังคมไม่ว่าจะเป็น สตรี ชนกลุ่มน้อย กลุ่มอพยพหรือแรงงานข้ามชาติ ผู้พิการ ผู้เสียเปรียบของอายุและคนว่างงานระยะยาว ให้มีโอกาสทางสังคมในธุรกิจชุมชน ด้วยการดึงจุดเด่นนำมาเป็นจุดขายทางการตลาด และสร้างมูลค่าทุนมนุษย์ให้เกิดผลดีต่อเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อกิจการสังคมอย่างยั่งยืน

ผังรูปที่ 6.10 ขับเคลื่อนแนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคม และขยายฐานเครือข่ายกับผู้ประกอบการที่เสียเปรียบทางสังคม



รูปภาพที่ 6.10 ขับเคลื่อนแนวคิดใหม่ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสู่กิจการเพื่อสังคมและขยายฐานเครือข่ายกับผู้ประกอบการที่เสียเปรียบทางสังคม

ที่มา: วิเคราะห์ของผู้เขียน

กรณีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ได้เริ่มมีอย่างเป็นทางการเมื่อมีการออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ในหมวดที่ 2 ว่าด้วยเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ชุมชนมีการดำเนินการด้วยความสมัครใจในรูปแบบนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้ โดยในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินการ ดังนี้

1. ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือกิจการภายในของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ประกอบด้วย
 - 1) ให้ความช่วยเหลือในการจัดตั้งหรือศึกษาวิจัยในด้านการนำวัตถุดิบ ทรัพยากรหรือภูมิปัญญาของชุมชน มาพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพบริบทท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน
 - 2) ให้ความรู้ ทั้งการฝึกอบรมและช่วยเหลือในการปรับปรุง พัฒนาและยกระดับการผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งการบริหารจัดการ หาทุน การตลาดและอื่นๆ อันเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย
 - 3) ให้คำแนะนำหรืออื่นใด ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ทั้งระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ
2. ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือกิจการภายนอกของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ดังนี้
 - 1) เป็นคนกลางในการติดต่อกับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชนหรือหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐ และภาคเอกชน เพื่อช่วยเหลือและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย
 - 2) ประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย
 - 3) เป็นศูนย์กลางในการเสริมสร้างความสามัคคีและช่วยเหลือ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งความร่วมมือทางวิชาการ ให้เกิดการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการ
 - 4) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย หรือมาตรการในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

จากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 เกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ทำให้หลายๆ พื้นที่ได้มีการนำแนวทางดังกล่าวมาสร้างรูปแบบ วิธีการและการดำเนินการให้สอดคล้องกับวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดให้ครอบคลุมในทุกด้าน โดยในที่นี่จะยกกรณีศึกษาของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ ที่มีความแตกต่างของวิสาหกิจชุมชน ธุรกิจชุมชน พื้นที่ ภูมิประเทศ ในประเทศไทย ดังนี้

นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย (2561: 101-111) ศึกษาเรื่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวบ้านโจรก เป็นการศึกษาริบทเบื้องต้นและรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา ใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า เกิดการรวมกลุ่มอาชีพที่มีพื้นฐานทางการเกษตร ที่มีการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและมีผู้นำของชุมชนเป็นหัวก้าวหน้าในการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชน เน้นการพึ่งพาตนเอง ขณะที่รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในที่เกี่ยวข้องกับโรงสีข้าวในด้านเครือข่ายการผลิต เครือข่ายการตลาด เครือข่ายการเรียนรู้ และเครือข่ายหน่วยงานของรัฐส่วนเครือข่ายภายนอกเป็นการเชื่อมโยงการแลกเปลี่ยนผลผลิต การเพิ่มช่องทางการตลาด และพัฒนาองค์ความรู้ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเครือข่าย

วีระศักดิ์ จุลดาชัยและพณิฐา ยงพิทยาพงศ์ (2551: 43-53) ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคคลในท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและยั่งยืน จังหวัดนครพนม วิเคราะห์ถึงศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในหลายประเภท ประกอบด้วย กลุ่มผ้าทอพื้นบ้าน กลุ่มจักสาน กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา และกลุ่มอู๋ ในเขตพื้นที่จังหวัดนครพนมกับจังหวัดมุกดาหาร พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความหลากหลาย ตามบริบทของกลุ่มทั้งทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางธรรมชาติซึ่งทำให้ศักยภาพแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์กระบวนการ SWOT Analysis มีการสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาร่วมกันในด้านเครือข่ายวัตถุดิบ ด้านเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร ด้านเครือข่ายการเรียนรู้ ด้านเครือข่ายบรรจุภัณฑ์ ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์ ด้านเครือข่ายตลาดแบบต่างตอบแทน ด้วยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและส่วนราชการให้คำปรึกษา นอกจากนี้กระบวนการพัฒนาเครือข่ายเกิดจากการร่วมมือที่มีแกนนำเข้มแข็ง เป้าหมายที่ชัดเจน สมาชิกเคารพกฎระเบียบ โดยยึดหลักการพัฒนาด้านวัตถุและจิตใจควบคู่กัน

โกสินทร์ ชำนาญพล, วรณวีร์ บุญคุ้มและนรินทร์ สังข์รักษา (2559: 80-86) ศึกษาเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์จัดการเครือข่ายการตลาด และพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจำนวน 305 คน พบว่า วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่น่าสนใจ มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่ขาดการบริหารจัดการที่ดี โดยเฉพาะด้านเครือข่ายการตลาดและแหล่งเงินทุนในการพัฒนา ขณะที่รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการพัฒนาให้เกิดเป็นรูปธรรมควรมีการจัดการ 11 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างความโดดเด่นให้แหล่งท่องเที่ยว 2) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ 3) การกำหนดราคาที่เหมาะสม 4) การสร้างความสะดวกสบายในการรับบริการ 5) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว 6) การจัดองค์ประกอบให้มีประสิทธิภาพ 7) การกระจายภาวะผู้นำ 8) การวิจัยท่องเที่ยว 9) การให้การศึกษากับบุคลากร 10) การรับผิดชอบต่อสังคม 11) การใช้เครื่องมือทางการตลาด โดยทั้งหมดต้องมีการบูรณาการกับหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานของเอกชน รวมทั้งสถาบันการศึกษาในการสนับสนุนส่งเสริมการสร้างและจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชน

อินทุราภรณ์ มงคลขจรกิตติและอรรถ อภินันท์ธีระศักดิ์ดา (2562: 169-181) ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีชัยภูมิ โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน จำนวน 90 ราย พบว่า การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์เบื้องต้นเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อกระบวนการทำเกษตรอินทรีย์ทำให้สมาชิกในกลุ่มเครือข่ายเห็นถึงความสำคัญของเครือข่าย ที่มีโอกาสสร้างรายได้เพิ่มขึ้น สร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับพื้นฐานของเกษตรกร ชนิดของพืช พื้นที่การปลูกผลิตภัณฑ์และสินค้าของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และสามารถจัดตั้งศูนย์รับรองมาตรฐานแปลงเกษตรแบบอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วมของเครือข่ายจำนวน 1 ศูนย์

ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ (2557: 103-117) ศึกษาเรื่องความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ

ชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตเครื่องประดับและอัญมณี 200 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-60 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายชุมชน ประกอบด้วย ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ด้านการบัญชีเพื่อการจัดการและด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ขณะที่แนวทางที่จะทำให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเข้มแข็ง เกิดจากการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักปฏิบัติโดยตรง ไปพร้อมกับการสร้างผู้นำวิสาหกิจชุมชนและสร้างพันธมิตรเครือข่ายในการสร้างองค์ความรู้กับมหาวิทยาลัยและสำนักงานการศึกษานอกโรงเรียนที่ตั้งในส่วนท้องถิ่น พัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยการมีส่วนร่วมในเครือข่ายในการสร้างมูลค่าเพิ่มพร้อมสร้างความแตกต่าง

กังสดาล กนกหงษ์ (2561: 261-270) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาและการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมและหลักการทางานแบบหุ้นส่วน ระหว่างนักวิจัยกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพืชผักอินทรีย์ จำนวน 57 กลุ่ม พบว่าเครือข่ายต้องเกิดขึ้นจากความสมัครใจ ในแต่ละกลุ่มที่มีจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ไม่ควรเกิดจากความต้องการของฝ่ายรัฐฝ่ายเดียว ขณะที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ การมาซึ่งเครือข่ายต้องมีการจัดการ จากการสร้างความร่วมมือในด้านการวางแผนผลิต ด้านการตลาด ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีกฎระเบียบ ข้อบังคับที่ตกลงกันของเครือข่าย และการดำเนินงานของเครือข่ายควรคำนึงถึงบริบทและวัฒนธรรมการทำงานในแต่ละพื้นที่ การพัฒนาเครือข่ายให้เกิดความยั่งยืนนั้น กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า เครือข่ายควรมีบทบาทหน้าที่หลักในการประสานงาน เพื่อให้เกิดการกระตุ้นใฝ่รู้ สร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สร้างกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกเครือข่ายมีส่วนร่วม เช่น การกำหนดประเด็นรูปแบบการเรียนรู้ของกิจกรรม เชื่อมโยงไปทั่วทุกกลุ่ม

ไพศาล มุ่งสมัครและคณะ (2556: 115-123) ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ ข้อมูลวิจัยจากแบบสอบถาม คณะกรรมการและสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร 283 คน พบว่า ภาพรวมความสำเร็จในการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้ง 8 ด้านอยู่ในระดับสูง เมื่อเทียบเกณฑ์มาตรฐานในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านการจัดซื้อ/การผลิต ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการตลาดและการขาย ด้านการบัญชี/การเงิน ด้านการจัดการทุนชุมชน ด้านข่าวสาร/การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยรูปแบบที่ประสบผลสำเร็จที่สำคัญ 3 อันดับแรก คือ การสร้างระบบการติดต่อสื่อสารการผลิตสำรองเพื่อไว้ในช่วงฤดูกาลที่ขาดวัตถุดิบ และการประสานงานเพื่อให้กลุ่ม/เครือข่ายบรรลุเป้าหมาย

จากกรณีศึกษาของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ ทั้ง 6 กรณี พบว่า การพัฒนาเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับพื้นฐานอาชีพเดียวกัน เน้นการพึ่งพาตนเองด้วยการจัดตั้งเครือข่ายด้วยความสมัครใจเป็นเบื้องต้น และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมาเสริม การดำเนินการของเครือข่ายช่วงแรก จะเกิดจากผู้นำที่มีหัวก้าวหน้าที่ต้องการพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชน ขยายองค์ความรู้เพิ่มขึ้น โดยสามารถเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ที่ดำเนินการอยู่ของชุมชนให้กว้างขึ้นเพื่อสร้างโอกาสให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งกิจกรรมของเครือข่าย มุ่งเน้นในด้านการจัดการธุรกิจในด้านต่างๆ คือ ด้านวัตถุดิบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านการเรียนรู้ร่วมกัน ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านตลาดต่างตอบแทน วางแผนการผลิต สร้างกฎระเบียบ ข้อบังคับ สร้างพันธมิตรการเรียนรู้กับมหาวิทยาลัย วิทยาลัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมหรือการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ สิ่งสำคัญของเครือข่ายจะประสบผลสำเร็จได้ นอกจากการร่วมมือการจัดการธุรกิจนั้น คือ การสื่อสารวิสาหกิจชุมชนของเครือข่ายสม่ำเสมอ ประสานงานให้บ่อยและสร้างกิจกรรมระหว่างเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

การรักษาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืน

เมื่อเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้ขับเคลื่อนให้เกิดการร่วมมือกัน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาต่อวิสาหกิจชุมชน แต่สิ่งที่สำคัญต่อจากนี้ คือ ทำอย่างไรให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้ดำรงอยู่ได้ยาวนานและดำเนินต่อไป ดังนั้นการสร้างให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนว่ายากแล้ว แต่การรักษาให้คงอยู่ยากยิ่งกว่า ซึ่งวิสาหกิจชุมชนของเครือข่ายต้องรวมแรง ร่วมใจกันและช่วยกันดำรงรักษาให้สำเร็จ โดยหลักการรักษาความสำเร็จของเครือข่าย มีดังนี้ (กัญญาภรณ์ อินทวงศ์และคณะ, 2554: 20-22)

1. การกำหนดโครงสร้างและตารางกิจกรรมให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจะดำรงอยู่ได้ เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่มีสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนมาเชื่อมโยงให้เกิดความผูกพัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการกำหนดกิจกรรมภายในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต้องสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก เวลา ความถี่ ความน่าสนใจของข้อมูลที่น่าสนใจสูง องค์ความรู้ใหม่ๆ ในกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกันสามารถแยกเป็นกลุ่มย่อยๆ ตามความสนใจของสมาชิกได้ หรือแบ่งเป็นฐานความรู้และวิสาหกิจชุมชนของเครือข่ายได้มีบทบาทวางแผน ดำเนินการและให้ความรู้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นๆ

2. การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนของสมาชิก ถือว่ามีความสำคัญมากที่สามารถทำให้เครือข่ายมีความยั่งยืนในระยะยาว แต่ถ้าเมื่อใดสมาชิกขาดความไว้วางใจ เชื่อใจ ของการร่วมมือกัน แก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ก็จะทำให้การบรรลุเป้าหมายไปได้ยาก ดังนั้นเมื่อสมาชิกมีข้อสงสัยหรือรู้สึกไม่สบายใจ ในประเด็นใดก็ตามควรที่จะพูดคุย เพื่อหาทางออกร่วมกันในการแก้ไขข้อขัดแย้งที่อาจบานปลายในอนาคต

3. สร้างระบบและกลไกแรงจูงใจให้สมาชิกวิสาหกิจของเครือข่าย ยังคงมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมของเครือข่าย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องตระหนักถึงความต้องการของสมาชิกเป็นหลักในการสร้างแรงจูงใจ เนื่องจากสมาชิกมีความต้องการแตกต่างกันในแต่ละคน ดังนั้นการวิเคราะห์ถึงความต้องการเพื่อสร้างแรงจูงใจ อาจมีหลายมิติไปพร้อมกัน อาทิเช่น ค่าตอบแทน ให้เกียรติยศชื่อเสียง การให้การยอมรับเมื่อมีผลงานที่เด่นชัด เป็นต้น ประเด็นเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเครือข่ายให้เกิดแรงจูงใจให้เกิดจิตวิทยาการนำพาเครือข่ายให้เกิดพัฒนาได้ต่อเนื่อง

4. จัดหาทรัพยากรสนับสนุนให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เพียงพอ ทั้งทางด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้และบุคลากร ที่เป็นผู้ประสานงานให้กับวิสาหกิจชุมชน นอกจากนั้นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ

งบประมาณที่เหมาะสมต่อการดำเนินการเครือข่าย แต่ต้องมีการจัดทำงบประมาณให้กรรมการเครือข่ายได้ทราบเพื่อความโปร่งใส และรายงานผลต่อเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นระยะ

5. แต่งตั้งผู้ชำนาญการในหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มาเป็นที่ปรึกษาให้กับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ข้อเสนอแนะ แนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือหนุนเสริมให้เครือข่ายให้เกิดความเข้มแข็งเพิ่มขึ้น

6. พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนรุ่นเยาวชนไปพร้อมกับรุ่นอาวุโสไปพร้อมๆ กัน โดยรุ่นอาวุโสเป็นที่เล็งรุ่นเยาวชน พร้อมกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไปด้วย ซึ่งจะทำให้รุ่นเยาวชนจะได้เห็นภารกิจของเครือข่าย ประสบการณ์ตรงที่เกิดขึ้นจริงในสถานการณ์จริง ดังนั้นการขับเคลื่อนเครือข่ายจะเกิดรุ่นสู่รุ่นของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

สรุป

ธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีเป้าหมายเดียวกัน ในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดรายได้เพิ่ม การจ้างงานในชุมชนไปพร้อมกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติรอบตัวของชุมชนให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ในการแข่งขันทางธุรกิจชุมชนหรือเพียงวิสาหกิจชุมชนที่มีเป้าหมายเดียวกันไม่เพียงพอเพราะการเปลี่ยนแปลงมีตลอดเวลา ดังนั้นการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนถือว่ามีความสำคัญของการพัฒนาสินค้าและบริการร่วมกัน การมีส่วนร่วมของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดหุ้นส่วนทางธุรกิจชุมชนที่กว้างขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างทุนสังคมด้วยเครือข่าย, อาสาสมัคร, กิจกรรมต่างๆ ที่ร่วมกันออกแบบให้เกิดความเข้มแข็ง พร้อมกับการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ ภาวะผู้นำในเครือข่ายให้เกิดการยกระดับ ในการใช้ทุนมนุษย์ ทุนสังคมและทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ในการต่อยอดให้เกิดประโยชน์ ทันสมัยมุ่งสู่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิงประจำบทที่ 6

- กังสดาล กนกหงษ์. (2561). แนวทางการพัฒนาและการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต.*, 6(2), 261-270.
- กัญญาณน อินทวงและคณะ. (2554). การจัดการวิสาหกิจชุมชน. (พิมพ์ครั้งที่ 1). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน. กรุงเทพฯ: มายด์พับริสซิ่ง.
- โกสินทร์ ชำนาญพล, วรณวีร์ บุญคุ้มและนรินทร์ สังข์รักษา. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารราชพฤกษ์.*, 14(3), 80-86.
- ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ. (2557). ความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย. *สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.*, 7(3), 103-117.
- ชัยภูมิกัด หล้าแหล่งและคณะ. (2561). การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร. *Verdian E-journal, Silpakorn University (ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ).*, 11(2), 3447-3464.
- ชุลีรัตน์ จันทร์เชื้อและคณะ. (2558). การค้นหาเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นสู่การสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยว โดยชุมชนภาคเหนือตอนล่าง (รายงานฉบับสมบูรณ์). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ณัชชา ณัฐโชติภคินและคณะ. (2562). กระบวนการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตำบลไร่ซิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ.*, 1(1), 31-40.
- ทศพร แก้วขวัญไกร. (2560). ทางรอดวิกฤติเศรษฐกิจด้วยแนวทางวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.*, 9(2), 33-50.
- ธีรเทศร์ ขจรพัฒนภิรมย์และคณะ. (2559). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ โดยความร่วมมือของภาคี (รายงานฉบับสมบูรณ์). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นโรปกรณ์ สิทธิวงศ์และคณะ. (2561). โครงการกระบวนการพัฒนาเครือข่ายผู้ใช้น้ำในเขตลุ่มน้ำแม่จัตตอนบน อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ (รายงานฉบับสมบูรณ์). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นวรรตน์ นิธิชัยอนันต์และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย. (2561). การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโรงสีข้าวบ้านโจรก. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.*, 13(46), 101-111.

- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย. *ว.วิจัยสมาคมห้องสมุดฯ.*, 8(2), 119-127.
- ไพศาล มุ่งสมัคร, ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย, สรชัย พิศาลบุตรและศิวัชชัย ชำซอง. (2556). รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์. *วารสารสมาคมวิจัย.*, 18(3), 115-123.
- วิชุดา มาตันบุญ. (2551). **เครือข่ายองค์กรด้านเด็กกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาการละเมิดทางเพศต่อเด็กในจังหวัดภาคเหนือตอนบน: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย.** เชียงราย: หจก.วนิดาการพิมพ์.
- วีระศักดิ์ จุลดาลัยและพณิษฐา ยงพิทยาพงศ์. (2551). การพัฒนาระบบบริหารจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคคลในท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและยั่งยืน จังหวัดนครพนม. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.*, 3(1), 43-53.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2550). **เครือข่าย: นวัตกรรมการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแนวระนาบเพื่อการเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ.** กรุงเทพมหานคร: ซีโน ดีไซน์.
- สมคิด พรหมจ้อยและคณะ. (2546). **เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านอีสานใต้: ความอยู่รอดของชุมชนท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สร้างสรรค์ จำกัด.
- सानิต ฤทธิมนตรีและคณะ. (2560). **การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมเพื่อการพัฒนาการดำเนินงานกลุ่มผ้าทอมือมัดหมี่สตรีอาสารบ้านพวน: ตำบลบ้านหินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี (รายงานฉบับสมบูรณ์).** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2564). **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548.** สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564, จาก <https://www.moac.go.th/download/pos%207608.pdf>.
- สุมิตร สุวรรณและคณะ. (2560). **แนวทางการขับเคลื่อนเครือข่ายความร่วมมือพหุภาคีเพื่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็ก จังหวัดนครปฐม (รายงานฉบับสมบูรณ์).** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). **เครือข่ายยุทธวิธีเพื่อประชาคมเข้มแข็งชุมชนเข้มแข็ง: วัฒนธรรมองค์กรของโลกยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- อินทราภรณ์ มงคลขจรกิตติและอรรถ อภินันท์ธีระศักดิ์ดา. (2562). การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีชัยภูมิ. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาจุฬาราชองแก่น.*, 6(2), 169-181.
- Alter, Catherine, & Hage, Jerald. (1993). **Organizations Working Together.** California: Sage.
- CEIS et al. (2015). **Scotland's Vision for Social Enterprise 2025: Moving Social Enterprise in from Margins to the Mainstream.** Retrieved November 5, 2021, from <https://socialenterprise.scot/cms/wp-content/uploads/2019/05/80afcde239.pdf>

- Dodd, S. D., & Keles, J. (2014). **Expanding the networks of disadvantaged entrepreneurs**. OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development.
- Erasmus+. (2021). **Social Enterprise Networking**. Village Social Enterprise learning material guidance and networking (ViSEnet). Retrieved November 1, 2021 from <https://ruralsehub.net/project/chapter-social-enterprise-networking/>
- O'Toole, Laurence J. & Kenneth J. Meier. (2004). Desperately Seeking Selznick: Cooptation and the Dark Side of Public Management in Networks. **Public Administration Review**, 64 (6), 681-693.
- OECD/Noya A. and Clarence E. (2009). "**Community capacity building: fostering economic and social resilience. Project outline and proposed methodology**", 26-27 November 2009, working document, CFE/LEED, OECD, www.oecd.org/dataoecd/54/10/44681969.pdf?contentId=44681970
- Smith, Joanna & Priscilla Wohlstetter. (2006). Understanding the Different Faces of Partnering: A Typology of Public-Private Partnerships School. **Leadership and Management.**, 26(3), 249-298.
- Starkey, Paul. (1997). **Networking for development**. London: International Forum for Rural Transport and Development.