

การจัดการองค์ความรู้ (KM)

เทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์

โดย

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี

คำนำ

สหกรณ์ คือ คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมโดยช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งสหกรณ์เป็นของสมาชิก บริหารงานโดยสมาชิกและเพื่อผลประโยชน์ของสมาชิก ภายใต้หลักประชาธิปไตยเพื่อสนองความต้องการอันจำเป็นของสมาชิกสหกรณ์ มีการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจรับฝากเงิน ธุรกิจขายหรือรวบรวมผลผลิต ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย และธุรกิจการส่งเสริมและให้บริการ โดยเฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อสมาชิก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือสมาชิก ในด้านการลดต้นทุน การผลิตและลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนได้

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานีได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงดำเนินการจัดการความรู้ในหัวข้อเรื่อง “เทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์” เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการยกระดับความรู้ความสามารถของบุคลากร ยกระดับคุณภาพการทำงาน และทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขัน เรียกได้ว่า เป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพช่วยพัฒนาคน พัฒนางาน และยกระดับองค์กร ส่งองค์การการเรียนรู้ได้ในกระบวนการเดียว ทั้งนี้การมีผู้สนับสนุนโดยเฉพาะบุคคลรอบข้างจะช่วยให้ในด้านกำลังใจในการทำงาน นอกจากนี้ยังอาจได้รับความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนเมื่อเกิดภาวะขาดสภาพคล่องคำแนะนำเมื่อเกิดปัญหา

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี หวังเป็นอย่างยิ่งว่า องค์ความรู้ในเรื่อง “เทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์” จะเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ สหกรณ์และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ทีมงานพัฒนาการจัดการความรู้ (KM Team)

สิงหาคม ๒๕๕๙

สารบัญ

	หน้า
บทที่ ๑ บทนำ	๑
บทที่ ๒ ทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	๒
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการจัดการองค์ความรู้	๖
บทที่ ๔ บทสรุปการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์	๗
ภาคผนวก	
คำสั่งสำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	ก
แผนการจัดการความรู้	ง

บทที่ ๑

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมา

สหกรณ์ หมายความว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยเหลือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ สหกรณ์เป็นของสมาชิก บริหารงานโดยสมาชิก และควบคุมการบริหารโดยสมาชิก

สหกรณ์จัดตั้งขึ้นเนื่องจากความเดือดร้อนของสมาชิก สหกรณ์จึงต้องสนองความต้องการของสมาชิกให้ครบวงจร แต่สหกรณ์จะดำเนินธุรกิจเพื่อบริการความต้องการของสมาชิก ต้องคำนึงถึง พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๒ มาตรา ๔๖ และ วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์ที่กำหนดไว้ข้อบังคับของสหกรณ์ ธุรกิจของสหกรณ์ส่วนใหญ่จะคล้าย ๆ กัน ได้แก่

๑. ธุรกิจสินเชื่อ
๒. ธุรกิจการรับฝากเงิน
๓. ธุรกิจการขายหรือรวบรวมผลผลิต/แปรรูป
๔. ธุรกิจการซื้อหรือการหาสินค้ามาจำหน่าย
๕. ธุรกิจการส่งเสริมอาชีพและบริการ

ทั้ง ๕ ธุรกิจนี้ สามารถที่จะเชื่อมโยงสินเชื่อเพื่อการผลิตและการตลาดได้ คือ สมาชิกขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนก็สามารถที่ขอสินเชื่อจากสหกรณ์ โดยขอรับเป็นสินค้าเพื่ออุปโภคบริโภค ปัจจัยการผลิต การบริการของสหกรณ์ เงินสดสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการประกอบอาชีพแล้วเมื่อได้ผลผลิตก็นำมาจำหน่ายให้กับสหกรณ์เพื่อส่งชำระหนี้ หากมีเงินเหลือก็ฝากไว้กับสหกรณ์

องค์ความรู้ในการเพิ่มปริมาณธุรกิจของสหกรณ์

การเพิ่มปริมาณธุรกิจของสหกรณ์สามารถดำเนินการได้ ดังนี้

๑. ปลูกจิตสำนึกสมาชิกให้ตระหนักการเป็นเจ้าของ สหกรณ์ มุ่งเน้นให้สมาชิกทุกคนพึงตระหนักว่า บทบาทที่สำคัญของตน คือ การที่ต้องเป็นทั้งเจ้าของ และลูกค้าในคนเดียวกัน ส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการคิดที่จะดำเนินธุรกิจ ในการตัดสินใจ ในการรับผิดชอบ ไปสู่ความเข้มแข็งของสหกรณ์ ซึ่งผลประโยชน์ก็จะกลับคืนสู่สมาชิกในรูปของเงินปันผลเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจ

๒. สหกรณ์ควรประชาสัมพันธ์ ประชุมกลุ่มสมาชิก ได้รับทราบถึงธุรกิจของสหกรณ์ที่ดำเนินงานให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสหรือการบริการให้เข้าถึงสมาชิกได้มากยิ่งขึ้น สะดวกและตรงกับความต้องการของสมาชิก

๓. สหกรณ์ควรจัดทำตัวชี้วัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการ โดยนำแผนปฏิบัติงานประจำปีที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมใหญ่เป็นเกณฑ์การให้คะแนนระดับ ๓ แล้วแต่ละเดือน หรือไตรมาส นำเอาผลการปฏิบัติงานมาเปรียบเทียบ หากต่ำกว่าให้หาสาเหตุ ปัญหาอุปสรรคหรือแนวทางการสนับสนุนให้สามารถปฏิบัติได้ตามแผนหรือสูงกว่าแผน ทั้งนี้ให้ผู้จัดการเป็นผู้ทำคำรับรองกับคณะกรรมการดำเนินการ โดยให้นำเอาตัวชี้วัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการ เป็นเครื่องมือในการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนของเจ้าหน้าที่

ปริมาณธุรกิจสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร หมายถึง ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรที่ทำธุรกิจกับสมาชิก สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร และบุคคลภายนอก (ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบุคคลภายนอก เช่น การจำหน่ายสินค้าให้กับประชาชนทั่วไป การจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงหรือเมล็ดพันธุ์พืช และอื่นๆ เป็นต้น) ซึ่งปริมาณธุรกิจสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรประกอบด้วย

- ๑) ธุรกิจการรับฝากเงิน (ยอดเงินรับฝากระหว่างปี)
- ๒) ธุรกิจการให้เงินกู้ (ยอดลูกหนี้เงินให้กู้ระหว่างปี)
- ๓) ธุรกิจการจัดหาสินค้าและวัสดุอุปกรณ์มาจำหน่าย (มูลค่าการขาย)
- ๔) ธุรกิจการรวบรวมผลผลิตเพื่อขายหรือการแปรรูป (มูลค่าการรับซื้อ)
- ๕) ธุรกิจการแปรรูป (มูลค่าที่จำหน่าย)
- ๖) ธุรกิจการให้บริการอื่นๆ (รายรับจากธุรกิจบริการและธุรกิจอื่นๆ)

แผนธุรกิจสหกรณ์

เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ที่แสดงข้อมูล รายละเอียด ซึ่งสหกรณ์สามารถใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสหกรณ์มีประสิทธิภาพ และคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่มีความเปลี่ยนแปลงหรือความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดผลกระทบต่อธุรกิจสหกรณ์ได้

โครงสร้างการดำเนินธุรกิจสหกรณ์

องค์ประกอบหลักในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตและบริการ ด้านการตลาดและด้านการเงิน

ธุรกิจของสหกรณ์ ประกอบด้วย ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจรับฝากเงิน ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจรวบรวมผลผลิต และธุรกิจแปรรูปผลิตผล

บทที่ ๒

ทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการจัดการความรู้

สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (๒๕๔๘; ๔) ได้ให้ความหมายของ การจัดการความรู้ คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์การ ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์การสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด

ศ.นพ. วิจารย์ พานิช ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ ไว้ว่า การจัดการความรู้ หรือที่เรียกย่อๆ ว่า KM คือ เครื่องมือ เพื่อใช้ในการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย ๓ ประการไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ บรรลุเป้าหมายของงาน บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน และบรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ดังนั้น การจัดการความรู้จึงไม่ใช่เป้าหมายในตัวของมันเอง เมื่อไรก็ตามที่มีการเข้าใจผิด เอาการจัดการความรู้เป็นเป้าหมาย ความผิดพลาดก็เริ่มเดินเข้ามา อันตรายที่จะเกิดตามมาคือ การจัดการความรู้การจัดการความรู้เทียม หรือ ปลอม เป็นการดำเนินการเพียงเพื่อให้ได้ชื่อว่ามีจัดการความรู้เท่านั้นเอง

ปณิศา พันภัย (๒๕๔๔ ; ๒๔) ให้ความหมายของการจัดการความรู้หมายถึง กระบวนการอย่างเป็น ระบบ เกี่ยวกับการประมวลผล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ ของบุคคลเพื่อสร้างความรู้หรือนวัตกรรมและจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ

ความรู้ (Knowledge) คือ ทรัพยากรที่สำคัญอย่างหนึ่งในตลาดที่มีการแข่งขันทางการค้าในโลกยุคโลกาภิวัตน์ (เจนเนตร และคณะ, ๒๕๔๖, น.๑)

Lefi Edvisson (๑๙๙๘, p.๓-๙) ได้แบ่งความรู้ออกเป็น ๓ ประเภท คือ ความรู้เฉพาะบุคคล ความรู้ขององค์กร และความรู้ที่เป็นระบบ ดังนี้

- ๑.) Individual Knowledge : ความรู้เฉพาะบุคคล เป็นความรู้ที่มีอยู่ในตัวพนักงานแต่ละคน
- ๒.) Organization Knowledge : ความรู้ขององค์กร เป็นความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานที่อยู่ในกลุ่มหรือฝ่ายงานต่าง ๆ ในองค์กร ทำให้เกิดเป็นความรู้โดยรวมขององค์กร สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานขององค์กรได้มากขึ้น
- ๓.) Structure Knowledge : ความรู้ที่เป็นระบบ เป็นความรู้ที่เกิดจากการสร้างหรือต่อยอดองค์ความรู้ผ่านกระบวนการ คู่มือ และจรรยาบรรณต่าง ๆ ในองค์กร

ทั้งนี้ความรู้ทั้ง ๓ ประเภทข้างต้น สามารถเป็นไปได้ทั้งในรูปของ Tacit Knowledge และ Explicit Knowledge

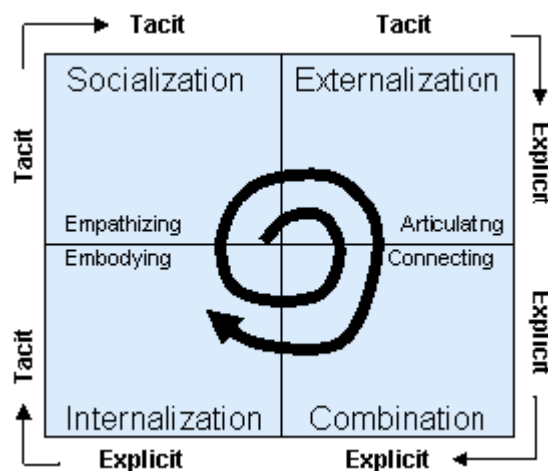
ประเภทของความรู้ (Type of Knowledge)

๑. ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่นทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์

๒. องค์กรความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวมถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีการต่างๆ เช่นการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่างๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้

กระบวนการจัดการความรู้ที่ได้รับความนิยมที่ทุกคนต้องรู้จัก คือ SECI Model ของ Nonaka และ Takeuchi (๑๙๙๕) ที่ได้เสนอแนวคิดว่าความรู้ของคนสามารถแบ่งได้ ๒ ประเภท ได้แก่ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit) และความรู้ฝังลึก (Tacit) ซึ่งความรู้ทั้งสองประเภทมีความสำคัญต่อองค์กร โดยเฉพาะความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในการทำงาน หากมีการดึงความรู้ที่ฝังลึกออกมาใช้หรือเปลี่ยนให้เป็นความรู้ใหม่ขึ้นและเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ซึ่ง SECI Model จะเป็นการอธิบายการถ่ายทอดความรู้และการเปลี่ยนรูปแบบของความรู้ทั้งสองประเภท เกิดเป็นความรู้ใหม่



Socialization เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ฝังลึกไปเป็นความรู้ฝังลึก (Tacit to Tacit) โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตรงของผู้ที่สื่อสารระหว่างกัน สร้างเป็นความรู้ของแต่ละบุคคลขึ้นมาผ่านการทำงานร่วมกับผู้อื่น การสังเกต การลอกเลียนแบบ และการลงมือปฏิบัติความรู้ฝังลึกนี้อาจจะเป็น กระบวนการคิดซึ่งเป็นการยากที่จะอธิบายออกมาเป็นคำพูด การที่เข้าไปมีส่วนร่วมจะทำให้สามารถเรียนรู้ได้

Externalization เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ฝังลึกไปเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Tacit to Explicit) สามารถทำได้โดยการเปรียบเทียบการตั้งสมมติฐาน กรอบความคิด ในการถ่ายทอดความรู้ฝังลึกออกมาเป็นความรู้ชัดแจ้ง ทำได้ยากอาจทำได้ผ่านการพูดคุย การเล่าเรื่อง ซึ่งกระบวนการนี้เป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความรู้

Combination เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ชัดแจ้งไปเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit to Explicit) เป็นกระบวนการที่ทำให้ความรู้สามารถจับต้องได้นำไปใช้ได้และใช้งานร่วมกันได้สามารถทำได้โดยการแยกแยะ แบ่งประเภท และทำให้อยู่ในรูปเอกสาร เป็นการจัดระบบความรู้

Internalization เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบความรู้ชัดแจ้งไปเป็นความรู้ฝังลึก (Explicit to Tacit) เกิดจากการทำความเข้าใจในความรู้แบบชัดแจ้งของบุคคลจนเกิดเป็นความรู้ขึ้น โดยผ่านการอ่านหนังสือ เอกสารแล้วทำความเข้าใจ หรือผ่านการฝึกปฏิบัติ การนำเอาความรู้ไปใช้

กระบวนการต่าง ๆ จะเกิดขึ้นหมุนวนกันไปซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งในแต่ละกระบวนการที่เกิดการเปลี่ยนรูปแบบระหว่างความรู้ฝังลึกกับความรู้ชัดแจ้งทำให้เกิดความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น นั่นหมายความว่า Externalization และ Internalization เป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างความรู้ยังสามารถกระตุ้นให้กระบวนการทั้ง ๔ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นเกลียวความรู้ (Knowledge Spiral) และยิ่งเกลียวความรู้หมุนเร็วเท่าไรก็จะทำให้เกิดความรู้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์กับองค์กรได้มากขึ้นเท่านั้น

องค์ประกอบของวงจรความรู้

๑. คน (People) ในองค์กรจึงมีความสำคัญเป็นอันดับแรก การจัดการความรู้เป็น กลยุทธ์ กระบวนการ และเทคโนโลยีที่ใช้ในองค์กรเพื่อแสวงหา สร้าง จัดแลกเปลี่ยน และทำให้ความรู้ที่ต้องการได้รับผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่องค์กรต้องการ เป็นการผสมผสานความรู้จากหลายศาสตร์ เช่น การบริหารจัดการ (Management science) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence) และพฤติกรรมองค์กร (Organization behavior)

๒. ด้านกระบวนการ (Process) กระบวนการของการจัดการความรู้ ประกอบด้วย แนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้โดยต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกเป็นการแยกแยะว่าความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์กร แล้วนำความรู้้นมากำหนดโครงสร้างรูปแบบ และตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนที่จะนำมาผลิตและเผยแพร่โดยการบริหารกระบวนการนั้น จะต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนขององค์กรว่าต้องการให้บรรลุเป้าหมายอะไร

๓. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology) การจัดการความรู้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความรู้ในองค์กรให้เป็นความรู้ที่เกิดประโยชน์ต่อบุคคลนั้น ในเวลาและรูปแบบที่แต่ละองค์กรต้องการ เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความรู้มีความหมายกว้างกว่าเทคโนโลยีและความรู้ของบุคคล โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ เพื่อให้บุคลากรทุกคนในองค์กรสามารถสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ความรู้เบื้องต้นในการเพิ่มปัจจัยการผลิต

ความหมายของการเพิ่มผลผลิต (Productivity)

การเพิ่มผลผลิต หมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้สินค้า บริการ หรืองาน ที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ด้วยวิธีการในการลดต้นทุน ลดการสูญเสียทุกรูปแบบ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร และการใช้เทคนิคการทำงานต่าง ๆ เข้ามาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ความจำเป็นในการเพิ่มผลผลิต

ในสภาพสังคม และเศรษฐกิจของไทยปัจจุบันเป็นสภาพที่อยู่ในภาวะวิกฤติทั้งในด้านทรัพยากรที่ลดลงอย่างมากจนขาดความสมดุล จากนโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมาที่มุ่งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ทำให้ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยเป็นอย่างมาก ทั้งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากผู้ผลิตที่ขาดจรรยาบรรณผลผลิตต่อคุณภาพไม่เป็นที่พอใจของผู้บริโภค ซึ่งถ้าปล่อยให้เป็นเช่นนี้ต่อไปเรื่อย ๆ ก็จะก่อให้เกิดความเสียหายอันใหญ่

หลวงต่อเศรษฐกิจของประเทศ และ มูลเหตุสำคัญที่มีความจำเป็นจะต้องนำการเพิ่มผลผลิตมาแก้ปัญหา และสร้างคุณภาพของผลผลิต มีดังนี้

๑. ทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด การเพิ่มผลผลิตจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้เราใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๒. การเพิ่มผลผลิตเป็นเครื่องมือช่วยวางแผนทั้งในปัจจุบัน และอนาคต เช่น การกำหนดสัดส่วนของการผลิตที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า เพื่อไม่ให้มีส่วนเกินซึ่งถือเป็นความสูญเสียเปล่าของทรัพยากร

๓. การแข่งขันสูงขึ้น หน่วยงาน บริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ จะอยู่รอด และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และการเพิ่มผลผลิตก็เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพ และทำให้เกิดการลดต้นทุนสามารถสู้กับคู่แข่งได้

จะเห็นได้ว่า การเพิ่มผลผลิตเป็นจิตสำนึก หรือเจตคติที่จะแสวงหาทางปรับปรุง และสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้นอยู่เสมอ ด้วยความเชื่อมั่นว่าเราสามารถทำวันนี้ให้ดีกว่าเมื่อวานนี้ และสามารถทำพรุ่งนี้ให้ดีกว่าวันนี้ การเพิ่มผลผลิตจึงเป็นความเพียรพยายามอย่างไม่มีที่สิ้นสุดที่จะปรับปรุงงาน หรือกิจกรรมที่ทำให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยการใช้เทคนิควิธีการใหม่ ๆ

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต

SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้

Strengths - จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

Opportunities - โอกาสที่จะดำเนินการได้

Threats - อุปสรรค ข้อจำกัดหรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ ๒ ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็น การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นกรวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายนอก

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT

วิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถ ภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผล การดำเนินงานโอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายองค์กร ในทางกลับกัน อุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้ จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

ขั้นตอน / วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคขององค์กรทำให้มีข้อมูล ในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และ แสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนด กลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม หรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มึ้น้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและ ภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถ ภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการ ประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร ที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการท างานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

- จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั่นเอง ว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควร ดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

- จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในจากมุมมอง ของผู้ที่อยู่ในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

๒. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงาน ขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการ ดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อม ทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราผู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการจัดการองค์ความรู้

การดำเนินธุรกิจสหกรณ์ที่เป็นการเพิ่มปริมาณธุรกิจของสหกรณ์

การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร หมายถึง การประกอบกิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรม การบริการหรือกิจการอย่างอื่น ที่ดำเนินการโดยสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรมจรรยาและหลักการ อุดมการณ์สหกรณ์ ขณะที่ปริมาณธุรกิจสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรหมายถึง ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรที่ทำธุรกิจกับสมาชิกสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ซึ่งได้แก่

ธุรกิจการรับฝากเงิน

เพื่อเป็นการเพิ่มทุนดำเนินงานของสหกรณ์ให้มากขึ้นและเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรและสร้างความเชื่อมั่นแก่มวลสมาชิกและลูกค้าในด้านสภาพคล่องทางการเงินของสหกรณ์เอง สหกรณ์ควรมีการประชาสัมพันธ์ และจัดทำโครงการส่งเสริมการออม เนื่องในวันสำคัญต่างๆ อาทิ เช่น วันสหกรณ์แห่งชาติ วันเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว สมเด็จพระบรมราชินีนาถ วันจัดตั้งสหกรณ์ เป็นต้น โครงการออมโดยข้าวเปลือกหรือผลผลิตอื่น ทั้งนี้ให้เหมาะสมกับสมาชิกของแต่ละสหกรณ์ สร้างความเชื่อมั่นให้สมาชิกในการฝากเงินโดยการอำนวยความสะดวกในการฝาก-ถอนเพิ่มอัตราดอกเบี้ยให้สูงกว่าธนาคารพาณิชย์เล็กน้อยเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกผู้ฝากเงิน มีของชำร่วยแจกสำหรับผู้เปิดบัญชีใหม่หรือผู้ฝากเงินในเทศกาลสำคัญ

ธุรกิจการจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ธุรกิจการจัดหาสินค้ามาจำหน่าย หมายถึง การดำเนินงานที่สหกรณ์จัดซื้อสินค้ามาจำหน่ายให้แก่สมาชิก เพื่อผลิตเป็นสินค้าหรือเพื่ออุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันของสหกรณ์ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในสหกรณ์ เป็นธุรกิจที่สหกรณ์จัดหาหรือจัดซื้อเครื่องมือเครื่องใช้และวัสดุอุปกรณ์การเกษตร เช่น เครื่องสูบน้ำ เครื่องพ่นยาฆ่าแมลง ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ฯลฯ ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น เช่น ข้าวสาร ผงซักฟอก น้ำมันพืช น้ำปลา ฯลฯ มาขายให้แก่สมาชิกและผู้ที่มีใช้สมาชิก โดยมีการดำเนินการดังนี้

๑. การจัดหาสินค้ามาขาย สหกรณ์จะต้องมีการสอบถามความต้องการจากสมาชิกเป็นคราวๆ แล้วจัดหาสิ่งของมาขายตามใบสั่งซื้อของสมาชิก

๒. การจำหน่ายสินค้า สหกรณ์สามารถจำหน่ายสิ่งของให้แก่สมาชิกได้ ๒ วิธี คือ

๒.๑ จำหน่ายเป็นเงินสด เป็นวิธีที่สหกรณ์ไม่ต้องเสี่ยงและสมาชิกจะซื้อสินค้าได้ในราคาถูกลงกว่าเงินเชื่อ นอกจากนี้เพื่อความสะดวกสำหรับสมาชิก สหกรณ์อาจใช้วิธีโอนเงินกู้ของสมาชิกมาชำระค่าสิ่งของ หรือใช้เงินฝากของสมาชิกมาชำระค่าสิ่งของ หรือใช้เงินฝากของสมาชิกมาชำระค่าสิ่งของ หรือหักเงินค่าผลิตผลการเกษตรของสมาชิกที่ขายให้สหกรณ์ชำระค่าสิ่งของ

๒.๒ จำหน่ายเป็นเงินเชื่อ โดยแยกเป็น

- จำหน่ายให้สมาชิกโดยตรง
- จำหน่ายให้สมาชิกโดยผ่านร้านค้าย่อย

“ร้านค้าย่อย” หมายถึง ร้านค้าในตำบลหรือหมู่บ้านซึ่งเป็นของสมาชิกและอยู่ในเขตท้องที่ดำเนินงานของสหกรณ์ และคณะกรรมการดำเนินการได้พิจารณาปรับขึ้นทะเบียนเป็นร้านค้าย่อยของสหกรณ์ เพื่อรับสิ่งของจากสหกรณ์ไปจำหน่ายต่อให้แก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป

- จำหน่ายผ่านสถาบัน

“สถาบัน” หมายถึง สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกรที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยได้จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ หรือจากหน่วยงานอื่น

สำหรับการจำหน่ายให้แก่ผู้ที่มีใช้สมาชิก สหกรณ์จะต้องจำหน่ายเป็นเงินสดเท่านั้น

แนวทางในการดำเนินการเพื่อเพิ่มปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในสหกรณ์

สหกรณ์ควรมีแนวทางดำเนินการเพื่อให้สามารถบริการสมาชิกได้อย่างเต็มที่ทั่วถึงและบรรลุวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ ดังนี้

๑. สหกรณ์รวบรวมความต้องการจากสมาชิก แล้วจัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคหรือสิ่งของเครื่องใช้มาให้สมาชิกตามจำนวนที่ต้องการ โดยไม่ให้มีสินค้าคงเหลือ
๒. มีการจัดรายการพิเศษ เช่น สินค้าราคาถูกในแต่ละวัน (อาจเป็นวันละ ๑ ชนิดสินค้า) เพราะราคาสินค้าที่ต่ำย่อมเป็นที่ชื่นชอบต่อลูกค้า เป็นกุศโลบายที่ดีในการดึงดูดลูกค้าเข้าสหกรณ์
๓. บริการส่งสินค้าถึงบ้าน, นำสินค้าไปขายถึงพื้นที่สมาชิก
๔. ประสานสถานศึกษา ค่ายทหาร โรงพยาบาล เรือนจำจังหวัด หน่วยราชการและองค์กรเอกชนซื้อสินค้าสหกรณ์
๕. เปิดสาขาจำหน่ายสินค้าในพื้นที่หรือแดนดำเนินงานที่มีสมาชิก
๖. สหกรณ์ที่มีความพร้อมตั้งร้านค้าสะดวกซื้อ
๗. มีรางวัลสำหรับสมาชิกที่มียอดเงินฝาก ซื้อสินค้า รวบรวมผลผลิตสูงสุดอย่างละ ๓ อันดับ
๘. บริการส่งสินค้าทางโทรศัพท์
๙. บริการจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าเงินผ่อน
๑๐. จัดมหกรรมสินค้าเนื่องในโอกาสสำคัญๆ เช่น วันพ่อ วันแม่ วันสหกรณ์ วันปีใหม่วันสำคัญทางศาสนา
๑๑. มีการประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือกับองค์กรในจังหวัดทั้งหน่วยงานของรัฐ กลุ่มสหกรณ์พันธมิตร เอกชนและชุมชนให้ซื้อสินค้าสหกรณ์
๑๒. บริการสินค้าที่จำเป็นทุกชนิดที่สมาชิกต้องการ
๑๓. ขอความร่วมมือแบ่งส่วนหนึ่งของเงินปันผลเป็นคูปอง เพื่อซื้อสินค้าจากสหกรณ์
๑๔. นำรถสินค้าสหกรณ์ไปเร่ขายตามบ้านเรือนสมาชิกในราคาที่ถูกลง
๑๕. จัดมุมหนึ่งในสำนักงานสหกรณ์เป็นที่วางสินค้า เพื่อให้สะดวกตาแก่ผู้ที่มาติดต่อ

ธุรกิจส่งเสริมอาชีพและการบริการ

การจัดกิจกรรมการส่งเสริมอาชีพในหมู่สมาชิก เพื่อสร้างเสริมเพิ่มรายได้แก่ครัวเรือนสมาชิก นอกเหนือจากรายได้ในการทำนาหรือการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ ให้คำแนะนำและการส่งเสริมการประกอบอาชีพ จัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตพืช จัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสัตว์ จัดตั้งกลุ่มหัตถกรรมและสิ่งทอ จัดตั้งกลุ่มเกษตรผสมผสานและกลุ่มสตรีและเยาวชน สหกรณ์ สมาชิกจะมีความศรัทธาต่อสหกรณ์ก็ต่อเมื่อสหกรณ์ สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับสมาชิก การส่งเสริมอาชีพโดยเฉพาะการเกษตรตามแนวทฤษฎีใหม่ เป็นวิธีการหนึ่งที่จะสร้างรายได้เพิ่มให้กับสมาชิก เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ไม่มีการอพยพแรงงานหลังฤดูการเพาะปลูกเข้าสู่เมือง สร้างปัญหาทางด้านสังคม ประกอบกับปัจจุบัน แรงงานทางการเกษตรขาดแคลน การที่สหกรณ์เป็นผู้ลงทุนในเครื่องจักรกลการเกษตรแล้วนำมาบริการแก่สมาชิก จะเป็นการลดต้นทุนการผลิตของสมาชิก แต่อย่างไรก็ตาม การบริการเครื่องจักรกลการเกษตร การบำรุงรักษาสหกรณ์ต้องมีการวางแผนที่ความชัดเจน

ธุรกิจสินเชื่อ

ธุรกิจการให้สินเชื่อแก่สมาชิก การให้สินเชื่อแก่สมาชิกไม่ว่าสินเชื่อประเภทใดๆต้องให้ตามความจำเป็น เพื่อประโยชน์แก่การดำเนินงานของสหกรณ์ และเป็นไปตามปรัชญาสหกรณ์และค่านึงถึงว่า ไม่ว่าเงินกู้ประเภทใดจะให้สมาชิกกู้ยืมได้ก็แต่เฉพาะเพื่อการอันจำเป็นและมีประโยชน์เท่านั้น ประเภทการให้สินเชื่อของสหกรณ์ มี ๓ ประเภท คือ ๒.๑ การให้สินเชื่อเพื่อการผลิต สินเชื่อเพื่ออาชีพหลัก เช่น การทำนา การจัดหาปัจจัยการผลิต สินเชื่อการอุปโภคบริโภค สินเชื่อสำหรับอาชีพรอง การเลี้ยงสัตว์ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ สินเชื่อสำหรับอาชีพเสริม เช่น กลุ่มอาชีพต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งสินเชื่อออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

๑. การให้สินเชื่อเพื่อการลงทุน สร้างบ้านเรือน ซ่อมที่ดินทำกิน ซ่อมอุปกรณ์การเกษตร เครื่องจักรกลการเกษตร สินเชื่อการผลิตพันธ์พืชและสัตว์

๒ การให้สินเชื่อเพื่อโครงการอื่นๆ เช่น สินเชื่อเพื่อการจัดหาปุ๋ยปลอดดอกเบี้ยว สินเชื่อโครงการกลุ่มสตรีและเยาวชนสหกรณ์ และสินเชื่อโครงการอื่นๆ เป็นต้น

คณะกรรมการดำเนินการมีการกำหนดและถือใช้ระเบียบว่าด้วยการให้เงินกู้และดอกเบี้ยว ระเบียบดังกล่าวเมื่อกำหนดขึ้นแล้วจะถือใช้ได้ทันทีโดยคณะกรรมการดำเนินการมีนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน ได้แก่ สหกรณ์จะเปิดให้บริการสินเชื่อแก่สมาชิก ทั้งสินเชื่อเพื่อการผลิต สินเชื่อเพื่อการลงทุนและสินเชื่อเพื่อโครงการอื่นไว้ในแผนงานประจำปีอย่างชัดเจน มีวัตถุประสงค์เงินกู้แต่ละประเภท หลักประกันเงินกู้ หลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่าขอเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยการมอบอำนาจการพิจารณาและอนุมัติค่าขอกู้เงินอย่างชัดเจน มีการแนะนำและการควบคุมการใช้เงินกู้ มีการสอบสวนแผนงานเพาะปลูกของสมาชิก และการใช้เงินกู้ตามแผนงานที่สมาชิกได้วางไว้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบ สหกรณ์ควรให้สินเชื่อแก่สมาชิกตามความจำเป็นและเหมาะสมกับแผนงานของสมาชิก ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดการค้างชำระหนี้ของสมาชิก ซึ่งจะส่งผลให้ปริมาณธุรกิจสินเชื่อในปีต่อๆ ไปลดลง

ธุรกิจการขายหรือรวบรวมผลผลิต/แปรรูป

ธุรกิจการรวบรวมผลผลิต หมายถึง การดำเนินการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์ของสมาชิกรวมกันมาเพื่อขาย หรือซื้อผลผลิตทางการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์จากสหกรณ์อื่นๆ หรือบุคคลอื่นๆ มาจัดการขายหรือแปรรูปเพื่อออกขายเท่าที่จำเป็นแก่การดำเนินงานโดยประหยัด จัดให้มีฉางเพื่อเก็บรวบรวมผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์และประกอบกิจการขนส่งตามความจำเป็นต่อการดำเนินงานของสหกรณ์และสหกรณ์ได้แสวงหาตลาดและพยายามขายผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกให้ได้ราคาที่เป็นธรรม ทั้งนี้สหกรณ์ได้ดำเนินการเข้าร่วมโครงการซื้อข้าวเปลือกจากสมาชิกสหกรณ์เพื่อจำหน่ายตามโครงการของรัฐบาล โดยร่วมกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อให้สมาชิกได้ขายข้าวเปลือกในราคาที่สูงขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มแรงศรัทธาแก่สมาชิกสหกรณ์ จะต้องมีการจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อสนับสนุนงานในด้านชุมชนของสมาชิกสหกรณ์และโครงการช่วยเหลือให้สมาชิกของสหกรณ์เพื่อยกระดับรายได้ในครัวเรือน ได้แก่ โครงการซื้อข้าวเปลือกเพื่อชำระหนี้ โครงการรับจำหน่ายข้าวเปลือกกับสหกรณ์ โครงการผ้าป่าสหกรณ์ โครงการสินเชื่อเพื่อจัดหาปุ๋ยปลอดดอกเบียเพื่อลดต้นทุนการผลิต

บทที่ ๔

บทสรุปเทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์

การจัดการความรู้เรื่อง “เทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์” ได้ดำเนินการตามหลักการจัดการความรู้ โดยบุคลากรของสำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี โดยวิธีการถ่ายทอดความรู้ของแต่ละบุคคลมาวิเคราะห์/สังเคราะห์ ให้เกิดการรวมองค์ความรู้จากวิธีการปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติให้สหกรณ์สามารถพัฒนาศักยภาพขององค์กรที่ต้องพึ่งปัจจัยภายนอก เป็นองค์กรแห่งการพัฒนาวิธีปฏิบัติจนสามารถพึ่งตนเองได้

ดังนั้น สำนักงานสหกรณ์จังหวัดจึงได้ผลักดันให้สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรเพิ่มปริมาณธุรกิจเพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการ เพิ่มช่องทางการตลาดไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ และการสนับสนุนการเข้าหาแหล่งเงินทุน การเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์เป็นแนวทางในการช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สหกรณ์และสมาชิกสหกรณ์ เป็นการสร้างโอกาสหรือการบริการให้เข้าถึงสมาชิกได้มากขึ้น สะดวกขึ้น และตรงตามความต้องการของสมาชิก ทั้งนี้ความแตกต่างด้านตัวสินค้า การบริการ วิถีตลาดจะทำให้สมาชิกมีรายได้จากหลายช่องทาง ลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงมีความสามารถที่จะผลักดันธุรกิจให้เจริญเติบโตและสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกได้ในระยะยาว

ภาคผนวก



คำสั่งสำนักงานสภรณ์จังหวัดอุบลราชธานี

ที่ /๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาการจัดการความรู้ (Knowledge Management (KM))

กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้จัดทำแผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลตามแนวทาง (HR Scorecard) ปีงบประมาณ ๒๕๕๖ – ๒๕๕๙ เพื่อให้การบริหารทรัพยากรบุคคลสามารถรองรับการปฏิบัติการกิจต่างๆ ตามยุทธศาสตร์และเป้าหมายของกรมฯ โดยได้ร่วมกับสำนักงาน ก.พ.ดำเนินโครงการบริหารกำลังคนภาครัฐ : การวางแผนการบริหารกำลังคนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุข้าราชการพลเรือนสามัญ ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๖ – ๒๕๖๐ ซึ่งได้ดำเนินการนำสู่การปฏิบัติดังกล่าวเป็นปีที่ ๔ และเล็งเห็นความสำคัญของการจัดการความรู้ (Knowledge Management (KM)) โดยให้การจัดการความรู้ เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงาน จึงเป็นเรื่องเกี่ยวข้องโดยตรงกับหน่วยงาน เพราะองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงานนั้นมีมากมาย ทั้งที่ชัดเจน (Explicit) และรู้แจ้ง (Tacit) กระบวนการถ่ายทอดและสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรได้เข้าใจ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะนำพาให้หน่วยงานพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่แท้จริง

เพื่อให้เกิดการจัดการความรู้ที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน เพื่อผลสัมฤทธิ์ของงานและการให้บริการของหน่วยงานเกิดประสิทธิภาพในการผลักดันการปฏิบัติราชการ สำนักงานสภรณ์จังหวัดอุบลราชธานี จึงได้กำหนดให้มีทีมงานในการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ โดยมีองค์ประกอบและอำนาจหน้าที่ ดังนี้

คณะผู้บริหารหน่วยงาน

๑. นายนรุทธิ์ อุทธา	สภรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	ประธานคณะผู้บริหาร
๒. นางสุชนีย์ กลิพันธ์	ผู้อำนวยการกลุ่มจัดตั้งและส่งเสริมสหกรณ์	คณะผู้บริหาร
๓. นางนารี พงษ์อนันต์	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์	คณะผู้บริหาร
๔. นางภาวนา ไตรพิพัฒน์	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการสหกรณ์	คณะผู้บริหาร
๕. นายนิรันดร์ อ่อนนุ่ม	ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจการสหกรณ์	คณะผู้บริหาร
๖. นายจาตุรงค์ แสงทองสุข	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๑	คณะผู้บริหาร
๗. นายประวาน อุปทอง	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๒	คณะผู้บริหาร
๘. นางภัทรานิษฐ์ วุฒิชัยเศรษฐ์	รักษาการผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๓	คณะผู้บริหาร
๙. นายประทีป ชุตินันท์กุล	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๔	คณะผู้บริหาร
๑๐. นายศิลปชัย คำบุตรดา	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๕	คณะผู้บริหาร

๑๑.นายสิทธิชัย ศรีมาฤทธิ	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๖	คณะผู้บริหาร
๑๒.นางสุภาภรณ์ อุปกแก้ว	หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป	เลขานุการคณะผู้บริหาร
๑๓.นายสวาท คำบุตรดา	นักวิชาการสหกรณ์ชำนาญการ	ผู้ช่วยเลขานุการคณะผู้บริหาร

มีหน้าที่ดังนี้

๑. ประชุมเพื่อวางแผนในการจัดการความรู้ของหน่วยงานให้เป็นไปตามกรอบแนวทางที่กรมส่งเสริมสหกรณ์กำหนด
๒. แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการความรู้ของหน่วยงาน
๓. บ่งชี้ความรู้ตามประเด็นยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมสหกรณ์ (ตามแบบฟอร์มที่ ๑.๑)
๔. คัดเลือก “องค์ความรู้ที่จำเป็น” จากข้อ ๒ อย่างน้อย ๒ องค์ความรู้และองค์ความรู้จากผู้ทรงความรู้ ตำแหน่งสหกรณ์จังหวัด อย่างน้อย ๑ องค์ความรู้ รวมทั้งสิ้น ๓ องค์ความรู้ (แบบฟอร์มที่ ๑.๒)

คณะกรรมการพัฒนาการจัดการความรู้

๑. นายนรุทธิ์ อุทธา	สหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	เป็น CKO
๒. นางสุชนีย์ กสิพันธ์	ผู้อำนวยการกลุ่มจัดตั้งและส่งเสริมสหกรณ์	หัวหน้า KM Team
๓. นางนารี พงษ์อนันต์	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์	KM Team
๔. นางภาวณา ไตรพิพัฒน์	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการสหกรณ์	KM Team
๕. นายนิรันดร์ อ่อนนุ่ม	ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจการสหกรณ์	KM Team
๖. นายจาตุรนต์ แสงทองสุข	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๑	KM Team
๗. นายประวาน อุปทอง	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๒	KM Team
๘. นางภัทรานิชษฐ์ วุฒิชัยเศรษฐ์	รักษาการผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๓	KM Team
๙. นายประทีป ชูตินันท์กุล	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๔	KM Team
๑๐.นายศิลาชัย คำบุตรดา	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๕	KM Team
๑๑.นายสิทธิชัย ศรีมาฤทธิ	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ ๖	KM Team
๑๒. ข้าราชการในกลุ่มงานและกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ทุกคน		KM Team
๑๓. พนักงานราชการในกลุ่มงานและกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ทุกคน		KM Team
๑๒.นางสุภาภรณ์ อุปกแก้ว	หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป	เลขานุการ KM Team
๑๓.นายสวาท คำบุตรดา	นักวิชาการสหกรณ์ชำนาญการ	ผู้ช่วยเลขานุการ KM Team
๑๔.นางสาวพิกุลวัลย์ นครชัย	นักวิชาการสหกรณ์ปฏิบัติการ	ผู้ช่วยเลขานุการ KM Team
๑๕.นางสาวสุวินชา แสนกล้า	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน	ผู้ช่วยเลขานุการ KM Team

มีหน้าที่ดังนี้

๑. ดำเนินการจัดทำแผนการจัดการความรู้ของหน่วยงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ และควบคุมการปฏิบัติตามแผนการจัดการความรู้ของหน่วยงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ (แบบฟอร์มที่ ๒)
๒. เสนอแผนการจัดการความรู้แก่ CKO เพื่อพิจารณาอนุมัติ
๓. ดำเนินการตามแผนการจัดการความรู้ของหน่วยงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ และปฏิบัติตามแผนการจัดการความรู้ของหน่วยงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๕๙ (แบบฟอร์มที่ ๒) อย่างเคร่งครัด
๔. จัดประชุมเพื่อดำเนินการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของหน่วยงาน ผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๐
๕. จัดเก็บความรู้ (Storage) โดยรวบรวม จัดเก็บ องค์กรความรู้ ที่ได้นำเข้า Digital file องค์กรความรู้ของหน่วยงาน อย่างน้อย ๓ องค์กรความรู้
๖. ดำเนินการปรับปรุงพัฒนาค้นคลังความรู้ของหน่วยงาน โดยการสำรวจความรู้ของหน่วยงานนำมารวบรวม จัดเก็บ พัฒนาการจัดหมวดหมู่ความรู้ให้เป็นระบบ เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าและแลกเปลี่ยนเรียนรู้
๗. รายงานผลการดำเนินงานและความคืบหน้าต่อ CKO และนำเข้าสู่ระบบรวบรวม จัดเก็บ องค์กรความรู้ เผยแพร่ลงเว็บไซต์ของสำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานีและรายงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ภายในกำหนดเวลา

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๙

(นายอรุณี อุทธา)

สหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี

แผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan)							
ชื่อส่วนราชการ : สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี							หน้าที่ : ๑/๒
ประเด็นยุทธศาสตร์ : เร่งรัด ยกระดับคุณภาพ และขยายการให้บริการแก่สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร และประชาชนทั่วไป							
องค์ความรู้ที่จำเป็น : เทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์							
ลำดับ	กิจกรรมการจัดการความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (ผลผลิต)	สถานที่	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
๑	จัดทำคำสั่งแต่งตั้งทีมงานจัดการความรู้	ภายในเดือน มิถุนายน ๒๕๕๙	คำสั่งแต่งตั้งทีมงานจัดการความรู้ (KM) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๙	๑ คำสั่ง	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	เลขานุการ KM Team	คำสั่งสำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี ที่/๒๕๕๙ ลงวันที่ มิถุนายน ๒๕๕๙
๒	การระบุแหล่งความรู้ (Identify) การรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจ -คู่มือการส่งเสริมสหกรณ์ - เอกสารความรู้ที่ได้รับจากกรมฯ - อินเทอร์เน็ต	ภายในเดือน มิถุนายน ๒๕๕๙	จำนวนองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ	๑ องค์ความรู้	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	เลขานุการ KM Team	รวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์ จากคู่มือ เอกสาร และเว็บไซต์
๓	ประชุม KM Team เพื่อพิจารณาการจัดทำแผนการจัดการความรู้	ภายในเดือนกรกฎาคม ๒๕๕๙	จำนวนครั้งในการจัดประชุม	๑ ครั้ง	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	หัวหน้า KM Team	ประชุมหัวหน้าทีม KM Team วันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๕๙
๔	เสนอแผนการจัดการความรู้แก่ CKO เพื่อพิจารณาอนุมัติ	ภายในเดือนสิงหาคม ๒๕๕๙	แผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙	๑ แผน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	หัวหน้า KM Team	อนุมัติแผนการจัดการความรู้ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙ วันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๕๙
๕	จัดการประชุม เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสหกรณ์	ภายในเดือนสิงหาคม ๒๕๕๙	ร้อยละของผู้เข้าประชุมมีความรู้ความเข้าใจ	ร้อยละ ๘๐	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี	KM Team	ประชุม เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร แก่ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการ วันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๙

แผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan)							
ชื่อส่วนราชการ : สำนักงานสภรณจังหวัดอุบลราชธานี							หน้าที : ๒/๒
ประเด็นยุทธศาสตร์ : เร่งรัด ยกระดับคุณภาพ และขยายการให้บริการแก่สภรณ กลุ่มเกษตรกร และประชาชนทั่วไป							
องค์ความรู้ที่จำเป็น : เทคนิคการส่งเสริมการเพิ่มปริมาณธุรกิจในสภรณ							
ลำดับ	กิจกรรมการจัดการความรู้	ระยะเวลา	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (ผลผลิต)	สถานที่	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
๖	การนำเข้าสู่ระบบ รวบรวม จัดเก็บ องค์ความรู้ เผยแพร่ลงเว็บไซต์สำนักงานสภรณจังหวัดอุบลราชธานี	ภายในเดือน สิงหาคม ๒๕๕๙	ระยะเวลาในการเผยแพร่	ภายใน ๓๐ สิงหาคม ๒๕๕๙	สำนักงาน สภรณ จังหวัด อุบลราชธานี	KM Team	จัดเก็บ องค์ความรู้ เผยแพร่ลงเว็บไซต์ สำนักงานสภรณจังหวัดอุบลราชธานี วันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๙
๗	การรายงานผลการ ดำเนินกิจกรรม	ภายในเดือน สิงหาคม ๒๕๕๙	ระยะเวลา การรายงาน ผล	ภายใน ๓๐ สิงหาคม ๒๕๕๙	สำนักงาน สภรณ จังหวัด อุบลราชธานี	เลขานุการ KM Team	รายงานผลการดำเนินกิจกรรม วันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๙

บรรณานุกรม

๑. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. ข้อมูล ความรู้ และทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการความรู้. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://library.psu.ac.th/libraryblog/?p=๒๓๓> เมื่อวันที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๕๙
๒. วิקיพีเดีย สารานุกรม. การจัดการความรู้. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki/> เมื่อวันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๙
๓. วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุตรดิตถ์. ความรู้เบื้องต้นในการเพิ่มผลผลิต. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.uttvc.ac.th/uttvc/wbi๒๕๕๓/productivity๑.html> เมื่อวันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๙
๔. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. การวิเคราะห์ SWOT. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.stou.ac.th/> เมื่อวันที่ ๒๔ สิงหาคม ๒๕๕๙