

บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยคนในชุมชนโดยอาศัยภูมิปัญญาในการคิดสร้างสรรค์เพื่อการนำมาใช้สอยในครัวเรือนและเมื่อผลิตเหลือก็จะมีจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชนต่อไป ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีมากมายหลายประเภททั้งเครื่องจักสาน สิ่งทอ และอาหาร ต่อมาเมื่อมีการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้นทำให้เกิดการบริหารจัดการและการออกแบบสร้างสรรค์และการจัดการอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ่านชื่อผลิตภัณฑ์ โลโก้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ลวดลาย สี สัน บรรจุภัณฑ์และการสร้างประสบการณ์เชิงคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ แต่เนื่องจากการบริหารจัดการในชุมชนเองในบางครั้งยังไม่เป็นผล ส่งผลทำให้ต้องมีการนำวัตถุดิบมาจากภายนอกทำให้ต้นทุนการผลิตสูงทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดปัญหาจนไม่สามารถไปต่อได้ ซึ่งการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นจำเป็นต้องสร้างระบบการบริหารจัดการและการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มเป้าหมายที่สามารถสัมผัสได้ (ดำรง พิณกุล, 2558 : 39) ผ่านการออกแบบ หรือ Design ไม่เฉพาะความสวยงามของผลิตภัณฑ์เท่านั้น หากแต่การออกแบบต้องตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้เต็มศักยภาพทั้งประโยชน์ใช้สอย ความลงตัวจากการผสมผสานความงามทางศิลปะ เทคโนโลยี และกระบวนการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและวิถีแห่งความปรารถนาของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการพัฒนาบุคลากรในการผลิตนั้นจำเป็นต้องพัฒนาไปพร้อมกันและต้องอาศัยดีไซน์เป็นตัวนำผ่านการสร้างวัฒนธรรมของคนให้เข้าใจการทำงาน นั่นคือการทำงานเข้าใจและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความปรารถนาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และต้องมีการใช้วิถีชีวิต ศิลปะ และวัฒนธรรมผ่านการสังเกตหรือมีการสอบถามลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมาสู่การออกแบบ พร้อมกับการสร้างกระบวนการคิดแบบบูรณาการและร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกเพื่อการสร้างเครือข่ายการพัฒนาไปด้วย (ภิกขุ อุดร, 2551 : 9-19)

ดังนั้นการศึกษาวิจัยและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านกระบวนการวิจัยในลักษณะของการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา พร้อมกับร่วมกันสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ผ่านรูปทรง โครงสร้างของสี ลวดลาย เทคนิควิธีการทอ บรรจุภัณฑ์ และชื่อแบรนด์จึงมีความสำคัญที่จะช่วยสร้างรายได้และเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ดังผลการวิจัยของเบญจลักษณ์ เมืองมีศรี และคณะ (2009 : 21-38) ที่พบว่า การพัฒนากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้การบริหารจัดการให้กับผลิตภัณฑ์ กับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตมีแนวคิดสำหรับการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนี้จากผลการวิจัยของ ชุติมันต์ สะสอง และ บุญทวรรณ วิงวอน (2559 : บทคัดย่อ) ยังพบว่า แนวทางการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม นั้น สมาชิกกลุ่มต้องมีความคิดสร้างสรรค์ทั้งการบริหารจัดการและการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผนวกกับนวัตกรรมร่วมกันในการสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ตลอดถึงใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดีอยู่ดีในคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน โดยที่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องมีเงื่อนไข ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิต นำภูมิปัญญามาสร้างจุดเด่นเฉพาะให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

(2) สมาชิกต้องระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่นให้สอดคล้องกันอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบใคร และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

(3) สร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในชุมชน สังคม มีการวางแผนการดำเนินงานการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการที่คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

(4) เข้าร่วมกิจกรรม การฝึกอบรมผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าด้านพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตามที่กล่าวมาข้างต้นผลิตภัณฑ์ชุมชนก็เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนตัวชุมชนเองให้เกิดรายได้และสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ชุมชนนั้นๆ อีกทั้งในจังหวัดเลยมีหลายชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านกระบวนการพัฒนามาบ้างแล้ว แต่ยังไม่ดีพอ บ้างก็ยังขาดวัตถุดิบ บ้างยังขาดการบริหารจัดการ ในที่นี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาพื้นที่บ้านท่าสวรรค์ เพื่อให้ตรงตามเป้าหมายหลักของโครงการวิจัยและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นกินดีอยู่ดีอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2561 กำหนดโดยพื้นที่ดังกล่าวมีผลิตภัณฑ์หลายประเภทโดยผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่และศึกษาบริบทชุมชนจนเห็นว่าชุมชนดังกล่าวมีผลิตภัณฑ์สามารถนำมาบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมได้

เมื่อปี พ.ศ.2495 บ้านท่าสวรรค์ได้แยกออกมาจากบ้านนาดินดำ อ.เมือง จ.เลย โดยมี นายงาม ศรีบูรินทร์ และพักพวกรวม 10 คน ได้อพยพเข้ามาอยู่เพื่ออาศัยที่ดินทำกิน และได้แต่งตั้งให้ นายงาม ศรีบูรินทร์ เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก เดิมบ้านท่าสวรรค์ ชื่อบ้านน้ำสวยใหม่ เหตุที่ชื่อ “ท่าสวรรค์” ก็เพราะว่าบริเวณที่อาศัยอยู่มีลำน้ำสวยไหลผ่าน น้ำใสสะอาด มีหาดทรายสวยงาม หนุ่มสาวจะลงเล่นน้ำกันทุกวัน ผู้คนผ่านไปมาเห็นหนุ่มสาวลงเล่นน้ำมองดูคล้าย นางฟ้าหรือเทวดาลงมาเล่น ผู้คนจึงพากันขนานนามกัน

ว่า “ท่าสวรรคค์” และได้เปลี่ยนชื่อหมู่บ้านจาก “น้ำสวยใหม่” เป็น ”บ้านท่าสวรรคค์” ในปี 2497(ข้อมูลเมืองเลย, 2560 : 1)

สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตภาคอีสานรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของบ้านท่าสวรรคค์ถือว่ามี การนำเอาเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานหลายชนิด จากข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรคค์ในระหว่างการศึกษาวิจัย พบข้อมูลพื้นฐานดังนี้ หมู่1 บ้านท่าสวรรคค์ , หมู่2 บ้านโนนสวาท , หมู่3 บ้านเทพมงคล , หมู่4 บ้านโนนศิลา , หมู่5 บ้านงามวงศ์วาน มีสมาชิกในชุมชนประกอบด้วย 625 หลังคาเรือน มีประชากรจำนวน2,721คน ผู้สูงอายุจำนวน 308 คนเด็กแรกเกิดถึง 6 ปี จำนวน144 คน ผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคเรื้อรังจำนวน137คนสตรีตั้งครรภ์จำนวน 15 คนผู้สูงอายุที่ช่วยตนเองไม่ได้จำนวน2คนสตรีอายุ 35 ปีขึ้นไปจำนวน518คน และผู้พิการจำนวน 43 คนประชากรในชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพอาชีพหลัก ทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงโคนม และมีอาชีพเสริม ได้แก่ การทอผ้าพื้นเมืองและการเลี้ยงสุกร (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย ตำบลท่าสวรรคค์, 2558: 1) โดยผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายราชวัตร ทอด้วยความประณีต สวยงาม เนื้อผ้าดี มีให้เลือกมากมายหลากหลายสีและยังจัดให้เป็นสินค้าโอท็อป (OTOP) อีกด้วย

เป้าหมายขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรคค์ มีนโยบายการพัฒนาเพื่อสนับสนุนระบบการผลิตภาครัฐเศรษฐกิจมีคุณภาพและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม บรรเทาผลกระทบจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่อกลุ่มเสี่ยง ยกกระดับความสามารถการแข่งขันทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นและเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนให้มีความมั่นคง ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาข้อที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความมั่นคงและมีความสามารถทางการแข่งขัน ในการพัฒนาด้านการเกษตร เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางด้านการเกษตรเศรษฐกิจ ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งเสริมด้านการตลาดของทุกกลุ่มอาชีพ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมาแต่ยังไม่มีความต่อเนื่องในการดำเนินการ ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญา มีจำนวนสมาชิก 59 คนเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2539 โดยกลุ่มแม่บ้านจำนวน 4 - 5 คน ใช้เวลาว่างจากการทำไร่ทำนา ต่อมาได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการสนับสนุนให้มีกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต, กลุ่มผู้ทำสวนยาง, กลุ่มผ้าทอ และกลุ่มเลี้ยงโคนม โดยการรวมกลุ่มกันแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน และมีการประชุมกลุ่มกันเป็นประจำ (ไทยตำบลดอทคอม, 2560)

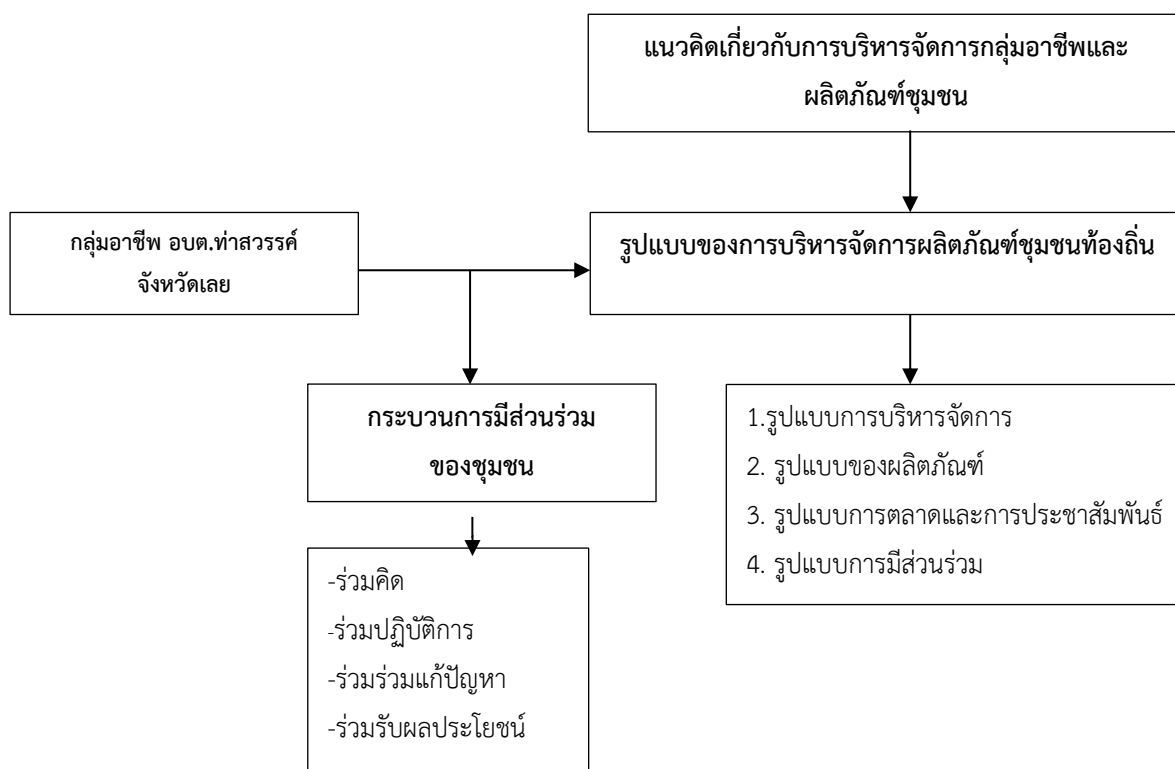
หลังจากมีการพัฒนาและส่งเสริมเรื่องของการจัดการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไปแล้ว และยังพบว่าการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ยังไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ขาดระบบการจัดการทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจรวมถึงการจัดการด้านการตลาด มีความต้องการที่จะพัฒนาระบบการบริหารจัดการและผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น เพื่อการสร้างเศรษฐกิจและรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการพัฒนาระบบการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นจะต้องเริ่มจากกลุ่มผู้ผลิตที่พยายามร่วมคิด ร่วมทำและร่วมกันแก้ปัญหา แต่เนื่องด้วยเป็นการ

คิดที่อยู่บนฐานคิดของกลุ่มผู้ผลิตเองก็ทำให้การผลิตผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการกลุ่มและการบริหารจัดการอัตรลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ยังไม่ชัดเจน เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการการบริหารจัดการที่ไม่สอดคล้องกับรูปแบบการบริหารจัดการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่อำนาจการซื้อของผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้นการค้นหาโจทย์การวิจัยผ่านการประชุมกลุ่มจึงทำให้ได้ประเด็นของการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอกรอบแนวคิดเรื่องรูปแบบการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของเทศบาลตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาด่าง จังหวัดเลย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดโครงการวิจัยรูปแบบการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของเทศบาลตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาด่าง จังหวัดเลย

ทีมา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาบริบทของการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาด่าง จังหวัดเลย

1.2 เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาด่าง จังหวัดเลย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนด้วยกระบวนการการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชนจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพคน พื้นที่ วิถีชีวิตและอาชีพของคนในชุมชนภายใต้พื้นที่การปกครองขององค์การปกครองนั้นๆ อย่างยั่งยืน โดยมีการกำหนดขอบเขตดังนี้

1.3.1 เนื้อหาของบทเรียน

การศึกษากระบวนการจัดการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

1.3.2 ประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ร่วมกระบวนการสร้างรูปแบบประกอบด้วยผู้นำชุมชนท้องถิ่น ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบล ตัวแทนเทศบาล กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน สมาชิกผู้ประกอบการชุมชน พัฒนาชุมชน

1.4 สมมุติฐาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนด้วยกระบวนการการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชนจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพคน พื้นที่ วิถีชีวิตและอาชีพของคนในชุมชนภายใต้พื้นที่การปกครองขององค์การปกครองนั้นๆ อย่างยั่งยืน

1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น

รูปแบบการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ของเทศบาลตำบลท่าสวรรค์เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นกินดีอยู่ดีอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2561 ตามแผนงานวิจัยกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพคน พื้นที่ วิถีชีวิตและอาชีพของคนในชุมชนภายใต้พื้นที่การปกครองขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยโครงการวิจัยฉบับนี้จะใช้ในบริบทพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาด่าง จังหวัดเลย เท่านั้น

1.6 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม (participation) คือ เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความ ต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกัน จะต้องมีการเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นของการที่มีคนมารวมกันได้ควรจะต้องมีการตระหนักว่า

ปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มหรือในนามกลุ่มนั้นกระทำผ่านองค์การ (organization) ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้ (ยุพาพร รูปงาม, 2545: 5)

เงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 3 ประการ คือ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552: 16)

- 1) การมีอิสรภาพในการเข้าร่วม หมายถึง การเข้าร่วมต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ
- 2) ความเสมอภาคในการเข้าร่วมกิจกรรม หมายถึง ทุกคนที่เข้าร่วมต้องมีสิทธิเท่าเทียมกัน
- 3) ผู้เข้าร่วมต้องมีความสามารถพอที่จะเข้าร่วมกิจกรรม หมายถึง มีความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ แต่หากกิจกรรมที่กำหนดไว้มีความซับซ้อนเกินความสามารถของกลุ่มเป้าหมาย ก็จะต้องมีการพัฒนาศักยภาพให้พวกเขาสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้

ความหมายของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยคนในชุมชนโดยอาศัยภูมิปัญญาในการคิดสร้างสรรค์เพื่อนำมาใช้สอยในครัวเรือนและเมื่อผลิตเหลือก็จะมีจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชนต่อไปผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีมากมายหลายประเภททั้งเครื่องจักสาน สิ่งทอ และอาหาร สำหรับการบริหารจัดการและการออกแบบสร้างสรรค์และการจัดการอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ่านชื่อผลิตภัณฑ์ โลโก้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ลวดลาย สี สัน บรรจุภัณฑ์และการสร้างประสบการณ์เชิงคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม่เช่นนั้น ส่งผลให้ต้องมีการซื้อวัตถุดิบจากนายทุนและวัสดุอื่นๆ เข้ามาจำหน่ายในราคาที่สูง ซึ่งการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นจำเป็นต้องสร้างระบบการบริหารจัดการและการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่สามารถสัมผัสได้ (ดำรง พิณกุล, 2558 : 39)

1.7 ระเบียบวิธีวิจัย

1.7.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1.7.1.1 การศึกษาเอกสาร
- 1.7.1.2 การสนทนากลุ่ม
- 1.7.1.3 การประชุม
- 1.7.1.4 การวิเคราะห์SWOT
- 1.7.1.5 แบบสัมภาษณ์
- 1.7.1.6 แบบบันทึกข้อมูลการสังเกต
- 1.7.1.7 การปฏิบัติการ (รูปแบบการพัฒนาชุมชนอาชีพและผลิตภัณฑ์/ แผนที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว/ การวางแผนการตลาดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฯลฯ)

1.7.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการประสานงานกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นนักวิจัยในชุมชน และกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการวิจัย

1.7.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดระเบียบข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติพื้นฐานเชิงการบรรยาย

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 ได้บริบทพื้นที่และแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.8.2 ได้รูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งรูปแบบ การสื่อสาร การตลาดและการประชาสัมพันธ์

1.8.3 คณะผู้วิจัยมีการนำเสนอมุมมองการศึกษาค้นคว้าและการวิจัยผ่านการนำเสนอด้วยการเขียนบทความวิจัยและบทความวิชาการตามประเด็นที่มีการค้นพบในชุมชน

1.9 งบประมาณที่ใช้ในการวิจัย

รายละเอียดค่าใช้จ่าย	งบประมาณ
1. ค่าตอบแทนวิทยากร (การพัฒนาผลิตภัณฑ์)	๕,๐๐๐.-
2. หมวดค่าใช้สอย (พาหนะเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร)	๑๐,๐๐๐.-
3. หมวดค่าวัสดุ	๑๕,๐๐๐.-
รวม	๓๐,๐๐๐.-

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.1.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม (participation) คือ เป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของการต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกัน จะต้องมีความจนเกิด ความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นแรก ของการที่มีคนมารวมกันได้ ควรจะต้องมีการตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มหรือในนามกลุ่มนั้นกระทำผ่านองค์การ (organization) ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงได้ (ยุพาพร รูปงาม, 2545: 5)

2.1.2 เงื่อนไขของการมีส่วนร่วม

เงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชน มี 3 ประการ คือ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552: 16)

- 1) การมีอิสรภาพในการเข้าร่วม หมายถึง การเข้าร่วมต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ
- 2) ความเสมอภาคในการเข้าร่วมกิจกรรม หมายถึง ทุกคนที่เข้าร่วมต้องมีสิทธิเท่าเทียมกัน
- 3) ผู้เข้าร่วมต้องมีความสามารถพอที่จะเข้าร่วมกิจกรรม หมายถึง มีความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ แต่หากกิจกรรมที่กำหนดไว้มีความซับซ้อนเกินความสามารถของกลุ่มเป้าหมาย ก็จะต้องมีการพัฒนาศักยภาพให้พวกเขาสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้

2.1.3 รูปแบบของการมีส่วนร่วม

รูปแบบของการมีส่วนร่วมการที่ประชาชนภายในพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มในรูปของประชาคมหรือชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนับสนุนความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหาซึ่งการแก้ไขปัญหาที่จำเป็นต้องมีความร่วมมือทำพร้อมๆ กันในทุกระดับ ต้องระดมทุกองค์ประกอบในสังคมโดยเฉพาะชุมชนเพื่อเสริมสร้างความเป็นชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตนเองรูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

- 1) การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะ

จะเกิดขึ้น ทั้งนี้การได้รับแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนินโครงการ

2) การปรึกษาหารือ (Public Consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการจัดการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรมมากขึ้น

3) การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และผู้มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการหรือกิจกรรมนั้นได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่นั้น ซึ่งมีหลายรูปแบบ ได้แก่

3.1) การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) โดยจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วม เพื่ออธิบายให้ที่ประชุมทราบถึงลักษณะโครงการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อซักถาม

3.2) การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) สำหรับโครงการที่มีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นจะต้องเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกมาช่วยอธิบายและให้ความเห็นต่อโครงการ ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

3.3) การประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผยไม่มีการปิดบังทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากโครงการซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ยอมรับ มีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจน และแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน

3.4) การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการตัดสินใจได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการที่เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่

2.1.4 แนวทางการมีส่วนร่วม

แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (นำชัย ทนุผล, 2529:118- 119) คือ

1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการระบุปัญหาและสาเหตุของปัญหา ขั้นตอนเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดเพราะถ้าประชาชนไม่มีบทบาทในการระบุปัญหาและความต้องการของเขาแล้วโครงการต่างๆที่ออกมาก็จะไร้ประโยชน์เพราะโครงการที่วางออกมาก็ได้ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชนอีกทั้งประชาชนจะมองไม่เห็นความสำคัญของกิจกรรมและการดำเนินกิจกรรมก็จะไม่ประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการระบุปัญหาวิเคราะห์ปัญหาด้วยตนเองโครงการที่วางไว้ก็จะสามารถดำเนินไปสู่

จุดมุ่งหมายได้ง่ายเพราะประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นเจ้าของโครงการซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาพวกเขาเอง

2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรมเมื่อประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมเข้ามามีบทบาทในการระบุปัญหาแล้วขั้นต่อไป คือการร่วมกันวางแผนโครงการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของพวกเขาด้วยตัวเอง แต่อย่างไรก็ตาม นักพัฒนาหรือผู้มีความรู้ในการวางแผนควรมีส่วนเข้าไปร่วมในการวางแผนด้วย เพื่อคอยให้คำแนะนำประชาชนในการวางแผนกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหา แต่ไม่ใช่ว่านักพัฒนาเหล่านี้จะไปเป็นผู้วางแผนกำหนดแนวทางแก้ปัญหาเพราะผลเสียที่ติดตามมาก็คือประชาชนจะไม่สามารถดำเนินการช่วยเหลือตัวเองได้ในโอกาสต่อ ๆ ไปการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแรงร่วมใจในการตัดสินใจหาแนวทางแก้ปัญหาและแนวทางดำเนินกิจกรรมนี้จะมีผลทำให้พวกเขาเหล่านี้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) กิจกรรมนั้นและจะนำมาซึ่งความร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมที่วางไว้

3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงานเมื่อประชาชน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมแล้วผลที่ตามมาคือการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่วางไว้ นอกจากนั้นแล้ว นักพัฒนาควรกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนในรูปแบบของทรัพยากรธรรมชาติที่ประชาชนในชุมชนที่อยู่ตามกำลังความสามารถของประชาชนแทนที่จะใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยจากภายนอกของชุมชนเสีย ทั้งหมดการดำเนินกิจกรรมร่วมกันนั้นจะเป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนรู้จักการทำงานร่วมกัน

4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล การมีส่วนร่วมของประชาชน ในขั้นนี้จะทำให้ประชาชนมีการประเมินว่าผลงานที่ตัวเองดำเนินไปนั้นได้รับผลดีหรือได้รับผลประโยชน์มากน้อยเพียงไรและอุปสรรคต่างๆ ที่ได้รับจากการดำเนินการนั้นการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลนี้จะทำให้ประชาชนรู้แจ้งเห็นจริงว่ากิจกรรมที่พวกเขาทำไปนั้นดีหรือไม่ดีอย่างไรซึ่งพวกเขาจะนำไปใช้วางแผนแนวทางแก้ไขในโอกาสต่อ ๆ ไปได้

2.1.5 ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

ลักษณะที่สำคัญของการมีส่วนร่วมว่าเป็นเรื่องของกระบวนการ มี 4 ขั้นตอนหลักดังนี้ (จินตวิโรฒมศุข, 2559 ; 1)

1) มีส่วนร่วมในการคิด ศึกษา และค้นคว้าหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา ตลอดจนความต้องการของชุมชน

2) มีส่วนร่วมในการวางนโยบายหรือแผนงานโครงการหรือกิจกรรมเพื่อลดและแก้ไขปัญหา

3) มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย

4) มีส่วนร่วมในการควบคุม ติดตาม และประเมินผลการทำงาน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.2.1 ลักษณะสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนถือว่ามีลักษณะที่สำคัญคือ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545 : ก)

1) คำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลต่อความต้องการในอนาคต

2) คำนึงถึงความเป็นองค์รวมคือมองว่าจะกระทำการใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งอื่นๆ

3) คำนึงถึงเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ว่าควรเป็นไปในทางสร้างสรรค์และเอื้อประโยชน์อย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นขบวนการสร้างความเที่ยงธรรมความมีประสิทธิภาพและโครงสร้างที่มีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งด้านต่างๆให้กับชุมชนและภูมิภาคโดยรอบ (ปกรณ์เทพ พิธี, 2549 : 16-17)

1) ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สนองต่อความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบันโดยไม่กระทบกระเทือนความสามารถของคนรุ่นต่อไปในการที่จะสนองต่อความต้องการของเขาเอง (พระธรรมปิฎก, 2539 : 25)

การพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่ตรงกับความต้องการตามความจำเป็นในปัจจุบันโดยสามารถรองรับความต้องการหรือความจำเป็นที่จะเกิดแก่ชนรุ่นหลังๆ ด้วยทั้งนี้ มาตรฐานการครองชีพที่เลยขีดความจำเป็นขั้นพื้นฐานต่ำสุดจะยั่งยืนต่อเมื่อมาตรฐานการบริโภคในทุกหนทุกแห่งคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว (Long-term sustainability) รวมถึงครอบคลุมมาตรการการรักษามรดกทางทรัพยากรที่จะตกกับคนรุ่นหลังโดยอย่างน้อยให้มากๆพอกับชนรุ่นปัจจุบันที่ได้รับมาและเป็นการพัฒนาที่กระจายประโยชน์ของความก้าวหน้าเศรษฐกิจได้อย่างทั่วถึงตลอดจนเป็นการพัฒนาที่ปกป้องสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่นและในระดับโลกโดยรวมเพื่อชนรุ่นหลังและเป็นการพัฒนาที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นอย่างแท้จริง (เกื้อ วงศ์บุญสิน, 2538 : 71-72)

การพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ใช้ต่อไปได้ ในระยะยาวและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่

รวมทั้งความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างผู้เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย (ไพฑูริย์ พงศบุตร, 2544 : 21)

2) แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นคำที่รู้จักกันดีและใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบันนี้ แต่น้อยนักที่เข้าใจความหมายอย่างแท้จริง รัฐบาลนานาชาติและหน่วยงานพัฒนาระดับนานาชาติต่างยังคงมุ่งเน้นการประเมิน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของโครงการพัฒนาต่างๆ แทนที่จะมามองกรอบยุทธวิธีการพัฒนาอันจะนำมาซึ่งระบบเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนนับเป็นการท้าทายอย่างยิ่งที่จะก้าวไปให้ได้ไกลแต่ปัญหาที่ว่าปัญหาด้านเศรษฐศาสตร์และสิ่งแวดล้อมเป็นคนละเรื่องหรือประเด็นเพราะว่าความเป็นจริงปัญหาสิ่งแวดล้อมก็เชื่อมโยงกับปัญหาอื่นๆ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นที่จะต้องปฏิรูปด้านแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์และสังคมเสียใหม่เพื่อให้เป็นแนวทางที่เอื้อต่อการพัฒนาที่คำนึงการอยู่ดีกินดีของมนุษย์ควบคู่กับการดำรงอยู่ของสภาพแวดล้อมที่สมดุลหรือเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนนั่นเอง การพัฒนาที่ยั่งยืน (Mille Tyler, 2543) มีแนวคิดดังนี้

- 2.1) พื้นฐานแนวคิดทางนิเวศวิทยาและระบบนิเวศ
- 2.2) ขอบเขตและความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน
- 2.3) แนวคิดที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

3) ปัจจัยเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ปัจจัยเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยดังนี้(พระภิกษกรรม ปิฎก, 2539 : 65)

3.1) เป็นการพัฒนาคนเป็นแกนกลางของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นแก้ปัญหาความยาก จนการพัฒนาต้องสามารถตอบสนองในปัจจุบันขั้นพื้นฐานได้อย่างพอเพียงทั้งด้าน การศึกษา สุขภาพอนามัยที่อยู่อาศัยและฐานะความเป็นอยู่ที่ดีรวมทั้งมาตรการนโยบายประชากรที่เหมาะสม

3.2) ธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ด้วยการพิทักษ์รักษาบำรุง ช่วยสภาพธรรมชาติและใช้ทรัพยากร อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพแต่การพัฒนาจะสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยการพัฒนา จริยธรรมทั้งในระดับบุคคลและระดับชาติ (จริยธรรมที่แท้ต้องสามารถทำให้มนุษย์มีความสุขจึงจะเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน) การพัฒนาด้านการศึกษานับว่าเป็นองค์ประกอบแรก ที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาด้านอื่นๆ ต่อไปอย่างน้อยทำให้คนรู้เท่าทันปัญหาที่เกิดขึ้นและที่สำคัญต้องมีการประนีประนอม คือ ยอมลดละความต้องการของตนเองเพื่อให้แต่ละฝ่ายได้ประโยชน์บ้างหลักการเหล่านี้เองจะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

4) ลักษณะของการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาแบบยั่งยืนอาจอยู่บนฐานแนวคิดของหลักการที่ว่า “ความยุติธรรมระหว่างสองรุ่น”(Integration Equity) ครอบคลุม 2 ลักษณะดังนี้

4.1) เน้นเรื่องการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบมีขีดจำกัดโดยมุ่งเน้นวิธีของประชาชนที่มีเศรษฐกิจพอเพียง สามารถอยู่ได้ท่ามกลางกระแสวิกฤติหรือเศรษฐกิจที่ปั่นป่วนโดยวิธีการแรก คือ “เน้นหลักความพอดี” และการตอบสนองต่อความจำเป็นพื้นฐานเท่าที่จำเป็น

4.2) เน้นเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือทรัพยากรธรรมชาติเพราะว่าธรรมชาติไม่ได้ มีไว้เพื่อให้นำไปใช้อย่างฟุ่มเฟือยและล้างผลาญ วิธีของการรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรหรือการใช้สอยให้คุ้มค่าและได้ใช้น้อยลง อย่างไรก็ตามประเด็นนี้กำลังเป็นที่น่าสนใจของมวลหมู่ธรรมชาติเพราะว่าความสัมพันธ์กับประชากรการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การเพิ่มประชากรและความทางเทคโนโลยีขาดความสมดุลอย่างไรก็ตามวิธีการพัฒนา แบบยั่งยืนควรจะสามารถทำได้อย่างน้อยสามด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านนิเวศวิทยา

5) หลักการพัฒนาแบบยั่งยืน

หลักการพัฒนาแบบยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลใน 3 มิติ ดังนี้

5.1) มิติการพัฒนาด้านสังคม หมายถึง การพัฒนาคนและสังคมให้เชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลโดยพัฒนาคนไทยให้มีผลิตภาพสูง ขึ้นปรับตัวรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงมีสำนึกและวิถีชีวิตที่เกื้อกูลต่อธรรมชาติ มีสิทธิและโอกาสที่จะได้รับการจัดสรรและผลประโยชน์ด้านการพัฒนาและคุ้มครองอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมและพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคง มีระบบการจัดการทางสังคมที่สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายรวมทั้งมีทุนทาง สังคมที่อยู่หลากหลายมาใช้อย่างเหมาะสมเพื่อสร้างสังคมไทยให้เป็นสังคมที่มีคุณภาพมีการเรียนรู้ตลอดชีวิตและมีความ สมานฉันท์เอื้ออาทร

5.2) มิติการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพอย่างต่อเนื่องในระยะยาวและเป็นการขยายตัวทาง เศรษฐกิจที่มีคุณภาพ การพัฒนาทางเศรษฐกิจจะต้องเป็นไปอย่างสมดุลและเอื้อต่อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั้น จะต้องนำมาจากกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีสะอาด ลดปริมาณของเสีย ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมไม่สร้างมลพิษที่จะกลายมาเป็นต้นทุนทางการผลิตในระยะต่อไปรวมทั้งเป็นข้อจำกัดของการเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

5.3) มิติการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในขอบเขตที่คงไว้ ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพและสามารถพลิกฟื้นให้กลับสู่สภาพใกล้เคียงกับสภาพเดิมให้มากที่สุด เพื่อให้คนรุ่นหลังได้มีโอกาสและมีปัจจัยในการดำรงชีพ ซึ่งจะต้อง

ปรับเปลี่ยนทัศนคติในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติมุ่งการจัดการให้เกิด สมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างเกื้อกูลรวมถึงการชะลอการใช้และ นำเทคโนโลยีสะอาดมาใช้ให้มากที่สุด

6) เป้าประสงค์ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนในการพัฒนาเพื่อมุ่งไปสู่ความยั่งยืนนั้นอาจมีการกำหนดเป้าประสงค์ของการพัฒนา 4 ประการดังนี้ (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดปทุมธานี)

6.1) คุณภาพ สังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นสังคมฐานความรู้ มีการพัฒนาศักยภาพและการศึกษาได้ด้วยตนเอง มีการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตามศักยภาพการผลิตในประเทศ โดยเน้นความได้เปรียบเชิงแข่งขันควบคู่กับผลิตภาพ (Productivity) เพิ่มผลผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดมลพิษในเชิงป้องกัน

6.2) เสถียรภาพ และการปรับตัว: เศรษฐกิจเกิดการขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพทั้งระดับภายในและภายนอกประเทศ มีการสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจและสังคมจากปัจจัยสนับสนุนภายใน โดยคำนึงขีดจำกัดและความสามารถในการรองรับของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการพัฒนาและการบริหารจัดการเศรษฐกิจระดับฐานรากอย่างครบวงจร โดยมีสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย มีการธำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อันเป็นมรดกดีงามของชาติ

6.3) การกระจายการพัฒนาอย่างเป็นธรรม: ประชากรมีสร้างความเท่าเทียมทั้งด้านเพศอาชีพรายได้ การศึกษา ความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีพ และบริการพื้นฐานทางสังคม มีโอกาสในการเข้าถึงตลาดและการจัดสรรฐานทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมโดย คำนึงถึงความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันและสงวนรักษาทรัพยากรให้คนรุ่นอนาคต

6.4) การมีระบบบริหารจัดการที่ประชากรทุกภาคส่วนของสังคม มีโอกาสและสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร กระบวนการตัดสินใจ และนโยบายสาธารณะแก่ประชาชน โดยผ่านการบริหารจัดการ การส่งเสริมและกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและการสร้างความร่วมมือแบบบูรณาการของสถาบันการเมือง สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและการเปลี่ยนแปลง

แนวโน้มที่กำลังเกิดขึ้นในโลกยุคใหม่อันมีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และระบบสารสนเทศที่เข้ามาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องเกี่ยวกับ Innovation ที่แต่เดิมนั้นการคิดค้นอะไรใหม่นั้นอยู่ในกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนที่เข้ามาเป็นผู้กำหนดก็เปลี่ยนเป็นการคิดค้นร่วมกันของคนทุกคน ทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง เช่น Online Encyclopedia ที่มีชื่อว่า Wikipedia ที่ถือว่าเป็น Encyclopedia ที่ใคร ๆ ก็สามารถเข้ามาเขียนและแก้ไขเมื่อใดก็ได้ (จตุภูมิ

สุทธิสาร, 2550: 180) เพื่อให้วิพาทานกับคนอื่นๆ การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเป้าหมายที่เป็นปัจจัยต่อการออกแบบของนักออกแบบมีดังนี้(ธีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2546:135-178)

2.3.1 สาเหตุทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographics)

1) เกิดการอพยพของชนชนบทเข้าเมืองใหญ่มากขึ้น ซึ่งการอพยพทำให้คนชนบทรับรู้นวัตกรรมใหม่ และจะถ่ายทอดกลับไปให้คนในหมู่บ้านหรือคนในครอบครัวในชนบท เมื่อกลับไปเยี่ยมบ้าน ซึ่งถือว่าเป็นจุดทำให้เกิดการแพร่กระจาย ขยายพันธุ์ของผลิตภัณฑ์ ส่งผลทำให้ชาวบ้านในชนบทมีพฤติกรรมการใช้สินค้าเช่นกับคนในเมือง

2) เกิดความมั่งคั่งขึ้นในสังคม ซึ่งความมั่งคั่งก็คือเรื่องเทคโนโลยีทั้งหลายที่เข้ามาในสังคม ผลิตภัณฑ์ต่างๆเกิดการพัฒนา ทุกอย่างมีความมั่งคั่ง มีความทันสมัยเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เช่นกางเกงชั้นในชายที่เดิมเป็นรูปทรงธรรมดา ปัจจุบันอาจมีชิปอยู่ด้านหน้า เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคว่าเมื่อใส่แล้วเกิดความรู้สึกสบายขึ้น หรือผลิตภัณฑ์โลชั่นที่มีการออกแบบเป็นชนิดหัวบีบ

3) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีการศึกษาที่ดีขึ้น จึงมีกระบวนการตัดสินใจที่ซับซ้อนยุ่งยากมากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคจะมีการซื้อแต่ละครั้งจะพิจารณาในหลายประเด็นประกอบกัน เพื่อให้ตนเองได้รับผลตอบแทนสูงสุด

4) อัตราการเติบโตของประชากรที่ทำงานนอกบ้านมีมากขึ้น ทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับภาพพจน์ของตนเองมากขึ้น ทั้งจากเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง น้ำหอม หรือแม้แต่โทรศัพท์มือถือ ที่ต่างก็เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อกลุ่มเป้าหมาย

5) ครอบครัวเริ่มมีขนาดเล็กลง โดยมักนิยมมีลูกเพียง 2 คน ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อตลาด (Market Size) ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ก็ต้องทำใจว่าขนาดของตลาดจะเล็กลงเรื่อยๆ นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าบ้านจะยังไม่ขยาย ยังคงอยู่กับพ่อแม่ไม่แยกอยู่ต่างหาก บ้านก็ไม่ต้องซื้อ ดังนั้นตลาดอสังหาริมทรัพย์ เฟอร์นิเจอร์ก็เริ่มหดตัวส่งผลทำให้รัฐต้องมีการกระตุ้นการตลาดด้วยการปล่อยสินเชื่อซื้อบ้านดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

6) ผู้บริโภคนิยมรับประทานข้าวนอกบ้านมากขึ้น พฤติกรรมแม่บ้านเปลี่ยนจากทำอาหารเองในบ้านมาเป็นการซื้ออาหารสำเร็จรูปมาจากข้างนอก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหรืออาหารพร้อมปรุง ตลอดจนการนิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน

7) ผู้หญิงทำงานนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งแต่เดิมจะมีหน้าที่เป็นเพียงแม่บ้านดูแลครอบครัวเท่านั้น ต่างกับผู้หญิงปัจจุบันที่ทำงานนอกบ้าน อันทำให้ต้องมีการดูแลตนเองเป็นเหตุให้ขนาดของตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ รถยนต์ เครื่องสำอางต่างขยายตัวตาม

8) การติดต่อกับโลกภายนอกมากขึ้น ส่งผลทำให้ เกิดการเลียนแบบโดยเฉพาะโลกาภิวัตน์ที่มีข้อมูลข่าวสารที่มากมายและเกิดการลอกเลียนแบบทางวัฒนธรรม รวมทั้งเรื่องอื่นๆ เช่น การ

เลียนแบบวัฒนธรรมการแต่งกายแบบญี่ปุ่น เกาหลี ยุโรป อเมริกา ที่อาจเรียกว่าเป็น Culture Shock สำหรับคนยุคเก่า

9) ประชากรอาวุโสจะมีมากขึ้น จึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการสาธารณสุขมีความเจริญก้าวหน้า ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่จะขายกับคนตลาดนี้จะขยายตัว เช่น นมเสริมแคลเซียม อาหารชีวจิต อาหารเสริม เครื่องดื่มบำรุงร่างกาย

2.3.2 สาเหตุด้านจิตวิทยา (Psychographics)

1) ลูกค้ายมีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะผลทางด้านจิตวิทยาและเป็นวัตถุนิยม ซึ่งต่อไปผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าที่เป็นแบรนด์ดังๆ เพราะหวังผลด้านภาพพจน์ ดังเช่นการออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าก็จะมีชื่อแบรนด์ติดที่หน้าอก หากเป็นกางเกงชั้นในชื่อก็จะอยู่ที่ขอบ

2) ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของสุขภาพมากขึ้น ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เน้นจุดขายที่สุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องปรับอากาศที่มีเครื่องฟอกอากาศในตัว น้ำดื่มสมุนไพร น้ำผลไม้ที่มีการรณรงค์ให้ดื่มแทนน้ำอัดลม

3) คนแต่งงานช้าลงและคนมีแนวโน้มที่จะไม่แต่งงานมีเพิ่มขึ้นด้วยเพราะสังคมเปลี่ยน คนให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพชีวิตและความหลากหลายเพิ่มขึ้น

4) ทุกคนมุ่งมองหาความบันเทิง ดังนั้นทุกสิ่งทุกอย่างจะแฝงไว้ด้วยความบันเทิง โฆษณาจะเป็นตลกขบขันมากขึ้น การสอนหนังสือต้องมีการปรับเป็น Edutainment ที่ให้ทั้งความรู้และสาระบันเทิง

5) คุณค่าสำคัญกว่าราคา ผู้บริโภคยุคนี้จะไม่สนใจราคา หากว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีแม้ว่าจะราคาสูงกว่าก็ยินดีที่จะซื้อ เพราะคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา

6) ผู้บริโภคมองหาความทันสมัยหรือความล้ำยุค นั่นก็หมายความว่าต่อไปจะเป็นตลาดของเทคโนโลยี เช่น การนัดเพื่อนด้วยโทรศัพท์มือถือ

7) การให้ความสำคัญกับการประหยัดเวลาเพิ่มขึ้น ซึ่งก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ดีและถูกต้อง เช่น ช่องจ่ายเงินในซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีช่องด่วนสำหรับผู้ซื้อสินค้า 3-5 ชิ้น เพื่อให้ผู้บริโภคประหยัดเวลา หรือการโทรศัพท์สั่งอาหารด่วนให้มาส่งที่บ้าน แทนที่จะออกไปรับประทานข้างนอกบ้าน

2.4 การจัดการผลิตภัณฑ์

2.4.1 การกำหนดตำแหน่งและการเสนอคุณค่าผลิตภัณฑ์

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ถือว่ามีความสำคัญเพราะเป็นการช่วยสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจให้อยู่ในใจของผู้บริโภค ถือว่าเป็นแนวคิดทางการตลาดที่สำคัญหนึ่งของการประกอบธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันมีธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้นมามากมาย แต่การดำเนินการยังมีความแตกต่างกันน้อยมาก

การกำหนดตำแหน่งของธุรกิจที่แตกต่างจากคู่แข่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีการจดจำธุรกิจมากขึ้น สำหรับการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจนั้น จะใช้แนวทางการดำเนินการเช่นเดียวกับการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดมีการกำหนดเป็นทฤษฎีขึ้นมา โดยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) หมายถึง การกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในสายตาผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ในการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีความคาบเกี่ยวกับเรื่องของการสร้างประสบการณ์ด้านคุณค่าให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผ่านการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “การเสนอคุณค่า” Alexander Osterwalder & Yves Pigneur กล่าวว่า “การเสนอคุณค่าคือเหตุผลที่ลูกค้าเลือกบริษัทหนึ่งแทนที่จะเลือกอีกบริษัทหนึ่ง ซึ่งสามารถที่จะช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าหรือการช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้า” ซึ่งการเสนอคุณค่าแต่ละประเภทนั้นจะประกอบด้วยชุดของสินค้าหรือบริการที่ถูกเลือกสรรมาแล้ว ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มหนึ่ง กล่าวได้ว่าการเสนอคุณค่านี้เป็นกลุ่มก้อนของผลประโยชน์ที่บริษัทเสนอให้แก่ลูกค้า ซึ่งการเสนอคุณค่าให้กับลูกค้านั้นจะมีการผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป้าหมายโดยที่คุณค่าอาจมีลักษณะเชิงปริมาณเช่น ราคาและความรวดเร็วในการให้บริการ หรือเชิงคุณภาพเช่น การออกแบบและประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับ มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ความแปลกใหม่ที่มักเป็นสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น การออกแบบโทรศัพท์มือถือที่สามารถสื่อสารได้แบบไร้สาย
- 2) ประสิทธิภาพเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของสินค้าและบริการถือว่าเป็นวิธีการที่มีมาตลอด เช่น อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์อาศัยปัจจัยนี้ด้วยการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูงออกสู่ตลาด
- 3) การตอบสนองต่อความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า ด้วยการปรับแต่งสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้ารายบุคคลหรือรายกลุ่มลูกค้านั้น
- 4) การทำงานให้ลุล่วงด้วยการช่วยให้ลูกค้าสำเร็จลุล่วงด้วยการบริหารจัดการ
- 5) การออกแบบเป็นองค์ประกอบสำคัญแต่สามารถตรวจวัดได้ยาก สินค้าตัวหนึ่งอาจมีความโดดเด่นขึ้นมาได้ด้วยการออกแบบที่ยอดเยี่ยม อย่างไรก็ตามในอุตสาหกรรมแฟชั่นและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในครัวเรือนนั้นการออกแบบถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งต่อการเสนอคุณค่า

6) แบนด์/ สถานะจากการใช้และแสดงแบนด์ของลูกค้า เช่น การสวมนาฬิกาโรเล็กซ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าและความมั่งคั่งซึ่งเป็นอีกด้านหนึ่งของการบริการ

7) ราคา

8) การลดต้นทุนถือว่าเป็นวิธีการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้มาก

9) การลดความเสี่ยงจากการที่ลูกค้าต้องพบเจอเมื่อซื้อสินค้าและบริการเช่นการมีการรับประกัน 1 ปี

10) การเข้าถึงคือการทำให้ลูกค้าสามารถใช้สินค้าและบริการที่ก่อนหน้านี้พวกเขาไม่สามารถที่จะเข้าถึงได้ อาจเป็นผลพวงมาจากรูปแบบของธุรกิจใหม่ เทคโนโลยี หรือทั้งสองอย่างผสมผสานกัน

11) ความสะดวกและการใช้งานง่าย ด้วยการทำให้สิ่งต่างๆมีความสะดวกมากขึ้นหรือใช้งานได้ง่ายขึ้นก็จะสามารถสร้างคุณค่าได้มาก

อาจกล่าวได้ว่าการเสนอขายคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นอาจต้องอาศัยแนวคิดและปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากมายทั้งปัจจัยทางการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค รสนิยม และความงามเชิงสุนทรียศาสตร์ในการออกแบบผลงานออกมา

2.4.2. การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อการค้าขายในเชิงเศรษฐกิจนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะผ่านตราสัญลักษณ์หรือแบนด์ ซึ่งในความเป็นแบนด์นั้นจะมีองค์ประกอบหลายอย่างประกอบเข้าด้วยกันทั้งเรื่องของชื่อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ร้านค้า พนักงานขาย สถานที่ตั้งและบรรยากาศ สำหรับการสร้างแบนด์เป็นการสร้าง “คุณค่า” ให้เกิดขึ้นในสายตาและความรู้สึกของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ดังนั้นนอกออกแบบจึงต้องมีการสร้างแบนด์ให้มีคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นหรือที่เรียกว่า Brand Equity ให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับแบนด์นั้นมีความสุข และเกิดความพึงพอใจในคุณค่าของ Brand ซึ่งถือว่าเป็นลงทุนที่ให้ความสำคัญที่ให้ความคุ้มค่าในระยะยาว ซึ่ง Brand จะติดตลาดที่ชื่นชอบของผู้บริโภคได้นั้นก็ต้องมีทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555:15-20)

1) ความหมายของแบนด์

แบนด์ (Brand) นั้นอาจเป็นคำที่รวมความถึงสิ่งที่มีมองเห็นด้วยตาสามารถจับต้องได้ จากรูปลักษณ์ภายนอกของแบนด์ เช่น ชื่อ สี สัญลักษณ์ หรือโลโก้ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้

แต่รู้สึกได้ เช่น ตำนานและเรื่องเล่าของกำเนิดไก่ทอด KFC รูปแบบและวิธีการไหว้ของพนักงานการบินไทย รูปแบบเหล่านี้คือองค์ประกอบที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าสินค้าและผลิตภัณฑ์นั้นมีความแตกต่างและมีความเหนือกว่าคู่แข่ง

ในองค์ประกอบของแบรนด์นั้นโลโก้ถือว่าเป็นศูนย์กลางเนื้อหาของแบรนด์ไว้ทั้งหมด เพราะโลโก้นั้นมักถูกออกแบบด้วยสีประจำของแบรนด์ มีสถานะเป็นสัญลักษณ์ของแบรนด์สะท้อนตัวตนของแบรนด์ ที่มักจะมีการนำมาช่วยตอกย้ำ บอกเล่าอดีต ปัจจุบันและอนาคตของแบรนด์เสมอ

เมื่อกกล่าวถึงความหมายของคำว่า แรนด์คอตเลอร์ กล่าวว่า แรนด์คือชื่อ คำ ตราสัญลักษณ์ หรือรูปแบบหรือสิ่งของเหล่านั้นรวมๆกันเพื่อแสดงว่าสินค้าหรือบริการนั้นเป็นของใครและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร

2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ต้องมีการสร้างแบรนด์

หน่วยงานหรือสถานประกอบการที่มีสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ บางครั้งอาจไม่สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้มีตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้อง 3 ประการคือ(จิรพรธรณ อัญญาโพธิ์ และคณะ, ม.ป.ป.: 13.-15)

2.1) คู่แข่งและเทคโนโลยี ในอดีตที่ผ่านมา นั้น เมื่อสถานประกอบการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา ก็มักจะไม่กังวลเรื่องของคู่แข่งมากนัก เพราะเจ้าของมีสูตรลับที่คู่แข่งไม่มีวันรู้ ลูกค้านั้นเป็นผู้บริโภคจึงไม่มีทางเลือกอื่น ๆ สำหรับในปัจจุบันนั้นผู้ซื้อสามารถที่จะซื้อน้ำหอมกลิ่นเหมือน ChanelNo.5 ได้ตามร้านค้าแผงลอยทั่วไปได้ เช่นเดียวกับโทรศัพท์มือถือหากต้องการรูปลักษณะที่เหมือน iPhone แต่มีราคาต่ำกว่ามาก ก็สามารถเลือกซื้อที่ตลาดโรงเกลือหรือเสินเจิ้น

2.2) ช่องทางการจำหน่าย ที่ในปัจจุบันการค้าขายมีช่องทางในการจำหน่าย ขยายตัวอย่างไร้ขีดจำกัด ซึ่งก็ครอบคลุมโลกออนไลน์ด้วย และผลิตภัณฑ์รวมถึงสินค้าก็มีการออนไลน์ทันทีที่มีสินค้าขยายเข้าสู่ตลาด ซึ่งหลายครั้งจะเห็นว่าส่งผลทำให้สินค้าที่มีแบรนด์นั้นเป็นที่รู้จักและสามารถทำการตลาดได้ง่ายกว่าสินค้าที่ไม่มีแบรนด์ เพราะผู้บริโภคจะเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าที่มีคุณภาพจากภาพลักษณ์ของแบรนด์

2.3) ผู้บริโภค ที่ถูกเร้าและกระตุ้นด้วยกิจกรรมทางการตลาด จนขาดความจงรักภักดีกับสินค้าและแบรนด์ เช่น เคยซื้อสินค้านี้อยู่แล้วเป็นประจำ ถ้ามีสินค้าคู่แข่งมาทำกิจกรรม

การส่งเสริมการขายแบบซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง ลูกค้ายี่เคยจงรักภักดีก็จะเปลี่ยนใจไปซื้อของที่มีการแถมมากกว่า

อย่างไรก็ตามการดำเนินการธุรกิจที่ดีนั้นอาจไม่ใช่แค่เพียงการคิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตใหม่ๆที่ดีกว่าคู่แข่ง หรือการทำกิจกรรมการตลาดอย่างการลดราคาเพื่อการบอกว่าของเราถูกกว่า คู่แข่งกว่า หรือเพียงการนำเสนอเรื่องของการบริการที่เป็นเลิศตามแนวคิดที่ว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” เท่านั้นแต่ผู้ประกอบการจะต้องมีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง การสร้างและดูแลแบรนด์ให้มีชีวิตเป็นที่เชื่อมั่น เกิดความรักและความศรัทธาของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ก็จะช่วยสร้างความผูกพันเชิงอารมณ์ระหว่างผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ได้

3) แนวโน้มใหม่ของการตลาดศิลปะและการออกแบบ

พราสเชสโก โมราเซ จากศูนย์วิจัย Future Concept Lab ซึ่งถือว่าเป็นกูรู (Guru) ที่มีชื่อเสียงด้านการออกแบบของโลกได้จัดการบรรยายในหัวข้อ “Consumption and Behavior: Design and Fashion” และได้สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการบริโภคของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำการตลาด เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแนวโน้มการบริโภคของการตลาดศิลปะและการออกแบบได้สำหรับแนวโน้มใหม่ของการตลาดที่ช่วยแยกย่อยตามพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า ของผู้บริโภคมีรายละเอียดดังนี้ (Marketing Jobs, 2009:1)

3.1) การบริโภคเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับสังคม (Convivial Shared Consumption) มีลักษณะของการแบ่งปันประสบการณ์ด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการด้วยเหตุผลที่ว่า “ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และเกิดการยอมรับของสังคม” ซึ่งนักการตลาดจะต้องออกแบบสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ช่วยให้ผู้บริโภคเป้าหมายสามารถปรับสมดุลระหว่างการเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการเข้าสังคมและสะท้อนความเป็นตัวของตัวเองให้ได้เป็นอย่างดี

3.2) การบริโภคจากความแตกต่างของประเภทสินค้าจากกระบวนการผลิต (Archie Typical Consumption) จากสภาพของพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการจะเข้าใจถึงความเป็นมาเป็นไปของสินค้าซึ่งจุดเด่นของการซื้อจำเป็นต้องสื่อให้เห็นถึงกระบวนการผลิต ซึ่งแต่ละท้องที่นั้นจะมีความแตกต่างกันไปในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมรวมถึงความเป็นอยู่ด้วยสถานประกอบการจะต้องเลือกใช้ “ความแตกต่าง” มาเป็นจุดขายและเลือกมาเป็นแนวคิดสำคัญในกรณีที่ต้องการทำสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้เป็นแบรนด์ระดับโลกและยังสามารถเข้าถึงระดับท้องถิ่นด้วย

3.3) การบริโภคเพื่อได้รับสิ่งที่ดีกว่าหรืออยู่ในสภาพการที่ปลอดภัยผ่านสินค้า (Transitive Consumption) เป็นการซื้อสินค้าจากเหตุผลที่ต้องการทดแทนสิ่งที่ขาดไป

ถึงแม้ว่าสินค้าที่ซื้อเป็นสินค้าธรรมดาก็ตาม อย่างเช่น การซื้อตุ๊กตา “คิตตี้” หรือ “เทคตีแบลร์” เพื่อติดกระเป๋ ฯลฯ

3.4) การบริโภคแบบย้อนรำลึกความสุขครั้งอดีต (Consumption of the Vital Memory) ซึ่งถือว่าเป็นแนวโน้มใหม่ในการทำการตลาดที่ดึงเอาความทรงจำในอดีตมาผสมผสานกับความเป็นปัจจุบัน (Contemporary) โดยให้ประวัติความเป็นมาของสินค้าเป็นสิ่งที่สร้างความมั่นใจและความรักดีเป็นจุดขายตัวอย่างเช่น ความสำเร็จของ รถเต่า ของโพล์คสวาเกน ฯลฯ

3.5) การบริโภคตามช่วงเวลา (Consumption for Occasion) ในปัจจุบันการมองตลาดจากไลฟ์สไตล์จะไม่เพียงพอต่อการทำตลาดเพราะลูกค้ามีความพิถีพิถันมากขึ้น การมองจากไลฟ์สไตล์เป็นการมองในภาพกว้างเกินไปจะต้องแยกย่อยไปตามวาระและโอกาสของการใช้สินค้าเพื่อสร้าง “พฤติกรรมใหม่-สร้างแนวโน้มใหม่” ตัวอย่างความสำเร็จคือ บล็อกบลาสเตอร์ที่ไม่ได้มองเพียงว่าเป็นร้านเช่า ซีดี วิดีโอแต่มองว่าโอกาสของลูกค้ากับกิจกรรมอื่น ๆ อาทิเช่น การรับประทานอาหาร ดังนั้นหากมีกิจกรรมนี้เสริมก็จะเป็นตัวสร้างโอกาสและเทรนด์ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นด้วย

3.6) การบริโภคจากความต้องการสบายและมีสุขภาพดีทั้งทางร่างกาย ที่อยู่อาศัย บรรยากาศ ช่วงเวลา (Decontrol Active Consumption) ซึ่งเป็นแนวโน้มที่สำคัญที่ทำให้สปปาได้รับความนิยมในปัจจุบัน

แนวโน้มทั้ง 6 แนวทางดังกล่าวจะเป็นพื้นฐานและส่วนผสมทางการตลาดที่แต่ละองค์กรสามารถนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง “จุดขาย” และ “แนวโน้มใหม่” ได้นอกจากนี้กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ 4P นั้นล้าสมัยไปแล้ว จึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับ 4P ตัวใหม่คือ คน (People) สถานที่ (Place) การวางแผน (Plan) และโครงการด้านการตลาดใหม่ ๆ (Project) เพื่อให้มีความสำคัญกับการ “คิดใหม่ทำใหม่” มากขึ้น

2.5 แนวคิดด้านการตลาด

2.5.1 ความหมายของการตลาด

การตลาด (Marketing) คือ วิธีการที่องค์กรใช้ดำเนินการเพื่อให้การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่ได้ใช้ไปเพื่อการผลิตและการดำเนินงานให้สามารถผลิตสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ลักษณะงานด้านการตลาดต้องมีเงื่อนไขที่ว่า (ธงชัย สันติวงษ์, 2536: 1) (1) ต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction) (เอ็ดวิน อี บ็อบโรว์, 2544 : 129) เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์และให้การสนับสนุนองค์การธุรกิจต่อไป (2) ต้องสามารถทำกำไรจากกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่มได้ (Customer Profitability) เพราะสามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ลูกค้าก็ยินดีและเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับสินค้าและบริการ(3)

ต้องสามารถทำกำไรทางการตลาด (Marketing Profitability) จากการขายสินค้าและบริการชนะคู่แข่งได้เพราะมีกิจกรรมการตลาดที่เหนือกว่าทั้งกระบวนการและต้นทุนที่น้อยกว่า

2.5.2 ลักษณะของการตลาด

มีลักษณะดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538: 191)

1) กิจกรรมทั้งหมดที่สร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกและก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่มุ่งสนองความต้องการของมนุษย์ให้เกิดความพึงพอใจ

2) กิจกรรมทั้งหมดของธุรกิจที่กำหนดขึ้นเพื่อที่จะวางแผน กำหนดราคา ส่งเสริมการตลาดและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บริการและความคิดไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

3) กระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and Managerial Process) ซึ่งบุคคลแต่ละกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น

4) ทุกกิจกรรมของบุคคลและองค์กรที่ใช้เพื่อการค้นหา (Identifying) และตอบสนองตามความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (Satisfy Consumer needs and Wants)

5) กระบวนการวางแผน (Planning) และกระบวนการบริหารความคิด การตั้งราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่ายสินค้า บริการและความคิดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและสนองความพึงพอใจของบุคคล

2.5.3 เป้าหมายของการตลาด

การตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหารซึ่งแต่ละบุคคลหรือบุคคลจะได้รับสิ่งที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นจากการสร้างสรรค์ (Creating) การเสนอขาย (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchanging) (เสรี วงษ์มณฑา, 2546: 17) ภายใต้งานที่ของการตลาดที่มี 2 ด้านคือ การแสวงหาความต้องการและการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการจัดหาทรัพยากรมาทำการผลิตสินค้าและบริการ จากนั้นจึงนำไปโฆษณาและส่งเสริมการขายให้ทราบ มีการจัดซื้อแลกเปลี่ยนกันและจบลงที่ผู้บริโภคนำสินค้าไปใช้ อย่างไรก็ตามการตลาดที่มีประสิทธิภาพย่อมก่อให้เกิดการเจริญเติบโตและการขายตัวทางธุรกิจได้อย่างกว้างขวางสำหรับเป้าหมายของการตลาดในวงการธุรกิจมีดังนี้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2536: 5-6)

1) มุ่งให้ผู้บริโภคมีโอกาสจัดหาการบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด

- 2) มุ่งให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจจากการบริโภคมากที่สุด
- 3) มุ่งให้ผู้บริโภคมีโอกาสและมีทางเลือกมากที่สุด
- 4) มุ่งให้ผู้บริโภคมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการกินดีอยู่ดี โดยการได้รับสินค้าและบริการ ที่ดี มีคุณภาพ ราคา สามารถรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมไว้ได้เป็นอย่างดี

2.5.4 ขอบเขตของการตลาด

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และการส่งเสริม การส่งมอบสินค้าหรือบริการให้ผู้บริโภคและองค์กรธุรกิจ โดยมีนักการตลาดทำหน้าที่กระตุ้นความต้องการผู้บริโภคให้มีการซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทและรับผิดชอบต่อการจัดอุปสงค์เหล่านั้นนี้ พร้อมกับสำรวจระดับอุปสงค์ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผนเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ (เอ็ดวิน อี บ็อบโรว์, 2544 : 16) จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (เพ็ญศิริ โชติพันธ์, 2549: 3-4)

- 1) สินค้า (Goods) เป็นผลผลิตและความพยายามทางการตลาดสินค้าหลากหลายประเภทและลักษณะ เช่น สินค้าอุปโภคและบริโภค
- 2) การบริการ (Service) ครอบคลุมถึงธุรกิจสายการบิน โรงแรม ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจเสริมความงาม ธุรกิจดูแลทรัพย์สินและสัตว์เลี้ยง ธุรกิจเกี่ยวกับการใช้มืออาชีพเฉพาะ เช่น ทนายความ วิศวกร แพทย์
- 3) ประสบการณ์ (Experience) คือการนำเสนอสินค้าและบริการที่จะช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยการจัดเตรียมสินค้าและบริการที่เป็นพิเศษ เช่น การเยี่ยมชมที่ Walt Disney การได้ปีนเขา Mount Everest
- 4) เหตุการณ์ (Events) ที่อิงอยู่กับเวลาของการทำงานกรรมการตลาด เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก การเฉลิมฉลองครบรอบของบริษัท การจัดแสดงสินค้าในเทศกาลกีฬาและศิลปะ
- 5) บุคคล (Person) คือ ผู้บริโภคที่เข้าร่วมกิจกรรมการตลาด
- 6) สถานที่ (Places) ที่เข้ามาเป็นตัวแทนขององค์กรในการจัดการสินค้าและผลิตภัณฑ์ของบริษัท
- 7) ทรัพย์สิน (Property) ที่เกิดจากการระดมเงินทุนหรือการระดมความคิดในการสร้างองค์กรขึ้นมาทรัพย์สินอาจเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ตึกอาคาร ที่ดินและเงิน

8)องค์กร (Organization)ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ โดยมีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ในแต่ละองค์กรจะมีการกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อหวังผลกำไร โดยทุกฝ่ายจะให้ความร่วมมือในการทำงานอย่างเป็นเครือข่ายและระบบ

9)ข้อมูลข่าวสาร (Information)เพื่อสร้างเป็นฐานข้อมูลการประชาสัมพันธ์บริษัท ห้างร้าน

10)แนวความคิด (Ideas) ที่เสนอขายจากบริษัทผู้ผลิตสู่ตลาด โดยมีแนวคิดหลัก (Basic Idea) เป็นแกนกลางของความคิดนั้นที่สำคัญคือมีประโยชน์ต่อสังคมและธุรกิจ

บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย

การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยกลุ่มอาชีพผลิตพรมเช็ดเท้า องค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดูน จังหวัดเลย มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาบริบทของการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน และเพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดูน จังหวัดเลย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 การกำหนดกลุ่มประชากรและการเลือกกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

3.1.1 การกำหนดกลุ่มประชากรในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Area) โดยผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มผลิตพรมเช็ดเท้า ตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดูน จังหวัดเลย ซึ่งเป็นชุมชนที่ยังรวมตัวทำผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว นอกจากนี้ยังมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบใหม่และสามารถใช้งานได้หลากหลายมากขึ้นรวมถึงสามารถจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อีกด้วย

3.1.2 การเลือกกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย คือ ผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ 10 คน ผู้แทนจากชุมชน/หัวหน้ากลุ่มและสมาชิกกลุ่มอาชีพ 10 คน ที่ได้มาจากการที่ผู้วิจัยเข้าสู่ชุมชนเพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในขั้นตอนการเตรียมคนในการดำเนินงาน

3.2 ขั้นตอนการวิจัย

3.2.1 ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

3.2.1.1 วิธีการดำเนินงานภาคสนาม

1) การคัดเลือกชุมชนผู้วิจัยลงได้พื้นที่เพื่อสำรวจกลุ่มอาชีพที่สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดูนจังหวัดเลย 4 กลุ่ม คือ กลุ่มจักสาน กลุ่มเลี้ยงวัวนม กลุ่มทอผ้าราชวัตร และกลุ่มพรมเช็ดเท้า เพื่อสอบถามความต้องการและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานวิจัยให้สมาชิกในชุมชนได้ทราบและเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นและปัญหาในกระบวนการที่เป็นปัญหาต่อกลุ่มของตนเอง เพื่อการนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างรูปแบบการวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อชุมชนด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยขั้น

ตอนนี้ผู้วิจัยทำหน้าที่สำรวจและศึกษาข้อมูลของชุมชนในด้านลักษณะทางกายภาพด้วยการสอบถามพูดคุยกับสมาชิกในชุมชนแบบไม่เป็นทางการและการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานราชการ คือ องค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค

2) การสร้างสัมพันธ์ภาพกับชุมชน การศึกษาชุมชนเริ่มด้วยผู้วิจัยนำตนเองเข้าสู่พื้นที่เพื่อแนะนำตัวกับชุมชนร่วมกับประสานกับทางองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรคโดยบอกถึงความต้องการที่จะขอความร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยการพูดคุยเบื้องต้น และได้ติดต่อทำหนังสือขอความร่วมมือทางราชการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อให้ นักวิจัยในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนโดยให้ความเชื่อมั่นกับชุมชนว่าบุคคลในชุมชนแห่งนี้มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาได้จากนั้นจึงได้เปิดโอกาสให้ชุมชนแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชุมชนจนเกิดการยอมรับและไว้วางใจ

3) การเตรียมคนในการดำเนินงานผู้วิจัยทำการติดต่อกับบุคคลในชุมชนเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการร่วมวิจัย ดังนี้

- (1) ประชาชนชุมชน
- (2) หัวหน้ากลุ่มอาชีพ
- (3) ผู้นำชุมชน
- (4) นักวิจัยเชิงพื้นที่

โดยบุคคลเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในพื้นที่ เช่น การจัดประชุมย่อย การประชุมระดมสมอง จนได้สมาชิกกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมดำเนินโครงการขึ้น

3.2.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ขั้นตอนที่ 1

ผู้วิจัยได้ใช้แบบบันทึกการสังเกตเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการกำหนดประเด็นในการสังเกต ดังนี้

1) การคัดเลือกชุมชน ประเด็นในการสังเกต คือ กลุ่มอาชีพมีปัญหาในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือมีความต้องการจะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือไม่ โดยศึกษาจากผลิตภัณฑ์เดิม

2) การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับชุมชน ประเด็นในการสังเกต คือ การตอบรับที่ดีจากชุมชนที่มีต่อโครงการวิจัยและทีมงานว่าสามารถเข้าศึกษาดำเนินการได้ดีหรือไม่

3) การเตรียมคนในการดำเนินงาน ประเด็นในการสังเกต คือ ความร่วมมือของนักวิจัยเชิงพื้นที่และแกนนำในการประสานงานกับชุมชนที่ประสานงานร่วมกับนักวิจัยและทีมงาน

3.2.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนที่ 1

1) การคัดเลือกชุมชน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจกลุ่มอาชีพ เพื่อคัดเลือกกลุ่มอาชีพที่มีความพร้อมและเหมาะสมในการทำวิจัยครั้งนี้ การสอบถามและให้ข้อมูลประกอบไปด้วยความต้องการของโครงการวิจัยและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานให้สมาชิกในชุมชนได้ทราบและเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้ซักถามและแสดงความคิดเห็น จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสร้างรูปแบบการวิจัยที่เกิดผลประโยชน์สูงสุดกับชุมชนโดยการใช้วิธีการสังเกตและสอบถามพูดคุยกับสมาชิกในชุมชนแบบไม่เป็นทางการและการสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมจากหน่วยงานราชการเพื่อศึกษาข้อมูลของชุมชนในทุกด้าน ตั้งแต่ลักษณะทางกายภาพ แหล่งทรัพยากรของชุมชน ข้อมูลด้านประชากร วิถีชุมชน อาชีพ เป็นต้น

2) การสร้างสัมพันธภาพกับชุมชน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตเมื่อเข้าพื้นที่และแนะนำตัวกับชุมชนร่วมกับนักวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อสร้างไว้ใจให้กับชุมชนและเปิดโอกาสให้ชุมชนแสดงความคิดเห็น เพื่อให้สมาชิกในชุมชนเกิดการยอมรับและเปิดใจพูดคุยถึงปัญหาต่างๆ

3) การเตรียมคนในการดำเนินงาน ผู้วิจัยติดต่อกับบุคคลสำคัญ เช่น หัวหน้ากลุ่มอาชีพ ผู้อำนวยการโรงเรียน และผู้นำในชุมชนเพื่อขอความอนุเคราะห์ร่วมเป็นแกนนำในการประสานงานกับสมาชิกในชุมชนโดยการจัดประชุมย่อย

3.2.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา เป็นการสรุปข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ขณะปฏิบัติงานภาคสนาม และเสนอผลการศึกษาดังด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ประกอบภาพถ่าย เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นในการคัดเลือกกลุ่มอาชีพที่เหมาะสมและมีปัญหาที่สอดคล้องและสามารถนำมาดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นได้

3.2.2 ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

3.2.2.1 วิธีการดำเนินงาน ขั้นตอนที่ 2

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยภาคสนามร่วมกับนักวิจัยเชิงพื้นที่โดยการดำเนินงานวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ตามขั้นตอน ดังนี้

1) การศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา นั้นผู้วิจัย นักวิจัยพื้นที่ และชุมชนร่วมกันศึกษาวิเคราะห์ถึงปัญหา รวมไปถึงการประเมินศักยภาพในการพัฒนารูปแบบและทรัพยากรในชุมชนด้วยการอภิปรายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชุมชนโดยนำเทคนิค AIC มาใช้ในการระดมความคิดเห็นด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work shop) ในขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนการเรียนรู้ (Appreciation : A) การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ มีการศึกษาทบทวนกลุ่มอาชีพ ความเป็นมา สมาชิก/หน้าที่

โครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ทราบถึงสภาพ ข้อจำกัดและความเป็นไปได้ในการผลิต

2) การศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหา จากผลการดำเนินงานข้อ 1) ศักยภาพของกลุ่มอาชีพด้านการผลิต สถานที่ อุปกรณ์ กำลังคนและการตลาด พร้อมทั้งความต้องการของกลุ่มอาชีพและชุมชนและใช้เทคนิค AIC ขั้นตอนสร้างการพัฒนา (Influence: I) เพื่อนำแนวทางจากการระดมความคิดเห็นมากำหนดวิธีการที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหา อีกทั้งเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นในมุมมองด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) การวางแผนดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา โดยผู้วิจัยร่วมมือกับนักวิจัยเชิงพื้นที่และชุมชนร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ กิจกรรมและขั้นตอนและที่จะนำไปสู่เครื่องมือการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน (Feasibility Study) และใช้เทคนิค AIC นำไปสู่ขั้นตอนการสร้างแนวทางปฏิบัติ (Control: C) โดยนำเอาวิธีการหรือกิจกรรมที่ได้ทำการตกลงจนเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

4) การปฏิบัติตามแผนงาน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจาก ข้อ 1) – 3) มาเข้าแผนปฏิบัติการโดยใช้เทคนิค AIC โดยในขั้นตอนของการนำแผนไปปฏิบัติเพื่อให้ได้ผลงานการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน

5) การติดตามและประเมินผล โดยสมาชิกกลุ่มอาชีพพร้อมชี้แจงเข้าร่วมกับนักวิจัยเชิงพื้นที่ องค์กรบริหารส่วนตำบล และมีการประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ ด้วยการประชุมย่อย เพื่อแสดงความคิดเห็นและแก้ข้อบกพร่องร่วมกัน

6) การสะท้อนกลับ ผู้วิจัยนำผลการติดตามและประเมินผลการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มาอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและปรับปรุงแก้ไขตามลำดับ

3.2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ขั้นตอนที่ 2

1) แบบสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับข้อมูลการผลิต ใช้ในการเก็บรวบรวมในการศึกษาบริบทของชุมชนเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการนำไปใช้ในการดำเนินงานวิจัย

ตอนที่ 1 บริบทของกลุ่มอาชีพ

- (1) ชื่อกลุ่ม
- (2) ที่ตั้งกลุ่ม
- (3) วัตถุประสงค์ของกลุ่ม
- (4) ประธานกลุ่ม
- (5) สมาชิกในกลุ่ม
- (6) กิจกรรมของกลุ่ม
- (7) ประวัติและความเป็นมา การจัดตั้งกลุ่ม
- (8) เงินทุนหมุนเวียน

- (9) หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน
- (10) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของกลุ่ม

ตอนที่ 2 ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์

- (1) กระบวนการผลิต
- (2) การได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้จากที่ใด และใครเป็นผู้ถ่ายทอด
- (3) หน้าที่ของสมาชิก
- (4) เครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการ
- (5) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
- (6) ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่าย และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
- (7) การตลาด
- (8) ปัญหาด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการกลุ่ม

ตอนที่ 3 ความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

- (1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในปัจจุบัน
- (2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมา
- (3) ความต้องการของผู้ใช้สินค้า
- (4) ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนา
- (5) แนวทางการส่งเสริมการตลาดที่คาดว่าจะดำเนินการ
- (6) แนวทางในการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพในอนาคต

2) แบบประเมินผลงานการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าเพื่อใช้ในการประเมินผลงานการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

(1) ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ หลักการตลาด เพื่อกำหนดกรอบการประเมินผลงานการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

(2) กำหนดกรอบการประเมินผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากองค์ประกอบของหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีประเด็นต่างๆ ดังนี้

การประเมินผลงานการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ภาพรวม

คุณค่าของผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

วัสดุและกรรมวิธีการผลิตสามารถผลิตได้จริงและเหมาะสมกับชุมชน

ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและน่าสนใจ

ขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน

ราคาจับต้องได้

3) แบบสังเกตในการวิจัย ใช้ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบรรยากาศการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยใช้การสังเกตโดยมีส่วนร่วมแบบไม่สมบูรณ์ในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย

3.2.2.3 การเก็บรวบรวม ขั้นตอนที่ 2

1) การศึกษาข้อมูลชุมชนด้วยแบบสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ ประชาชน ชุมชน ผู้นำชุมชน กระบวนการผลิต และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) นำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการวิจัยโดยใช้เทคนิค AIC เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาและสร้างแนวทางปฏิบัติรวมไปถึงการวางแผนปฏิบัติงานและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

3) การประเมินผลงาน เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินผลงานพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอาชีพ ตัวแทนชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ

3.2.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาแบบพรรณนาวิเคราะห์ประกอบภาพโดยเป็นการสรุปข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้ขณะปฏิบัติงานภาคสนามและเสนอผลการศึกษาตามขั้นตอนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และใช้ปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม AIC เป็นวิธีการที่สำคัญวิเคราะห์สถานการณ์ด้วย SWOT Analysis และวิเคราะห์องค์ประกอบการผลิต 4M (Man Machine Material Method) โดย

- 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลนำข้อมูลที่ได้จากการ สัมภาษณ์เชิงลึก และสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการ สนทนากลุ่มตัวอย่าง
- 2) การจัดระเบียบข้อมูลเป็นการถอดเทป บันทึกเสียง พิมพ์ข้อความและจัดเป็นหมวดหมู่โดยใช้ค่าความถี่ในการอธิบายเชิงพรรณนา
- 3) การแสดงข้อมูลหลักจากจัดข้อมูลให้เป็น ระเบียบแล้ว แสดงข้อมูลที่ได้จากการ สัมภาษณ์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยแสดงในรูปข้อมูลเชิงพรรณนาที่เป็นข้อมูลในกลุ่มเดียวกัน
- 4) การหาข้อสรุปและนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและนำผลของข้อมูลมาตรวจสอบหาความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผลข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยวิธีการและแหล่งข้อมูลที่หลากหลายที่ได้กล่าวมาข้างต้น นำมาวิเคราะห์ผลแล้วทำให้ได้ข้อสรุปตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา ดังนี้ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษา ข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ขั้นตอนที่ 2 ผลการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ

4.1 การศึกษาบริบทของการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน

4.1.1 ข้อมูลทั่วไป

ปี พ.ศ.2495 บ้านท่าสวรรค์ได้แยกออกมาจากบ้านนาดินดำ อ.เมือง จ.เลย โดยมี นายงาม ศรีบุรินทร์ และพักพวกรวม 10 คน ได้อพยพเข้ามาอยู่เพื่ออาศัยที่ดินทำกิน และได้แต่งตั้งให้นายงาม ศรีบุรินทร์ เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก เดิมบ้านท่าสวรรค์ ชื่อบ้านน้ำสวยใหม่ เหตุที่ชื่อ “ท่าสวรรค์” ก็เพราะว่าบริเวณที่อาศัยอยู่มีลำน้ำสวยไหลผ่าน น้ำใสสะอาด มีหาดทรายสวยงาม หนุ่มสาวจะลงเล่นน้ำกันทุกวัน ผู้คนผ่านไปมาเห็นหนุ่มสาวลงเล่นน้ำมองดูคล้าย นางฟ้าหรือเทวดาลงมาเล่น ผู้คนจึงพากันขนานนามกันว่า “ท่าสวรรค์” และได้เปลี่ยนชื่อหมู่บ้านจาก “น้ำสวยใหม่” เป็น “บ้านท่าสวรรค์” ในปี 2497

ตำบลท่าสวรรค์ เดิมมีชื่อว่าบ้านน้ำสวยใหม่ ก่อตั้งเมื่อประมาณปี พ.ศ.2490 โดยมีการอพยพมาจากบ้านกลาง ตำบลปลาบ่า อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย มาจับจองที่ทำกินและประกอบอาชีพ

เดิมขึ้นกับเขตการปกครองของตำบลน้ำสวย อำเภอเมือง จังหวัดเลย จนในปี พ.ศ.2497 ได้เปลี่ยนชื่อจากบ้านน้ำสวยใหม่ เป็นบ้านท่าสวรรค์ และต่อมาในปี พ.ศ.2518 ได้ยกฐานะเป็นตำบลท่าสวรรค์ เป็นตำบลที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอนาดัง มีหมู่บ้านจำนวน 5 หมู่บ้านด้วยกัน

ตารางที่ 4.1 จำนวนประชากรใน ตำบลท่าสวรรค์

ประเภทของประชากรที่ประสบปัญหา	จำนวน (คน)
จำนวนผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคเรื้อรัง	137
จำนวนผู้สูงอายุที่ช่วยตนเองไม่ได้	2
จำนวนผู้พิการ	43
รวม	490

จากการศึกษาชุมชนพบว่าตำบลท่าสวรรค์มี 625 หลังคาเรือน มีจำนวนประชากรอยู่ที่ 2,721 คน พบประชากรกลุ่มที่ประสบปัญหา 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคเรื้อรังจำนวน 137 คน 2) ผู้สูงอายุที่ช่วยตนเองไม่ได้จำนวน 2 คน และ 3) ผู้พิการจำนวน 43 คน โดยสมาชิกในกลุ่มที่ 3) บางส่วนจะสามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าให้กับตนเองได้

4.1.2 ข้อมูลกลุ่มอาชีพ

ประชากรในตำบลท่าสวรรค์มีอาชีพหลัก ทำนา ทำสวน ทำไร่ เลี้ยงโคนม และมีอาชีพเสริม ได้แก่ การทอผ้าพื้นเมืองและการเลี้ยงสุกร (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย ตำบลท่าสวรรค์, 2558 : 1) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายราชวัตร ทอด้วยความประณีต สวยงาม เนื้อผ้าดี มีให้เลือกมากมายหลากหลายสีและยังจัดให้เป็นสินค้าโอท็อป (OTOP) อีกด้วย อีกทั้งยังมีกลุ่มจักสาน กลุ่มทอพรมเช็ดเท้า กลุ่มผลิตของชำร่วย ซึ่งเกิดขึ้นในภายหลังที่มีโครงการพัฒนาชุมชนเข้าสนับสนุนเมื่อปี 2559 ที่ผ่านมา

ตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ ได้วางแนวคิดในการพัฒนาองค์การตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา พ.ศ. 2558-2560 ได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนในกิจกรรมศึกษาดูงาน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างกลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพความเป็นอยู่ของชุมชนให้อยู่ดีกินดีและมีรายได้ทุกครัวเรือนโดยมีกิจกรรมการส่งเสริมกลุ่มอาชีพต่างๆ เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต เพิ่มคุณภาพของผลผลิต แต่อย่างไรก็ตามชุมชนก็ยังคงมีปัญหายังไม่สามารถทำให้เป้าหมายของการบริหารสำเร็จได้ เช่น ขาดการรวมกลุ่มมีภาระหนี้สินและขาดทุนจากการเกษตร ไม่ได้ได้รับความรู้เพิ่มเติมในการสนับสนุนอาชีพเสริม และยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทำให้กระบวนการสร้างรายได้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องถูกลดระดับการพัฒนาให้อยู่ในลำดับรองลงมา

ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้มีการวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มอาชีพของตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดวง จังหวัดเลย ดังนี้

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มอาชีพ อบต.ท่าสวรรค์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มชุมชนและกลุ่มอาชีพมีความเข้มแข็งใกล้ชิดกันทั้งในระดับการปกครองท้องถิ่นและชาวบ้าน 2. มีการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในรูปแบบของการให้คำปรึกษาและการเปิดโอกาสให้เข้ามาปรึกษาหารือกันได้ดี 3. การมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถและมีทักษะด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย 4. มีการผลิตรูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายลักษณะ และผลิตขึ้นมาบนฐานของอัตลักษณ์ของชุมชน 5. มีความพยายามที่จะสร้างกระบวนการตลาดเบื้องต้นผ่านการขายทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่เพื่อการสร้างรายได้ให้ชุมชน 6. มีหลายผลิตภัณฑ์ที่สามารถเป็นต้นแบบเพื่อการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้กับกลุ่มอาชีพอื่นๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ชุมชนและกลุ่มอาชีพไม่มีวัตถุดิบในท้องถิ่นของตนเองต้องสั่งมาจากภายนอก 2. ผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตยังมีราคาถูกไม่สามารถที่จะกำหนดราคาที่สูงได้เนื่องจากรูปแบบยังมีความเหมือนกับการผลิตและรูปแบบของพื้นที่อื่นๆ 3. ยังไม่มีการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพอย่างเป็นระบบ 4. ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีรูปแบบและลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง
โอกาส	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> 1. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณและความรู้อย่างต่อเนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์-มีหน่วยงานต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พัฒนาชุมชนเข้ามาให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง 2. มีผู้บริโภคเดินทางเข้ามาติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่เสมอ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบสูง 2. กลุ่มอาชีพบางกลุ่มขาดผู้สืบทอดต่อเนื่องจากคนสมัยใหม่มีการศึกษาสูงขึ้น

4.2 การศึกษารูปแบบการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรคค์อำเภอหาดงจังหวัดเลย

4.2.1 รูปแบบการบริหารจัดการ

คณะวิจัยได้มีการลงพื้นที่ภาคสนามตั้งแต่ปลายเดือนพฤศจิกายน 2560-สิงหาคม 2561 โดยคณะวิจัยได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรคค์อำเภอหาดงจังหวัดเลย โครงการวิจัยและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ได้อย่างยั่งยืน เพื่อกำหนดคณะกรรมการวิจัยร่วมในพื้นที่ คัดสรรกลุ่มอาชีพที่จะดำเนินการพัฒนา และรูปแบบการบริหารจัดการของโครงการวิจัย

4.2.1.1 ผลการคัดเลือกคณะกรรมการวิจัยร่วมในพื้นที่

คณะวิจัยได้ดำเนินการติดต่อประสานงานกับบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อประสานงานกับบุคคลที่มีความสำคัญกับชุมชนได้แก่ ประธานกลุ่มอาชีพที่ประสงค์เข้าร่วมโครงการ โดยมีการประชุมเมื่อวันที่ 27-28 ธันวาคม 2560 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรคค์มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 13 คน โดยคณะวิจัยได้ดำเนินการชี้แจงวัตถุประสงค์ให้ที่ประชุมทราบและเปิดโอกาสให้สมาชิกในที่ประชุมได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อการดำเนินการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.1 การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่ท่าสวรรคค์ อำเภอหาดง จังหวัดเลย, 2561

4.2.1.2 ผลการคัดสรรกลุ่มอาชีพ

คณะวิจัยลงพื้นที่สำรวจกลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มเลี้ยงโคนม กลุ่มทอผ้าราชวัตร กลุ่มจักสาน และกลุ่มพรหมเช็ดเท้า ตามมติของคณะทำงานเพื่อศึกษาถึงความต้องการของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากการศึกษาเบื้องต้น ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกชุมชนที่เหมาะสมในการทำวิจัย คือ กลุ่มพรหมเช็ดเท้าเพราะปัจจุบันเป็นกลุ่มที่ยังรวมตัวกันทำผลิตภัณฑ์โดยวัตถุประสงค์ท้องถิ่นเพื่อเสริมรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว และสมาชิกในชุมชนมีความต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายหรือเหมาะสมกับการจำหน่ายแก่ผู้มาศึกษาดูงาน และจำหน่ายในท้องถิ่นตนเองหรือชุมชนใกล้เคียง



ภาพที่ 4.2 ภาพสำรวจพื้นที่กลุ่มพรหมเช็ดเท้า
ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561



ภาพที่ 4.3 ภาพสำรวจกลุ่มจักสาน
ที่मा ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561



ภาพที่ 4.4 ภาพสำรวจกลุ่มโคนม
ที่मा ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561



ภาพที่ 4.5 ภาพสำรวจกลุ่มผ้าทอราชวัตร
ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561

4.2.1.3 ผลการสร้างสัมพันธ์ภาพกับชุมชน

หลังจากที่ได้คัดเลือกชุมชนและกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ได้แล้ว ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อกระชับความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการดำเนินการโดยการพบปะพูดคุย โดยผู้วิจัยได้เข้าไปแนะนำตัวและให้ข้อมูลเพื่อขอความร่วมมือและชี้ให้เป็นประโยชน์ที่จะได้รับ หลังทำการวิจัยเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนเป็นระยะแนะนำแนะนำตัวพร้อมทั้งบอกถึงวัตถุประสงค์ในการลงพื้นที่ที่ชุมชนในแต่ละครั้งและเข้าสูการพูดคุยเรื่องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และจากการสร้างสัมพันธ์ภาพกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอทำให้ผู้วิจัยได้รับการตอบรับอย่างดีจากชุมชน

4.2.1.4 ผลการเตรียมคนในการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อประสานงานกับบุคคลสำคัญในชุมชน ได้แก่ นางบัวผัน บำรุงแนว หัวหน้ากลุ่มผลิตของที่ระลึกและนักวิจัยพื้นที่เป็นแกนนำในการประสานงานกับสมาชิกในชุมชน จนเกิดการประชุมย่อย ในวันที่ 20 พฤษภาคม 2561 มีผู้เข้าร่วมการประชุมทั้งหมด 22 คน โดย นางบัวผัน บำรุงแนว เป็นผู้ดำเนินการชี้แจงเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สมาชิกในชุมชน ได้ทราบและเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชน ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งทั้งหมดเห็นด้วยที่จะร่วมกันพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จากนั้นแกนนำก็ได้ประสานงานไปยังสมาชิกโดยผู้วิจัยได้ทำหน้าที่สังเกตการณ์และอำนวยความสะดวกในการประชุม

ผู้สนใจเข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากพรหมเซ็ดเท้าจำนวน 22 คน มีรายนามดังต่อไปนี้

1. นายจำเริญ ไชยมาลา

2. นายอุระ เกษร
3. นางคำปอน ไชยมาลา
4. นางมาลี แทนลี
5. นางจอมศรี นิลสูงเนิน
6. นายอำพร พิมพ์แดง
7. นางอรุณศรี น้อยถนอม
8. นางลานดอน ไชยมาลา
9. นายเสน่ห์ คำสุ่ย
10. นางมะไลวรรณ อ่อนแก้ว
11. นางสดศรี พงษ์สาตี
12. นางสุภาณี ศรีบุญเมือง
13. นางถนอมลักษณ์ ไชยมาลา
14. นางสุมาลี จันคำ
15. นางบัวพัน คำนาง
16. นางคำป็น จะรัมย์พันธ์
17. นางราตรี จันคำ
18. นายคำมี พิษะกุล
19. นายสมจิตร รุ่งฟ้า
20. นายแสงจันทร์ เทพจั้ง
21. นายอรรถสิทธิ์ น้อยโหนด
22. นายสุุดใจ ลวงงาม

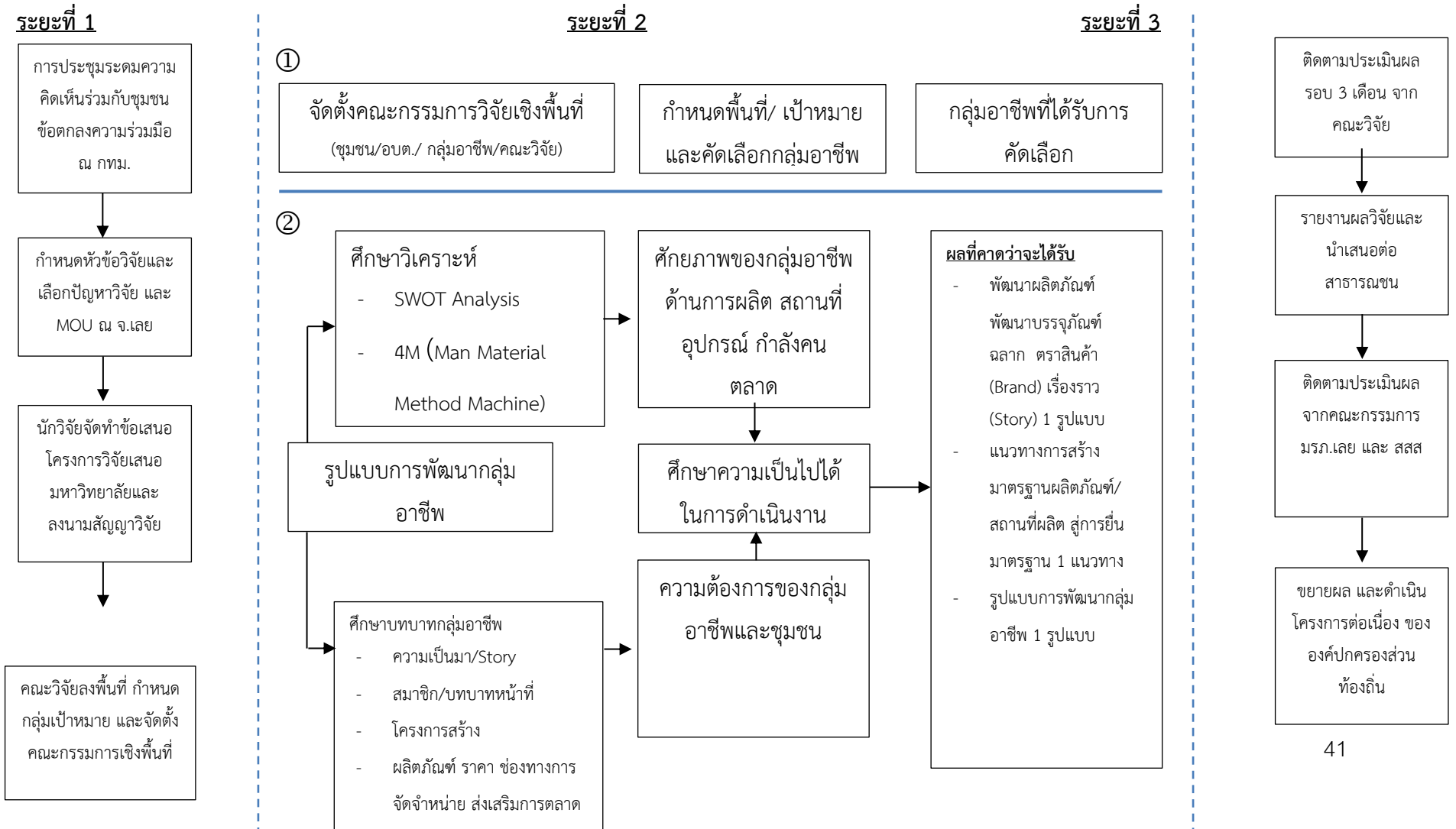


ภาพที่ 4.6 ภาพการประชุมย่อยชี้แจงเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ที่मा ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561

โครงการวิจัยและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ติดอย่างยั่งยืน (สสส.+อบต.+มรภ.เลย)

แผนงานวิจัยกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพคน พื้นที่ วิถีชีวิตและอาชีพของคนในชุมชนภายใต้พื้นที่การปกครองขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

โครงการวิจัยรูปแบบการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์



4.2.2 รูปแบบของผลิตภัณฑ์

4.2.2.1 ผลการศึกษาภูมิหลังการผลิตพรมเช็ดเท้า

จากการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสำรวจรูปแบบการผลิตพรมเช็ดเท้า ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการเพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของกลุ่ม เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2561 ผลการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการมีดังนี้ ชุมชนได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่มก็เพื่อต้องการรายได้เสริมเพิ่มเติมจากอาชีพหลัก เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน เพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชนและเพื่อให้มีอาชีพสำหรับกลุ่มคนพิการในชุมชน

4.2.2.2 ปัญหาของกลุ่มอาชีพด้านการผลิตพรมเช็ดเท้า

ปัญหาของกลุ่มคือ ขณะนี้สินค้ามีรูปแบบเดียว ยังไม่มีรูปแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ แหล่งวัตถุดิบต้องสั่งจากภายนอกทำให้ต้นทุนสูงและปัจจุบันลูกค้ากลุ่มเป้าหมายไม่ค่อยนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์นี้เท่าใดนัก จึงมีความต้องการที่จะพัฒนารูปแบบสินค้าให้เหมาะสมกับยุคสมัยและมีประโยชน์ในการใช้งานที่นอกเหนือจากเดิม

จากนั้นผู้วิจัยได้สำรวจและศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนเพิ่มเติม โดยได้ใช้วิธีการสังเกตสอบถาม พูดคุยกับสมาชิกในชุมชนแบบไม่เป็นทางการและสอบถามข้อมูลจากหน่วยงานราชการคือองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ ผลการสำรวจและศึกษาชุมชนในเบื้องต้นทำให้ทราบว่าได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์และมีการให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมายมาแล้วพอสมควร แต่ยังคงต้องการพัฒนารูปแบบสินค้าให้สามารถใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้

จากการสอบถามสมาชิกกลุ่มพรมเช็ดเท้าและการสังเกตโดยมีส่วนร่วมแบบไม่สมบูรณ์ของผู้วิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์พบว่าชุมชนสามารถผลิตรูปแบบอื่นได้ เช่น ผ้าคลุมโต๊ะ ฝารองจาน เครื่องประดับตกแต่งบ้าน กระเป๋า เป็นต้น

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก คือ นางบัวผัน บำรุงแนว ว่าก่อนมีหน่วยงานภาครัฐมาส่งเสริมได้มีการวางแผนพัฒนาสินค้ามาก่อนหรือไม่และพบว่าจะยังไม่มีใครเข้ามาให้ความเห็นเรื่องพรมเช็ดเท้าเลย แต่เล็งเห็นแล้วว่าพรมเช็ดเท้าสามารถนำมาพัฒนาเป็นของใช้อย่างอื่นได้ โดยจะเริ่มจากการพัฒนาให้เป็นกระเป๋า เพราะกระเป๋าเป็นสินค้าขายดีและสามารถทำได้ในเวลาไม่นานอีกทั้งต้นทุนยังไม่สูงมาก จึงเป็นหนึ่งในทางเลือกในการบูรณาการกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นของฝากของที่ระลึกชุมชนด้วย

4.2.2.3 กรรมวิธีการผลิตพรมเช็ดเท้า

ในขั้นตอนนี้ผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าและชุมชนได้ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาชุมชนโดยการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยได้ดำเนินเทคนิค

AIC ในขั้นตอนการเรียนรู้ (Appreciation : A) มาใช้ในการระดมความคิดเห็นของชุมชนด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) โดยการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อให้เกิดการเข้าใจสภาพปัญหาข้อดีข้อจำกัดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผลจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อให้เกิดการเข้าใจสภาพปัญหาข้อดี ข้อจำกัด ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ผลจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ได้ข้อมูล แยกเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาคุณสมบัติของพรมเช็ดเท้าของกลุ่มพบว่าพรมเช็ดเท้าที่อยู่ในสภาพแปรรูปเป็นผืน มีรูปแบบเหมือนพรมเช็ดเท้าทั่วไป ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า สะดวกในการขนย้าย และนำไปใช้ได้ทันที

จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้า สัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่าสมาชิกโดยส่วนใหญ่จะได้รับการถ่ายทอดและการเรียนรู้จากผู้นำและมีการเรียนรู้เสริมจากการฝึกอบรมของหน่วยงานราชการคือ องค์การบริหารส่วนตำบล โดยเริ่มจากการตั้งเป้าหมายการงานพรมเช็ดเท้าให้นำไปทำประโยชน์อย่างอื่นได้

จากผลการศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พอที่จะสรุปได้ดังนี้ เนื่องจากการผลิตเดิมมีกลุ่มเป้าหมายที่จำกัด ขยายยาก สินค้ามีความต้องการกับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ทำให้ออดขายไม่มากนัก ในการใช้งานสามารถพัฒนาเป็นของฝากของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายได้ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่จะสามารถและทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้นจากการศึกษาถึงคุณสมบัติของพรมเช็ดเท้าและได้ทราบถึงปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ได้ข้อมูลเพื่อการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ควรเลือกกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม และเป็นสินค้าที่นิยม เพราะจำเป็นต้องใช้ทุกวัน
- 2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กแต่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสามารถพกพาได้
- 3) สามารถผลิตได้เร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ในอนาคต
- 4) อาจมีการออกแบบร่วมกับการผลิตอื่นด้วยเพื่อสร้างความแตกต่างในการสร้างรูปแบบสินค้า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ได้นำเทคนิค AIC ในขั้นตอนการสร้างแนวปฏิบัติ (Control : C) มาใช้ในการระดมความคิดเห็นของชุมชนด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในวันที่ 11 มิถุนายน 2561 และนำมาปฏิบัติ ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์มาให้ความรู้ในเรื่องหลักการออกแบบและขออนุญาตใช้สถานที่ผลิต จากนั้นผู้เข้าร่วมได้แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ความคิดเห็นและแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากนั้นผู้เข้าร่วมได้ดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้พื้นฐานในการนำไปใช้ในชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแนวทางในการพัฒนารูปแบบ ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาได้จากพรหมเช็ดเท้า

ผลิตภัณฑ์จากพรหมเช็ดเท้าที่สามารถผลิตได้	จำนวนผู้ที่สนใจ
1. กระเป๋า	13
2. ที่ใส่กระดาษทิชชู	5
3. ที่รองจาน	3
4. รองเท้าญี่ปุ่น	2

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นได้ว่าการผลิตพรหมเช็ดเท้าเป็นที่ต้องการของชุมชนมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 จำนวน 13 คน ค่ะ นั่นคือ กระเป๋า ลำดับที่ 2 จำนวน 5 คน ค่ะ นั่นคือ ที่ใส่กระดาษทิชชู ลำดับที่ 3 จำนวน 3 คน ค่ะ นั่นคือ ที่รองจาน โดยผู้วิจัยได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญสามารถใช้วัสดุที่มีอยู่ได้ คือพรหมเช็ดเท้า เศษผ้า อุปกรณ์ตัดเย็บโดยใช้สถานที่ คือ บ้านของนางบัวพัน บำรุงแนวเป็นสถานที่ฝึกอบรม หลังจากการหารือเสร็จสิ้นจึงได้เลือกผลิตภัณฑ์พรหมเช็ดเท้าเพื่อการพัฒนาให้เป็นกระเป๋า

กิจกรรมครั้งที่ 2 ได้ดำเนินการเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2561 ในการระดมสมองในการออกแบบรูปแบบกระเป๋าที่จะสามารถใช้พรหมเช็ดเท้าเข้ามาพัฒนาใช้งานได้ โดยชุมชนได้มีแนวคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์มาสร้างมูลค่าให้กับพรหมเช็ดเท้าในแบบของตำบลท่าสวรรค์ ดังนี้

- 1) การมีลายสานบนพรหมเช็ดเท้าที่ไม่เหมือนที่อื่น
- 2) เส้นทอพรหมเป็นผ้าขนาดเล็กทำให้มีความละเอียดสูง

กิจกรรมครั้งที่ 3 ได้ดำเนินการเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2561 ผู้เข้าร่วมได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้ทดลองผลิตด้วยกลุ่มชุมชนเอง ตามกระบวนการการผลิตที่ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำไว้ ดังนี้

ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์อำเภอดำรงวิทยเขต ได้เข้าร่วมพูดคุยและชี้แจงที่มาที่ไปของโครงการให้กลุ่มสมาชิกและผู้สนใจได้รับทราบถึงความสำคัญของ

การดำเนินโครงการ และความร่วมมือในบันทึกข้อตกลงขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ภายใต้โครงการของสำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สสส)



ภาพที่ 4.8 การชี้แจงที่มาของโครงการโดย อบต.ท่าสวรรค์

ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561



ภาพที่ 4.9 หัวหน้ากลุ่มพรมเช็ดเท้าอธิบายถึงการพัฒนากลุ่มอาชีพ

ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561



ภาพที่ 4.10 นักวิจัยเชิงพื้นที่ตรวจสอบความพร้อมในการอบรมเชิงปฏิบัติการ
ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561



ภาพที่ 4.11 กลุ่มอาชีพผลิตพรมเช็ดเท้าเตรียมนำวัตถุดิบมาแปรรูป
ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561

การทอพรมเช็ดเท้ามี 2 แบบ

แบบที่ 1

1. คัดผ้าเส้น/แยกลี/ตัดแต่งให้มีขนาดใกล้เคียงกันที่สุด
2. ร้อยด้ายเข้ากับตัวกี่/จัดด้ายให้เข้าที่และให้เส้นด้ายตึงโดยขนาดความยาวของผ้าเส้นผ้าที่จะทอต้องเท่ากัน

3. ทอเส้นผ้า ซึ่งผู้ทอต้องมีความชำนาญหรือมีพื้นฐานในเรื่องของการทอโดยสามารถเลือกลดทอนสายแล้ว

4. ตัดแต่งเส้นด้ายที่เป็นส่วนเกินให้เรียบร้อย

แบบที่ 2

1. นำบล็อกมาวางแล้วนำไม้กระดานสำหรับขัดเชือกมาวางตรงหัวท้าย เชือกทั้งสองฝั่ง โดยเอาไม้ขัดตามขวางกับเชือกสลับเส้นล่างบนไปเรื่อยๆ จนครบทุกเส้น

2. นำเศษผ้ามามัดกับเชือกจะเริ่มตรงกลางหรือริมก่อนก็ได้ โดยจับมัดสองเส้นคู่กันก่อน จากนั้นก็นำเศษผ้ามามัดแยกเส้น โดยจับเชือกที่มัดคู่แรกมาหนึ่งเส้น ที่ยังไม่ได้มัดมารวมกันทำอย่างนี้ไปเรื่อยๆ จนครบทุกอัน

3. เมื่อมัดเสร็จหมดแล้ว ให้ตัดเชือกออกจากบล็อกทั้งหัวและท้ายจนครบทุกเส้น จากนั้นก็ดึงออกจากบล็อก มัดเชือกทั้งหัวและท้ายดึงมาให้แน่น ตัดกับพรมเช็ดเท้าทั้งหมดจนครบทุกเส้น เมื่อมัดครบทุกเส้นแล้ว ให้ใช้กรรไกรตัดแต่งเศษผ้าให้ดูสวยงาม เท่านั้นก็จะได้พรมเช็ดเท้าสองหน้าไว้ใช้แล้ว

ถ้าทำบล็อกไว้ได้หลายๆ อันก็สามารถหัดให้คนแก่และเด็กทำได้ จะสามารถทำเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนได้ เด็กและคนแก่จะได้มีรายได้เสริมพรมเช็ดเท้าชนิดนี้จะมีความหนาและใช้ได้ทั้งสองด้าน



ภาพที่ 4.12 การปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน
ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561

4.2.3 รูปแบบผลิตภัณฑ์

กิจกรรมรูปแบบการตลาดของกลุ่มอาชีพผลิตพรมเช็ดเท้ามีการประชุมระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ กลุ่มอาชีพและสมาชิกในชุมชนได้มีการคำนวณต้นทุนต่อหน่วย โดยแบ่งเป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรเพื่อกำหนดราคาขายในการจำหน่ายสินค้าที่ได้รับการพัฒนาแล้วครั้งแรกที่ราคา 250 บาทเพื่อเป็นการเปิดตลาด

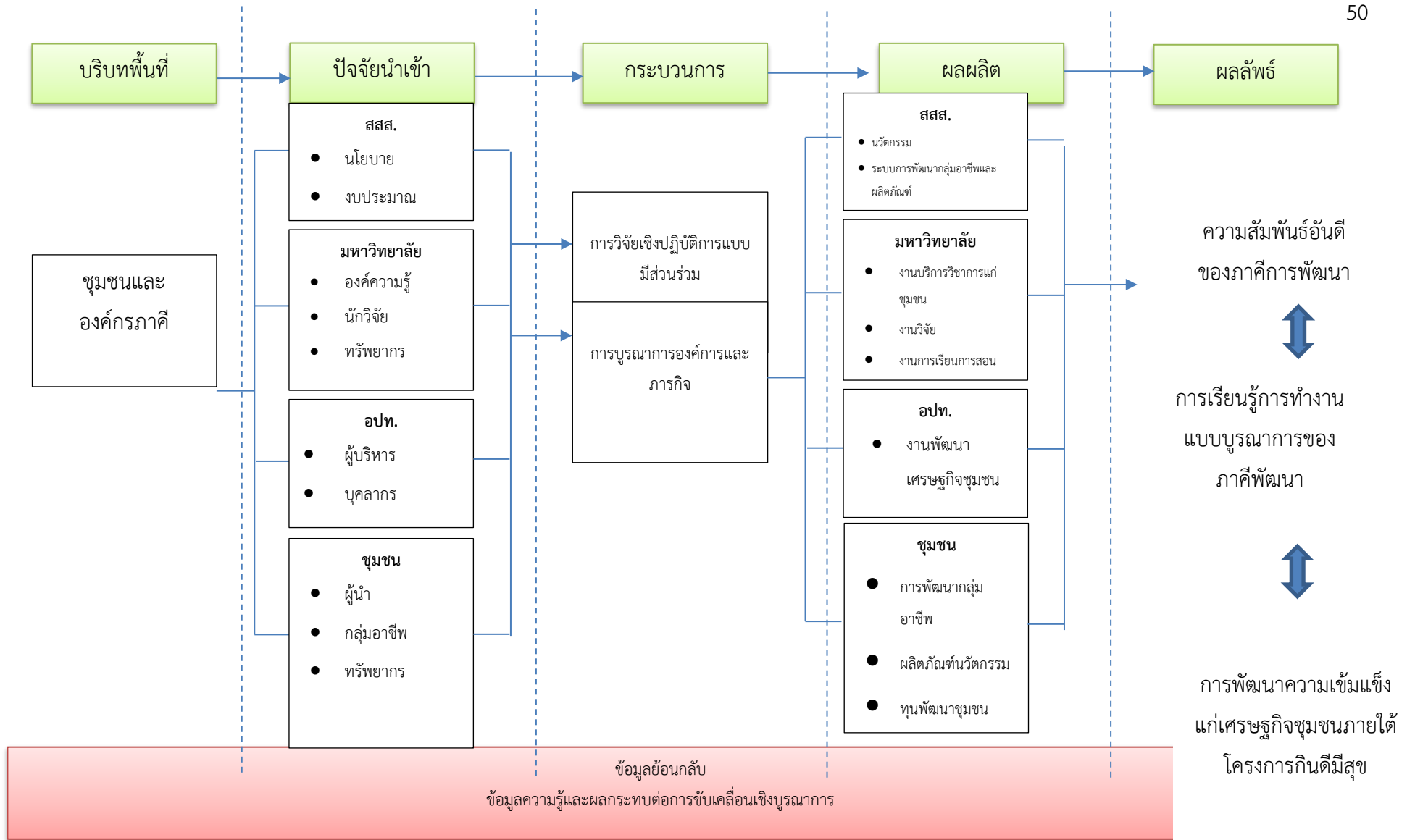


ภาพที่ 4.13 รูปแบบของผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนารูปแบบ
 ทิมา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561

โดยช่องทางการจัดจำหน่าย แบ่งเป็น 3 ช่องทาง คือ 1) จำหน่ายในชุมชน เพื่อเป็นรายได้หมุนเวียนในชุมชน 2) จำหน่ายให้แก่ภัทท้องเที่ยวหรือคณะศึกษาดูงาน 3) ออกบูธจำหน่าย ณ จุดแสดงสินค้า ณ งานต่าง ๆ

4.2.4 รูปแบบการมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพและชุมชน

การดำเนินกิจกรรมเป็นไปตามแผนงานที่ได้ร่วมกันกำหนด ได้ผลงานการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ มีปัญหาและอุปสรรคในการรวมกลุ่ม และการระดมความคิดเห็นบางเรื่อง แต่ทุกฝ่ายก็ได้ช่วยกันแก้ปัญหาให้งานดำเนินไปอย่างลุล่วงด้วยดี เพราะทุกฝ่ายต่างรับผิดชอบหน้าที่ของตน ได้แก่นำในการพัฒนาชุมชน โดยมีการประยุกต์ใช้ผลิตภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มผลิตของที่ระลึกทำให้พรมเช็ดเท้าสามารถแปรรูปไปเป็นกระเป๋าแบบต่างๆ ได้นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและทันสมัยมากขึ้น



ภาพที่ 4.14 รูปแบบการมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพและการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน
 ที่มา ปิยาพร อภิสุนทรางกูร, 2561

ตารางที่ 4.4 การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการดำเนินกิจกรรมการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ประเด็น	ก่อนดำเนินการ	หลังดำเนินการ
ปัญหา	ต้องการพัฒนารูปแบบ ที่แตกต่างจากการทำผลิตภัณฑ์เดิมต้องใช้เวลาทำค่อนข้างนาน	มีการเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป่าที่หลากหลายและคัดสรรรูปแบบที่เหมาะสมกับช่วงเวลาในการทำวิจัย
การแก้ไขปัญหา	การเปลี่ยนรูปแบบ ประเภทของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ทันสมัย ทุกคนที่เป็นสมาชิกผลิตได้	1. ค้นหาศักยภาพของชุมชนเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบ 2. นำวัตถุดิบที่มีมาเป็นวัตถุดิบหลัก 3. ออกแบบให้สามารถใช้งานได้ทุกเพศ 4. ออกแบบให้มีขนาดกะทัดรัด
รูปแบบผลิตภัณฑ์	รูปแบบดั้งเดิม พรมเช็ดเท้าทั่วไป	รูปแบบการพัฒนาใหม่ กระเป่าเพื่อใช้ในโอกาสต่างๆ
จำนวนผลงาน	1 รูปแบบ	1 รูปแบบ
การติดตามประเมินผล	ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์อื่นได้	ผลงานการพัฒนาในกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าสามารถนำผลิตภัณฑ์มาใช้ประโยชน์อื่นๆได้อีก

ผลของการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่มีจุดเด่นในการร่วมด้วยช่วยกันของคนในชุมชนนักวิชาการจากภายนอกมหาวิทยาลัยและผู้วิจัยเชิงพื้นที่ ที่เน้นการพัฒนาคนในชุมชนเป็นสำคัญเป็นการสร้างคนเพื่อไปสร้างชุมชนที่เข้มแข็งต่อไปเมื่องานวิจัยการพัฒนาอาชีพและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษาของกิจการบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดูน จังหวัดเลย สิ้นสุดลง ผลของการวิจัยทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนาในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าด้วยฝีมือและความสามารถของคนในชุมชนทำให้ชุมชนได้ผลประโยชน์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการได้พัฒนาอาชีพของคนในชุมชน การถ่ายทอดความรู้สู่เยาวชนในท้องถิ่นให้เยาวชนในท้องถิ่น ได้ใช้เวลาว่างให้มีประโยชน์ สิ่งเหล่านี้ล้วนนำไปสู่ความเข้มแข็งและความยั่งยืนของชุมชนได้ทั้งสิ้น ในงานวิจัยนี้ได้นำเทคนิค AIC มาใช้ในการระดมความคิดเห็นวางแผนและทำงานร่วมกัน ทำให้การพัฒนาชุมชนนั้นเกิดจากกระบวนการที่เปิดโอกาสให้

ชุมชนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ทั้งยังได้ร่วมกันแก้ปัญหาซึ่งทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ถูกจุดและนำไปสู่การแก้ปัญหาอื่นๆต่อไปในอนาคต

ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่ชุมชน

1. ชุมชนได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นและชุมชนได้เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาด้วยตนเอง

2. ชุมชนได้ร่วมกันคิดร่วมกันวางแผนร่วมกันตัดสินใจ และร่วมกันปฏิบัติงาน
3. ชุมชนรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นเจ้าของผลงานที่ได้ร่วมกันพัฒนา
4. ได้แกนนำในการพัฒนาชุมชนโดยกลุ่มอาชีพที่จัดตั้งขึ้น
5. ชุมชนเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วม

ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่นักวิจัยในพื้นที่

1. เข้าใจบริบทของชุมชนและสามารถนำผลลัพธ์ไปสู่การปรับปรุงแผนปฏิบัติราชการขององค์กร และเป็นแผนพัฒนาผลงานของตนได้
2. มีข้อมูลเพิ่มเติมในการนำไปปรับใช้สำหรับการพัฒนาชุมชนในกลุ่มอาชีพอื่นๆ

ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่นักวิจัย

1. ได้ประสบการณ์ในการทำวิจัยกับชุมชนแบบมีส่วนร่วม
2. ได้เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและได้ความรู้ด้านการออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน
3. ได้เรียนรู้ที่จะบูรณาการองค์ความรู้ด้านวิชาการเข้าร่วมกับงานวิจัยและบริการวิชาการ

ผลงานการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าที่เกิดจากความร่วมมือของชุมชนที่เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ได้สะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าในการดำเนินงานวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดวง จังหวัดเลย สามารถทำให้สมาชิกในชุมชนพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองได้

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพพรหมเช็ดเต้า องค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดูน จังหวัดเลย ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการวิจัยโดยมีลำดับขั้นตอนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สามารถสรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะเป็นลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

5.1.1.1 ผลการคัดเลือกชุมชน

ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มอาชีพที่เหมาะสมในการทำวิจัยคือกลุ่มอาชีพพรหมเช็ดเต้า ตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดูน จังหวัดเลย เพราะปัจจุบันเป็นกลุ่มที่ยังรวมตัวการทำผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัวอีกทั้งสมาชิกในชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับการใช้งานในปัจจุบัน

5.1.1.2 ผลการสร้างสัมพันธภาพกับชุมชน

ผลจากการที่ผู้วิจัยได้สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนโดยการเข้าสู่ชุมชนเป็นระยะ ด้วยความร่วมมือของนักวิจัยเชิงพื้นที่ทำให้ความสัมพันธ์ของนักวิจัยและชุมชนได้มีการพูดคุยเบื้องต้นถึงความสนใจในการร่วมกันกับชุมชนในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จากการพูดคุยกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอทำให้ผู้วิจัยได้รับการตอบรับที่ดี

5.1.1.3 ผลการเตรียมคนในการดำเนินงาน

ผู้วิจัยติดต่อประสานงานชุมชนผ่านนักวิจัยเชิงพื้นที่ทำให้ได้แกนนำในการประสานงานกับสมาชิกในชุมชนได้แก่ปราชญ์ชุมชนคือ นางบัวพัน บำรุงแนว ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการผลิตของที่ระลึกได้รวบรวมผู้สนใจในการเข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้เห็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งวิเคราะห์และวางแผนปฏิบัติการเป็นผู้ดำเนินการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้สมาชิกในชุมชนได้ทราบและเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชน ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งทั้งหมดเห็นด้วยที่จะร่วมกันพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนและยังประสานงานไปยังสมาชิก เพื่อรวบรวมสมาชิกที่มีความสนใจในการเข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรหมเช็ดเต้าได้มากขึ้น โดยผู้วิจัยได้ทำหน้าที่สังเกตการณ์และอำนวยความสะดวกในการประชุม

5.1.2 ผลการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนากลุ่มอาชีพและพัฒนาผลิตภัณฑ์

5.1.2.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา รูปแบบของผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้า พบว่ามีเพียงรูปแบบเดียว โดยทางกลุ่มอาชีพต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับยุคสมัยและมีประโยชน์ในการใช้งานนอกเหนือจากการใช้เช็ดเท้าอีกทั้งรูปแบบยังไม่สวยงามและไม่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง

5.1.2.2 ผลการศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้ข้อสรุปที่เป็นข้อมูลที่บอกถึงศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3 ด้าน คือ 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติชุมชนมีทรัพยากรที่เพียงพอต่อการผลิตเนื่องจากได้รับการสนับสนุนวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานราชการ 2) ด้านกลุ่มชุมชนเพื่อการประกอบอาชีพ การผลิตพรมเช็ดเท้าเป็นอาชีพเสริมที่ช่วยให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเกษตรกรรมถ้าได้มีการพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายก็จะเป็นการช่วยด้านการขยายตลาดได้อีกทางหนึ่ง 3) ด้านการเชื่อมโยงในการถ่ายทอดภูมิปัญญาโดยมีการนำพรมเช็ดเท้ามาพัฒนารูปแบบให้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายมากขึ้น

5.1.2.3 ผลการวางแผนการดำเนินงาน ได้กำหนดให้มีการดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ควบคู่กับการถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญและมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ร่วมกับระหว่างผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

5.1.2.4 ผลการปฏิบัติตามแผนงานพัฒนาผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้าที่ผู้เข้าร่วมดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ต้องการทำมากที่สุด คือ กระเป๋าจากนั้นได้มีการดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นกระเป๋าเพื่อใช้งานในโอกาสต่างๆ โดยคณะวิจัยและวิทยากรพร้อมกับสมาชิกของกลุ่มอาชีพและได้ร่วมกันกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ด้วย

5.1.2.5 ผลการติดตามและประเมินผล การดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานที่ได้ร่วมกันกำหนด ได้ผลงานตามพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้า ทุกคนต่างรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตนในการผลิตต้นแบบ โดยประธานกลุ่มอาชีพได้นำวัตถุดิบมาขยายผลเพื่อสร้างแบบให้เกิดความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ผู้ร่วมกิจกรรมการดำเนินการพัฒนารูปแบบและรู้สึกภาคภูมิใจในสิ่งที่ร่วมกันทำ สร้างความเชื่อมั่นว่าจะสามารถพัฒนาต่อยอดความคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆได้อีก ผลการประเมินผลงานการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมาก

5.2 การอภิปรายผล

การพัฒนารูปแบบกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรคค์อำเภอนาดูน จังหวัดเลย (กลุ่มพรมเช็ดเท้า) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยมีลำดับขั้นตอน คือ การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การดำเนินงานมีขั้นตอนประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

5.2.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการลงพื้นที่ชุมชนเพื่อสำรวจ กลุ่มอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ โดยคณะวิจัยลงพื้นที่สำรวจกลุ่มอาชีพคือกลุ่มเลี้ยงโคนม กลุ่มพรมเช็ดเท้า กลุ่มทอผ้าราชวัตร และกลุ่มจักสาน ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกชุมชนที่ต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมผลการดำเนินงานในขั้นตอนนี้พบว่า ผู้วิจัยได้คัดเลือกชุมชนที่เหมาะสมในการทำวิจัยคือกลุ่มพรมเช็ดเท้า เพราะสมาชิกในชุมชนมีปัญหาในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และสมาชิกมีความต้องการที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมจึงทำให้ผู้วิจัยและชุมชนเกิดความร่วมมือร่วมใจและมีความต้องการร่วมกันในการพัฒนารูปแบบโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม อีกทั้งชุมชนต้องการมีส่วนร่วมและต้องการเรียนรู้ในการพัฒนารูปแบบร่วมกับนักวิจัยเชิงพื้นที่และผู้วิจัยอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชนเองสอดคล้องกับแนวคิดของนางลักษณ์ จีวจู, 2556 ที่กล่าวไว้ว่า ความสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น เกิดจากความร่วมมือของผู้ใหญ่ กลุ่มผู้นำชุมชน ทั้งประชาชนในชุมชนเป็นสำคัญ โดยมีการปรึกษาหารือร่วมกับเพื่อผลักดันให้เป็นสินค้าชุมชน และเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ขั้นตอนต่อมา คือ การสร้างสัมพันธภาพกับชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนยอมรับและไว้วางใจซึ่งผลจากการที่ผู้ใดได้สร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนโดยการเข้าสู่ชุมชนเป็นระยะและการแนะนำของนักวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อพูดคุยเบื้องต้นถึงความสนใจในการร่วมกันพัฒนาและการสร้างสัมพันธภาพกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอทำให้ผู้วิจัยได้รับการตอบรับที่ดีจาก ผู้วิจัยจะต้องศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในด้านของบทบาทหน้าที่ของนักวิจัยในการดำเนินการ สอดคล้องกับงานวิจัยของเจษฎา พัฒรานนท์, 2553ที่พบว่า การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นั้นเป็นกระบวนการกระตุ้นและการเตรียมคนในการดำเนินงานมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหา กลุ่มเป้าหมายในการดำเนินการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ผลการดำเนินงานพบว่าความร่วมมือร่วมใจตั้งแต่เริ่มต้นส่งผลให้เกิดการยอมรับและไว้วางใจกันระหว่างผู้วิจัยชุมชนและนักวิจัยเชิงพื้นที่ในการติดต่อประสานงาน ร่วมแรงร่วมใจจนประสบผลสำเร็จและบูรณาการร่วมกันส่งผลไปถึงการเผยแพร่ความรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณิการ์ ทามา, 2557 พบว่า การพัฒนากลุ่มที่จะประสบความสำเร็จและยั่งยืน คือกลุ่มร่วมคิดร่วมตัดสินใจร่วมวางแผน

หน่วยงานภาครัฐให้การหนุนเสริมด้านงบประมาณองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องและผู้นำกลุ่มมีพัฒนาการบริหารจัดการด้วยความเสียสละโปร่งใสมีคุณธรรม

5.2.2 การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้ผสมผสานแนวคิดทฤษฎีต่างๆมาใช้ในการดำเนินการกล่าวคือการนำแนวคิดการวิจัยปฏิบัติการของเดมมิ่ง (Deming) ที่มีลักษณะเป็นวงล้อแห่งการพัฒนามี 4 ช่วงได้แก่การวางแผนการปฏิบัติการตรวจสอบและการสะท้อนกลับด้วยผู้วิจัยได้นำแนวคิดการวิจัยปฏิบัติการของเดมมิ่งมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมซึ่งมีกระบวนการทำงานร่วมกันของผู้วิจัยนักวิจัยเชิงพื้นที่และกลุ่มอาชีพพร้อมเช็ตเท้าทั้งหมด 5 ขั้นตอนคือการศึกษารวบรวมปัญหาการศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาการวางแผนดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหการปฏิบัติตามแผนการติดตามและประเมินผลและมีการสะท้อนกลับการวิจัยเพื่อปรับปรุงแก้ไขในสิ่งที่ดำเนินงานไปแล้วสู่การแก้ปัญหาในวงในวงรอบใหม่ตั้งงานวิจัยของเจษฎาพรานนท์, 2553และผู้วิจัยได้นำเทคนิค AIC มาปรับใช้ในการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบที่แตกต่างจากการทำพรมเช็ตเท้าแบบเดิม โดยมีการเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นกระเป๋าที่สามารถใช้งานได้หลายโอกาสเหมาะกับลูกค้าหลายกลุ่ม เพื่อพัฒนาเป็นของที่ระลึกหรือใช้งานได้ง่ายทั้งนี้การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่นถือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน

5.2.3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ตเท้า

การวิจัยในครั้งนี้ได้ตอบโจทย์ของการวิจัยนั้นคือจะสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มอาชีพภายใต้บริบทชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสวรรค์ อำเภอนาดวง จังหวัดเลย โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้อย่างไร ซึ่งผลการวิจัยให้ผลเป็นที่ประจักษ์ว่าการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ตเท้าทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่จำนวน 1 รูปแบบ คือกระเป๋าโดยอาศัยข้อมูลจากประสบการณ์การผลิตพรมเช็ตเท้าและกระบวนการทำของที่ระลึกร่วมกับข้อมูลเชิงวิชาการของนักวิจัย ได้ร่วมกันอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้แกนนำในชุมชนตลอดจนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้ในการสร้างสรรค์ผลงานท้องถิ่นการบูรณาการร่วมกันกับกลุ่มผลิตของที่ระลึกถือเป็นการทำงานร่วมกันในชุมชน ผลการวิจัยเป็นการประยุกต์เป็นประโยชน์ให้กับชุมชนได้นำไปปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนากลุ่มอาชีพในอนาคตต่อไป และจากการสังเกต ผู้วิจัยพบว่าหลังจากที่ผู้วิจัยนักวิจัยเชิงพื้นที่และชุมชนได้เข้าร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พรมเช็ตเท้ามีความเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้านดังนี้ 1) ความเปลี่ยนแปลงในด้านชุมชนมีความรู้สึกในการพัฒนามีความสามารถในการ

พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้นจากที่ไม่เคยคิดจะสร้างรูปแบบใหม่ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นของตน หลังจากชุมชนมีการเข้าร่วมกิจกรรมในการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้พบว่าสามารถพัฒนาและมีแนวคิดตรงตรงกับแนวคิดของการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 2) สมาชิกในชุมชนมีความมั่นใจในการพูดคิดแสดงออกทั้งนี้เนื่องจากการนำเทคนิค AIC มาปรับใช้ในการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และข้อมูลต่างๆ จากการร่วมกันทำกิจกรรมที่ต้องพูดคุยซักถามเป็นประจำทำให้การมองประเด็นชัดเจนเรียงเรียงความคิดเป็นลำดับและเป็นเหตุเป็นผลมากขึ้นเกิดความมั่นใจในการพูดต่อที่ประชุมได้ฝึกจิตใจให้ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นยอมรับในความสามารถของผู้อื่นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเทคนิค AIC ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้ามาจากเอกสารและเลือกใช้เป็นเทคนิคในการระดมความคิดวางแผนและทำงานร่วมกับชุมชนนอกจากนั้นความสัมพันธ์ในคนในชุมชนดีขึ้นจากการร่วมกิจกรรมทำให้เกิดการรื้อฟื้นถึงความสัมพันธ์ที่ห่างหายไปนานระหว่างเพื่อนบ้านญาติพี่น้องคนในครอบครัวและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเกิดความเข้าใจอันดีต่อกันมีความรู้สึกถึงความเป็นหมู่พวกรู้จักการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นอย่างมีความสุขเพราะการทำกิจกรรมร่วมกันในครั้งนี้มีความแตกต่างในหลายด้าน 3) ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจหลังจากร่วมกิจกรรมและสามารถพัฒนารูปแบบโดยผ่านได้ด้วยตนเองมีทั้งผลงานสามารถนำไปจำหน่ายสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นมีผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้นในการจัดแสดงผลงานให้กับผู้ที่สนใจเข้ามาชมจากคณะศึกษาดูงานหรือเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนในประกวดหมู่บ้าน ทั้งนี้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจเพราะผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการในด้านการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยภาคสนามร่วมกับชุมชนกลุ่มอาชีพพรมเช็ดเท้าในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในช่วงระยะเวลาของการวิจัยเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่อไปเมื่อสิ้นสุดการรายงานวิจัยในครั้งนี้ไปแล้วชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในการพัฒนาชุมชนร่วมกันอย่างสม่ำเสมอโดยการใช้เทคนิควิธีการที่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการใช้กระบวนการ AIC หรือการระดมสมองในกรณีอื่นๆที่มีการกำหนดความต้องการการวางแผนการปฏิบัติการตามแผนและการประเมินผลการสะท้อนกลับเพื่อช่วยให้ชุมชนมีความมั่นใจยิ่งขึ้น

5.3.1.2 กรอบความคิดของการศึกษาวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่มีความสนใจในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเอง

5.3.1.3 การถ่ายทอดความรู้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับเยาวชนการนำไปสู่การพัฒนาของชุมชนเอง

5.3.1.4 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถพบว่าความสามารถในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้ตั้งนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรให้การสะสมและส่งเสริมการพัฒนาการแก้ปัญหาของชุมชนในด้านอื่นๆอีกต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้สามารถนำไปใช้ได้อย่างไม่สิ้นสุดอาจในการวิจัยและพัฒนาต่อให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นเทคนิควิธีการในการสร้างสรรค์ผลงานกลยุทธ์ในการเพิ่มมูลค่าเนื่องจากมีตราสินค้ากลางของชุมชนอยู่แล้วจึงสามารถจะเพิ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ หรือสินค้ารูปแบบอื่นได้

บรรณานุกรม

- เกื้อ วงศ์บุญสิน. (2538). **ประชากรกับการพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ข้อมูลเมืองเลย. (2016). **ท่าสวรรค**. เข้าถึงจาก <https://loei.gotoloei.com/บ้านท่าสวรรค> ค้นเมื่อ เมื่อ 11 ตุลาคม 2560.
- _____. (2016). **ตำบลท่าสวรรค**. เข้าถึงจาก <http://loei.kapook.com/นาดวัง/ท่าสวรรค> ค้นเมื่อ เมื่อ 11 ตุลาคม 2560.
- จตุภูมิ สุทธิสาร (2550). **ศรีเอทีพมหาชน. ใน เบรียงเจาะลึกไอเดียเขย่าเมือง**. กรุงเทพฯ : มาร์เก็ตเธียร์.
- ชุตินันต์ สะสองและ บุญทวารณ วิงวอน. (2559). **แนวทางการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์** **เชิง**
สร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ของเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด
แม่ฮ่องสอน. สืบค้นเมื่อ http://www.annualconference.ku.ac.th/cd53/12_016_O100.pdf1
เมื่อ 14 กันยายน 2559.
- ดำรง พิณกุล. (2558). **Creative Manager**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการให้บริการสาธารณะ**. นนทบุรี : สถาบันพระปกเกล้า.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2536). **หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3)**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2546). **Brand Buiding Through IMC. ใน สร้างแบรนด์**. กรุงเทพฯ : เลิฟแอนด์ลิฟ.
- นงลักษณ์ จีวัจ และคณะ. (2556). **การพัฒนาการแปรรูปพืชสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น จากทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนกรณีศึกษาบ้านโพธิ์พัฒนา ตำบลคณที อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร**. สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- นำชัย ทุนผล. (2529). **การมีส่วนร่วมของประชาชน**. คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่.
- เบญจลักษณ์ เมืองมีศรีและคณะ. (2009). **การพัฒนากระบวนการการออกแบบเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจุตโดยการจัดการของชุมชน กรณีศึกษา : ตำบลท่าสะท้อน อำเภอบุพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. NIDA DEVELOPMENT JOURNAL. Vol.49 No.3/2009 หน้า21-38

- เพ็ญศิริ โชติพันธ์. (2549). **กลยุทธ์การตลาด**. อุบลราชธานี : โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ไพฑูรย์ พงศบุตร. (2544). **พจนานุกรมฉบับที่ 27**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ภิกขุ อุดร. (2551). **สู่ทศวรรษ “ธุรกิจต้องมีดีไซน์”**. ใน **The Corporation of Design @Work ธุรกิจที่ต้องมีดีไซน์เรื่องราวความสำเร็จขององค์กรไทย**. กรุงเทพฯ : แพลนพรีนติ้ง.
- มณฑลลี ศาสสนันท์. (2546). **การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมและวิศวกรรมย้อนรอย**. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ยุพาพร รูปงาม. (2545). **การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงานประมาณในการปฏิบัติระบบราชการ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **ศัพท์การตลาดและการโฆษณา**. กรุงเทพฯ : วิธีพัฒนา.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). **หาเรื่องใส่แบรนด์ Cultural Brand Creation. สัมมนาปฏิบัติการสร้างแบรนด์แห่งภูมิปัญญา**. วันที่ 24-25 พฤษภาคม 2555 ณ โรงแรมปัญญาคารา จังหวัดนครราชสีมา.
- เอ็ดวิน อี บ็อบโรว์. (2544). **คู่มือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่**. แปลและเรียบเรียงโดย พิทยา สิทธิอำนวย. จาก **CIG to New Product Development**. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ อาร์ บีซิเนส เพรส จำกัด
- MARKETING JOBS (2009). **แนวโน้มการตลาด**. เข้าถึงจาก http://th.jobsdb.com/th/EN/Resources/JobSeekerArticle/marketing_editor9.htm?ID=18 ค้นเมื่อ เมื่อ 20กันยายน 2560.