



## รายงานวิจัย

การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ  
วิสาหกิจชุมชนเขตนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของ  
เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

**The Development of Learning Process in Good Management and Product Design of  
Dhonburi District Community Enterprise by Community Participation for  
Enhancing the Strength of Sustainable Community Economy Based on  
The Philosophy of Sufficiency Economy**

สมจินตนา จิรายุกุล

วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์

การวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนจากงบประมาณแผ่นดิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ที่ได้รับการเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ

การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ  
วิสาหกิจชุมชนเขตชนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของ  
เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

**The Development of Learning Process in Good Management and Product Design of  
Dhonburi District Community Enterprise by Community Participation for  
Enhancing the Strength of Sustainable Community Economy Based on  
The Philosophy of Sufficiency Economy**

สมจินตนา จิรายุกุล

วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์

การวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนจากงบประมาณแผ่นดิน  
มหาวิทยาลัยราชภัฏชนบุรี  
ที่ได้รับการเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ

2558

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ฉบับนี้ สำเร็จได้จากความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลพไทยลายวิจิตร ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือ และวิทยากรที่มาช่วยฝึกอบรมให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในโครงการต่างๆ รวมทั้งผู้ให้ข้อมูลอื่นๆในพื้นที่

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่สนับสนุนทุนจากงบประมาณแผ่นดิน โดยที่ได้รับการเห็นชอบจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ และขอขอบคุณ ผศ. ดร. ชวลักษณ์ เวชวิทยาตั้ง อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี รศ. ดร. วิไล ตั้งจิตสมคิด รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา และ ดร. พรศิริ กองนวล ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการวิจัย

คณะผู้วิจัย

**ชื่อเรื่อง :** การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์

ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง

ของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

**ชื่อผู้วิจัย:** ดร.สมจินตนา จิรายุกุล และ ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์

**คำสำคัญ:** การบริหารจัดการที่ดี, การออกแบบผลิตภัณฑ์, วิสาหกิจชุมชน, ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรี 2) เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วม ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3) เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรี โดยกรณีศึกษา คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตร ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม รวม 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แนวคำถามการสนทนากลุ่ม และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม แบบสอบถามความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1.สภาพการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีองค์ความรู้ภูมิปัญญา มีคุณค่าความเชื่อด้านศาสนาและวิถีวัฒนธรรม มีเครือข่ายทางสังคม การดำเนินชีวิตเรียบง่ายยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการด้านการผลิตนำองค์ความรู้มาพัฒนาต่อยอด ด้านการเงิน ยังไม่มีระบบ ด้านการตลาด จำหน่ายตามสถานที่จัดแสดงสินค้า ด้านบุคลากร สืบทอดในครอบครัว ปัจจัยที่ส่งเสริม ได้แก่ องค์ความรู้ภูมิปัญญา ความสัมพันธ์ในกลุ่มและชุมชน คุณค่าความเชื่อในศาสนาและศิลปวัฒนธรรม ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ขาดการประชาสัมพันธ์สินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมจากภาครัฐ และการขยายช่องทางการจำหน่าย 2.การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดี ดำเนินการตามขั้นตอนคือ 1) ขั้นตอนการวางแผน (plan) 2) ขั้นตอนการปฏิบัติการและสังเกตผล (act and observe) 3) ขั้นตอนสะท้อนความคิด (reflect) ในการบริหารจัดการ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากร เริ่มจากการวิเคราะห์ความต้องการ ปฏิบัติการศึกษาดูงานหลักเศรษฐกิจพอเพียง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเงิน ด้านการตลาด และร่วมสร้างทายาททางธุรกิจ ผลการพัฒนาด้านการผลิต กลุ่มขนมบดินได้พัฒนาขนมมีหน้าที่น่าสนใจมาคกแต่งหลากหลายบรรจุในบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยนี้ กลุ่มปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตรได้พัฒนาลวดลายปลาตะเพียนและบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ ทั้งสองกลุ่มมีการทำบัญชีรับจ่ายอย่างมีระบบและต่อเนื่อง ด้านการตลาดมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์และทายาททางธุรกิจทั้งสองกลุ่มได้ร่วมพัฒนาและสืบทอดกิจการของกลุ่ม 3.การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์มีการวางแผนวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ อบรมการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ปฏิบัติการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ สร้างจุดเด่น ทัศนศิลป์อัตลักษณ์ การสื่อสารเรื่องราว ความเป็นมา คุณค่าทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ลงในตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าขนมบดินและปลาตะเพียนลุ่มไทย

**Research Title:** The Development of Learning Process in Good Management and Product Design of Dhonburi District Community Enterprise by Community Participation for Enhancing the Strength of Sustainable Community Economy based on The Philosophy of Sufficiency Economy.

**Researchers:** Dr. Somjintana Jirayukul , Dr. Wisit Phothisawat

**Keywords:** Management, Product Design, Community Enterprise, the Philosophy of Sufficiency Economy

The objectives of this research were to study 1) the conditions and factors of management and product design of Community Enterprise in Dhonburi District 2) to develop the learning process of good management of Dhonburi District Community Enterprise by Community Participation for Enhancing the Strength of Sustainable Community Economy based on The Philosophy of Sufficiency Economy 3) to develop the learning process of product design of Dhonburi District Community enterprise by case study, which are Bo-din folk cake community enterprise and Palm Leafed-Fishshaped Ornament community enterprise. The participants were leader and members of the community total 20 people. The research tools were in-depth questionnaire, guideline for focus group discussion, participation observation and non participation observation, and satisfaction questionnaire. For data analysis, the content analysis was applied. As the result of this research, it was found out that 1. The conditions of management of community enterprise are local wisdom, value and belief of religion and culture style, social network, and simple living in sufficient economy. On the management of the production, new knowledge for development further was found. For the finance, there is no system at present. However, marketing has been performed at the places that the products are displayed and the personnel are descended within the families. The promote factors are local wisdom, the relations in group and community, the value and belief in religions and art & culture. On the other hand, the obstacle factors are lack of product relations, product design, public promotion, and increasing of sales channel. 2. The development of learning process in good management had been done according to these steps: 1) Planning 2) Act and Observe 3) Reflect in 4 dimension of management: production, marketing, finance, and personnel starting from the analysis of needs, study of sufficient economy, workshop in finance, marketing and promote business heirs. As the result of development, it was found that for the production the Bo-din folk cake community enterprise had developed their product by decorate the top image of their product in many designs. Palm Leafed-Fishshaped Ornament Community Enterprise had better designs and packed the product in new style. Both groups have kept their account books of income and expense systematically and continuously. For marketing, the sale channels have been increased by online media and their business descendants of both groups joined together in development and descending the businesses. 3. The development of learning process of product design has planning on product analysis, training on the design of product image, action of developing and design the package and symbol, create visual arts and identities for product, communication on the story, background, value of culture and lifestyle in the brand symbol and packaging of the product of both community enterprises.

## สารบัญ

## หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	จ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	8
ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	16
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....	30
ตอนที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับเขตรักษาพันธุ์.....	40
ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้.....	43
ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง.....	61
ตอนที่ 7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	62

## สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	71
ระเบียบวิธีวิจัย.....	71
วิธีดำเนินการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	71
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1.....	74
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2.....	74
วัตถุประสงค์ข้อที่ 3.....	75
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาศภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี.....	78
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการ ที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมตามปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง.....	95
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาระบบการเรียนรู้ในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี.....	118
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	139
สรุปผลการวิจัย.....	139
อภิปรายผล.....	149
ข้อเสนอแนะ.....	154
เอกสารอ้างอิง.....	155
ภาคผนวก.....	
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมสนทนากลุ่ม(Focus Group Discussion)	
ภาคผนวก ข ประเด็นในการประชุมสนทนากลุ่ม(Focus Group Discussion)	

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1	วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในพื้นที่เขตธนบุรี..... 42
2	การประเมินความพึงพอใจในการอบรมเชิงปฏิบัติการการบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับ วิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง..... 104
3	การประเมินความพึงพอใจในการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหาร จัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน..... 107



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....6
1	แสดงการใช้รูปแบบอักษรในฐานะสัญลักษณ์ อักษร P สื่อสารถึงความหมายของที่จอดรถ27
2	แสดงรูปแบบและมุมมองของการเลือกใช้สัญลักษณ์ .....28
3	ตัวอย่างการคัดเลือกรูปต้นฉบับที่ให้ความหมาย..... 29
4	ภาพตัวอย่างการพัฒนาสัญลักษณ์.....30
5	วิสาหกิจชุมชนชนมบดิน.....80
6	ขั้นตอนการทำชนมบดิน..... 82
7	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชนมบดินเดิมก่อนที่จะพัฒนาจากการวิจัย..... 84
8	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร..... 86
9	แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร..... 90
10	การออกร้านแสดงสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร..... 92
11	ปลาตะเพียนสานในบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกใสก่อนการพัฒนารูปแบบ..... 93
12	ศึกษาดูงานโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา.....102
13	การอบรมเชิงปฏิบัติการบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตาม หลักเศรษฐกิจพอเพียง..... 103
14	การเข้าร่วมโครงการของทายาททางธุรกิจของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน..... 109
15	ทายาททางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนร่วมกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ การสานปลาตะเพียนและการสานใบลานเป็นรูปสัตว์ต่างๆ เช่น นก เต่า เป็นต้น.....109
16	การพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ในเฟสบุ๊กของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชนมบดิน.....112
17	การพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ในเฟสบุ๊ก ของกลุ่มวิสาหกิจปลาตะเพียน ฉลุไทยลายวิจิตร โดยใช้ชื่อใน เฟสบุ๊ก ว่า Apple Chada Nang..... 112

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
18 บรรยายภาพการจัดประชุมอภิปรายกลุ่ม (focus group discussion).....	117
19 บรรยายภาพการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์.....	119
20 การประชุมวิเคราะห์ภาพลักษณ์สินค้าและร่วมกันออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนจลุไทยลายวิจิตร..	119
21 แสดงแบบตราสัญลักษณ์สีและขาวดำ ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนชนมบดินจากการออกแบบร่วมกันระหว่างผู้วิจัย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์และผู้ประกอบการ.....	124
22 แสดงแบบสีผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนชนมบดิน.....	125
23 แสดงแบบภาพผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนชนมบดิน ชุดที่ 1 โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์.....	125
24 แสดงแบบภาพผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนชนมบดิน ชุดที่ 2 โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์.....	126
25 แสดงแบบตราสัญลักษณ์สี-ขาวดำ ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนจลุไทยลายวิจิตร โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์ ออกแบบร่วมกับผู้ประกอบการ.....	127
26 แสดงแบบสีผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนจลุไทยลายวิจิตร.....	128
27 แสดงแบบภาพผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนจลุไทยลายวิจิตร.....	128
28 แสดงแบบภาพผลิตภัณฑ์เมื่อใช้ร่วมกับกราฟิกตราสัญลักษณ์ ปลาตะเพียนจลุไทยลายวิจิตร โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์.....	129
29 แสดงแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนชนมบ้านบดิน โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์.....	130
30 แสดงแบบภาพผลิตภัณฑ์เมื่อนำไปใช้ร่วมกับสื่อสร้างภาพลักษณ์ถุงกระดาษ โดย ดร. วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์.....	131

## สารบัญภาพ(ต่อ)

### ภาพ

### หน้า

31	แสดงแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ปลาตะเพียนसानฉลุลาย สำหรับขนาดบรรจุที่ 1 โดย ดร. วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์.....	131
32	แสดงแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจ ชุมชน ปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร สำหรับขนาดบรรจุที่ 2 โดย ดร. วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์....	132
33	ขนมบดินในกล่องบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ออกแบบจากกระบวนการวิจัยนี้.....	133
34	ขนมบดินในกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาวางจำหน่าย.....	134
35	ปลาตะเพียนในบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ออกแบบจากกระบวนการวิจัยนี้.....	135
36	ปลาตะเพียนसानในบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้าที่ได้จากการพัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และนำไปจำหน่ายและจัดแสดงในงานต่างๆ.....	136

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวทางการพัฒนาประเทศไทยนับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 - 2509) เป็นต้นมา มีการพัฒนาบนพื้นฐานยุทธศาสตร์การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และอุดมการณ์การพัฒนาไปสู่ความทันสมัย ซึ่งเน้นค่านิยมในเรื่องการแข่งขัน(competitive) การพัฒนาอุตสาหกรรม(industrialization) และการทำให้เป็นเมือง (urbanization) เป็นวิธีการพัฒนาที่เป็นวิถีทางเดียวของการพัฒนาของประเทศต่างๆทั่วโลกนับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมาที่มุ่งสู่ความทันสมัยเป็นหลัก โดยมีเศรษฐศาสตร์กระแสหลักเป็นกรอบแนวคิดของการพัฒนาเป็นกระบวนทัศน์ที่มุ่งบรรลุเป้าหมายในเชิงปริมาณหรือความเติบโตทางวัตถุ การแสวงหาความมั่งคั่งสูงสุด แสวงหากำไรสูงสุด (profit maximization) และแสวงหาความพอใจสูงสุดจากการบริโภค

ผลของการพัฒนาดังกล่าวทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำของการกระจายผลการพัฒนาที่ไม่เท่าเทียมกัน ปัญหาความยากจนและ ปัญหาการกระจายรายได้ยังคงเป็นปัญหาสำคัญของสังคมไทยติดต่อกันมาตั้งแต่ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 จนถึงฉบับที่ 11 ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน แม้ว่ารัฐบาลได้ให้ความสนใจพัฒนาส่วนที่เป็นเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศมากขึ้น ดังปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ฉบับที่ 8 จนถึงฉบับที่ 11 ข้อมูลในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) (2559 : 5) ช่องว่างของกลุ่มรวยสุดกับกลุ่มจนสุดยังแตกต่างกัน 22.8 เท่า ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแม้ว่าการลดปัญหาความยากจนและการกระจายรายได้จะเป็นเป้าหมายหนึ่งที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเกือบทุกฉบับรวมทั้งนโยบายของภาครัฐที่หันมาแก้ปัญหาและส่งเสริมเศรษฐกิจภาคชนบทหรือชุมชนมากขึ้นก็ตามแต่ในทางปฏิบัติยังไม่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างจริงจัง เมื่อเป็นเช่นนี้ ทุกฝ่ายควรหันมาส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งเป็นเศรษฐกิจของคนส่วนใหญ่ของประเทศ ที่เป็นเศรษฐกิจระดับฐานราก เพราะเศรษฐกิจชุมชนคือเศรษฐกิจพื้นฐานหรือเศรษฐกิจแท้ของประเทศ และวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นธุรกิจที่ดำเนินการโดยกลุ่มคนในชุมชนร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ ร่วมประเมินและร่วมรับผลประโยชน์ โดยใช้ทุนของชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นฐานปัจจัยในการผลิต การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนอยู่ภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ดังนั้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้แก่ชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนที่ทำให้ชุมชนเกิด “พลังการเรียนรู้” และระบบความรู้ที่ใช้นี้มิใช่เพียงความรู้เดิมที่สามารถสนองตอบความต้องการของชุมชนในยุคก่อนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่มีการค้าเท่านั้น แต่เป็นระบบความรู้ที่มีการบูรณาการโดยนำความรู้สมัยใหม่กับความรู้ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดความเข้มแข็งยิ่งขึ้น โดยให้การศึกษามีส่วน

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของ ประชาชนและสร้าง เศรษฐกิจชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริม ให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้สามารถพึ่งพา ตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง กลุ่มงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2549) ได้อธิบาย ความหมายของ วิสาหกิจชุมชนไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) หมายถึง กิจกรรมของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มี ความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคล ในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน การ ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการจัดการทุนของชุมชน ได้แก่ ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ประเพณี และวัฒนธรรม ของท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง

ประเทศไทยมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนอยู่เป็นจำนวนมาก โดยในกรุงเทพมหานครมีวิสาหกิจชุมชน แบ่งออกตามกลุ่มบริการ ได้แก่ ร้านค้าชุมชน ออมทรัพย์ชุมชน ท้องเที่ยว สุขภาพและบริการอื่นๆ จำนวนทั้งสิ้น 41 แห่ง โดยวิสาหกิจบางแห่งยังดำเนินงานอยู่ บางแห่งก็ปิดตัวเองไป จากการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ของกรมส่งเสริมการเกษตร ข้อมูล ปี 2556 พบว่า จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียน มีจำนวน 72,956 แห่ง ได้รับการประเมินศักยภาพ 46,698 แห่ง ได้รับการประเมินในระดับดี เพียงร้อยละ 32.45 ระดับปานกลาง ร้อยละ 50.45 และระดับปรับปรุงร้อยละ 17.10 และข้อมูลจากการศึกษางานวิจัยที่ทำการศึกษาสถานการณ์ต่างๆ ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน (ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ อุทิศ สังขรัตน์, 2556) พบว่า ปัญหา และอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนไม่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านทุนการผลิต ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาในการบริหารจัดการ ซึ่ง จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้าให้ความช่วยเหลือ แก่วิสาหกิจชุมชนเพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ

เขตธนบุรีเป็นเขตหนึ่งในกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตอนุรักษ์เมืองเก่า แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 7 แขวงได้แก่ แขวงวัดกัลยาณ์ แขวงหิรัญรูจี แขวงบางยี่เรือ แขวงตลาดพลู แขวงบุคคโล แขวงสำเหร่ และแขวงดาวคะนอง เขตธนบุรีมีประวัติศาสตร์ชุมชนมาอย่างยาวนาน มีชุมชนเก่าแก่ที่ก่อตั้งมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา คนที่อยู่อาศัยมีความแตกต่างกันทางชาติพันธุ์ทั้ง ไทย จีน มอญ มุสลิม และฝรั่งเชื้อสายโปรตุเกส ซึ่งตั้งรกรากมาหลายร้อยปี มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งการเรียนรู้ของชุมชนทางด้านศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นปราชญ์ชาวบ้านมากมาย มีการรวมกลุ่มประดิษฐ์สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความปราณีต งดงาม เป็นมรดกทางวัฒนธรรมหลากหลายสาขา อาทิเช่น สาขาศิลปกรรม ด้านหัตถกรรม ได้แก่ หัตถกรรมของจิว ปลายะเพียนฉลุลายไทย เครื่องประดับกะลามะพร้าวประกอบเงิน หวีโขนบ้านศิลปะไทย เครื่องประดับเงินลงคำและทอง ฯลฯ สาขาศิลปกรรม ด้านงานประดิษฐ์ ได้แก่ งานประดิษฐ์จากผ้าใยบัว หมู่ออมสิน งานประดิษฐ์จากลูกปัดเลื่อมคริสตัล มาลัยสองชาย/เหรียญโปรยทาน ฯลฯ สาขาคหกรรม ได้แก่ ขนมฝรั่งกุฎีจีน ขนมบดิน หมี่กรอบ ร 5 ฯลฯ สาขาสาธารณสุข ได้แก่ สมุนไพร การปรุงยา การนวดแผนโบราณ เป็นต้น การรวมกลุ่มประดิษฐ์ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าว มีทั้งในรูปแบบของกลุ่มแม่บ้าน และวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียน

จากการลงพื้นที่ศึกษาสภาพและปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรีในเบื้องต้นของผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาสาขาวิชาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่ศึกษาในรายวิชาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2556 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวประสบปัญหาในการดำเนินงานหลายด้าน อาทิเช่น ด้านการรวมกลุ่ม สมาชิกกลุ่มลดลงและมีอายุมากขึ้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นกำลังจะสูญหายเนื่องจากขาดผู้สืบทอด ด้านการบริหารจัดการ ขาดการบริหารจัดการที่ดี ด้านการผลิตสินค้า มีวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม ไม่ทันกับคำสั่งซื้อ ปัจจัยการผลิตมีราคาสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ด้านการเงิน เงินทุนมีน้อย ขาดการระดมทุน และการบริหารเงินทุน ด้านการตลาด ขาดช่องทางการตลาดใหม่ๆ และการส่งเสริมด้านการตลาดจากภาคส่วนต่างๆ ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า ขาดการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ช่วยส่งเสริมในกระบวนการผลิตและการตลาด ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีลักษณะที่ไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์

คณะผู้วิจัยในฐานะบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่เป็น “คลังสมอง” ของท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน และก่อตั้งขึ้นตามปรัชญาการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ดังนั้นภารกิจในการวิจัยและการบริการทางวิชาการเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนท้องถิ่น ทั้งตามภารกิจบทบาทหน้าที่และตามสภาพที่ท้องถิ่นคาดหวัง จึงได้จัดทำการวิจัยนี้ขึ้นเพื่อพัฒนาให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเขตรุนบุรี ซึ่งเป็นแหล่งการผลิตสินค้าชุมชนที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม และในขณะเดียวกันหากวิสาหกิจชุมชนดำเนินการประสบผลสำเร็จก็จะส่งผลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในเขตรุนบุรีมีความเข้มแข็ง และการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะช่วยเสริมสร้างให้ชุมชนมีภูมิคุ้มกันที่ดี มีการดำเนินงานตามหลักเหตุผล ความพอประมาณ มีความรู้และคุณธรรม ซึ่งส่งผลดีต่อสังคมในภาพรวมของชุมชนในเขตรุนบุรีด้วย ดังนั้นจากการที่ผู้วิจัยได้ทราบปัญหาและความต้องการเบื้องต้นของกลุ่มวิสาหกิจดังกล่าว จึงเห็นว่าการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการโดยผ่านกระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้ บรรลุเป้าหมาย สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน โดยอยู่ภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นวิถีในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และผลจากการวิจัยนี้จะส่งผลดีและมีประโยชน์โดยตรงทั้งในระดับบุคคล ชุมชน ท้องถิ่น สถาบันการศึกษารวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติได้นำไปใช้พัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนให้มีความก้าวหน้าต่อไปด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรุนบุรี
2. เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตรุนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
3. เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรุนบุรี

## ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตในการวิจัยดังนี้

(1) **ขอบเขตการศึกษา** การวิจัยครั้งนี้ใช้ วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เป็นการวิจัยที่ผสมผสานการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research) กับ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) รวมทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เข้าด้วยกัน เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี

(2) **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การพัฒนาการบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรีในครั้งนี้ ขอบเขตการศึกษาตามกรอบการบริหารจัดการที่ดี 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบุคลากร ส่วนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ศึกษา การออกแบบภาพลักษณ์ (image) ของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

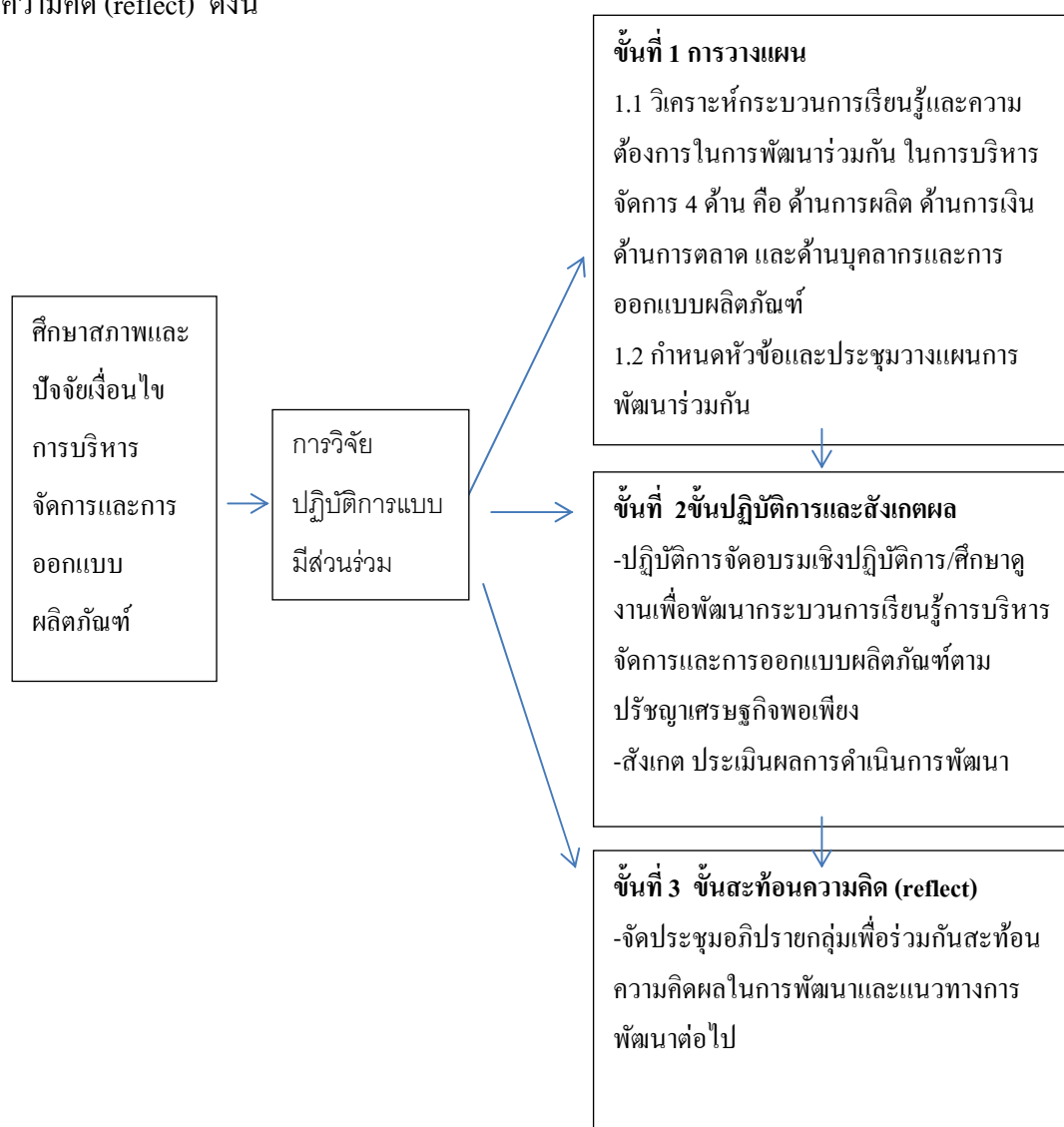
(3) **ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย** คือ วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนและอยู่ในพื้นที่เขตรชนบุรี โดยเลือกแบบเจาะจง (purposive random sampling) ตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น คือ กลุ่มเป้าหมาย ที่ยังคงดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ในปีที่ผ่านมาโดยมีผลงานอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มวิสาหกิจให้ความร่วมมือ และเต็มใจในการร่วมทำวิจัย สถานที่ในการลงพื้นที่ศึกษาที่มีความสะดวกและปลอดภัยในการเข้าถึงพื้นที่ รวมทั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมในการร่วมพัฒนาตามกรอบการวิจัย ด้านการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการวิจัยนี้กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการเลือกเป็นกรณีศึกษา คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลไทยลายวิจิตร

(4) **ขอบเขตด้านเวลา** การวิจัยนี้ มีระยะเวลาที่ศึกษา ตามขั้นตอนกระบวนการวิจัย ตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ.2557 ถึง เดือนมกราคม 2559



### กรอบแนวความคิดของการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดย ใช้หลักการตามแนวคิดของ Kemmis and McTaggart (2000: 505) ตามวงจรวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ขั้นวางแผน (plan) ขั้นปฏิบัติการและสังเกตผล (act and observe) และขั้นสะท้อนความคิด (reflect) ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**วิสาหกิจชุมชน** หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพัฒนาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

**การบริหารจัดการที่ดี** หมายถึง การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพในการบริหารงานที่ได้มาตรฐาน ครอบคลุมความสามารถในการบริหารและการจัดการ 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบุคลากร

**การออกแบบผลิตภัณฑ์** หมายถึง การออกแบบภาพลักษณ์(image) ของผลิตภัณฑ์ต่างๆของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการส่งข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ ผ่านรูปแบบการออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ รูปแบบทัศนศิลป์ที่สนับสนุนการรับรู้การตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งใดของวิสาหกิจชุมชน

**กระบวนการเรียนรู้ของวิสาหกิจชุมชน** หมายถึง มุ่งองค์ประกอบหรือกระบวนการของการเรียนรู้ของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย เนื้อหาคำความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และฐานการเรียนรู้ ผ่านวิธีการหรือช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลายจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆและการปฏิบัติ

**วิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรี** หมายถึง วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียน และอยู่ในพื้นที่การปกครองเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 7 แขวง คือ แขวงวัดกัลยาณ์ แขวงหิรัญรูจี แขวงบางยี่เรือ แขวงตลาดพลู แขวงบวรศม แขวงสำเหร่ และแขวงดาวคะนอง

**ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** หมายถึง การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอยู่บนหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน โดยมีความรู้คู่คุณธรรม

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ข้อมูลสภาวะการณ์และปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรี
2. วิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์
3. ได้ข้อมูลและวิธีการในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในเขตธนบุรีและพื้นที่อื่นๆที่มีบริบทใกล้เคียง เพื่อไปประยุกต์ใช้ให้มีการบริหารจัดการและมีแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี เพื่อประโยชน์ของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับเขตรชนบุรี

ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน

ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

ตอนที่ 7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

##### ความหมายและความสำคัญของการบริหารจัดการ

ความหมายของการบริหารจัดการ มีนักวิชาการได้ให้ความหมายกันไว้มากมาย ตามแนวทางที่แต่ละท่านได้ศึกษามา เช่น

Mary Parker Follett (1939) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารจัดการเป็นเทคนิคการทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น

George R.Terry (1979) ได้กล่าวว่า การบริหารจัดการ เป็นกระบวนการของการวางแผนการจัดองค์การ การกระตุ้นและการควบคุมให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน โดยใช้ทรัพยากรบุคคลและอื่น ๆ

James A.F.Stoner (1982) ได้ให้ความหมายว่า การจัดการคือ กระบวนการ (process) ของการวางแผน (planning) การ จัดองค์การ (organization) การสั่งการ (leading) และการควบคุม (controlling)

ดังนั้นการบริหารจัดการจึงมีความหมายที่ครอบคลุมถึง กระบวนการทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ คน เงิน และวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ

### แนวคิดทฤษฎีด้านการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการ ด้านการเงิน ด้านการผลิต และด้านการตลาด โดยในแต่ละด้านมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านการจัดการ ตามทฤษฎีของ Harold Koontz (อ้างถึงใน สมยศ นาวิกาน : 2540) แบ่งเป็น 5 ประเภท คือ

1.1 การวางแผน (planning) หมายถึง กระบวนการในการใช้ความคิดอย่างรอบคอบ เพื่อการตัดสินใจว่าจะทำอะไร (what) ทำไมจึงทำ (why) จะทำเมื่อไหร่ (when) ทำใน พื้นที่ไหน (where) ใครเป็นผู้รับผิดชอบ (who) และจะดำเนินการอย่างไร (how)

1.2 การจัดองค์การ (organizing) หมายถึง การจัดโครงสร้างของงานต่างๆ ตลอดจนอำนาจหน้าที่ในการทำงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผลสำเร็จได้

1.3 การจัดคนเข้าทำงาน (staffing) หมายถึง การคัดเลือกและการบรรจุคนเข้าทำงาน และรักษาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ในองค์กรซึ่งผู้บริหารต้องวางแผน กำลังคนสำหรับตำแหน่งต่างๆ แล้วประเมินกำลังคน ที่มีอยู่ จากนั้นดำเนินการคัดเลือกบุคคลที่มีความเหมาะสมและฝึกอบรมให้บุคลากรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

1.4 การสั่งการ (directing) หมายถึง การใช้ความสามารถชักจูงคนของผู้บริหาร ให้ปฏิบัติงานอย่างดีที่สุด ให้องค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้

1.5 การควบคุม (control) หมายถึง การกำกับให้สามารถรับประกันได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินงานไปนั้น สามารถเข้ากันได้กับแผนงานที่วางไว้

2. ด้านการเงิน (system of internal control) หมายถึงกระบวนการที่ใช้ควบคุมดูแล การใช้ทรัพย์สินต่างๆ ของบริษัทให้เกิดประโยชน์สูงสุด ถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับ ความจำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละอย่าง เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายของบริษัทที่กำหนดไว้ ตัวแปรที่ นำมาใช้พิจารณา ได้แก่

2.1 แหล่งที่มาของเงินทุน(sourecs of total assets) 1) แหล่งที่มาของสินทรัพย์

ทั้งหลายได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์ระยะสั้น ลูกหนี้การค้า ตัวเงินรับ และ สินค้าคงเหลือ 2) แหล่งที่มาของหนี้สิน ได้แก่ หนี้สินระยะสั้น หนี้สินระยะยาว ตลอดจน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ 3) ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มได้แก่ การลงทุนเพิ่มของผู้ถือหุ้น และกำไรสะสมของผู้ถือหุ้น

2.2 แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน (source of the use of assets) อันจะพิจารณาถึงการ  
ใช้ไปของเงินทุนในส่วนของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น

2.3 ผลการดำเนินงานของบริษัท (the financial operation) ซึ่งจะพิจารณาถึงผลการ  
ดำเนินงานของบริษัท

3. ด้านการผลิต (production management) หมายถึง การพิจารณาศึกษากิจกรรม ทางการผลิต  
ที่จำเป็นและมีผลต่อการก่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่ใช้นำมาศึกษา ได้แก่ วัตถุดิบ  
ของการผลิต การควบคุมการผลิต และคุณภาพการผลิต

4. ด้านการตลาด (marketing mix หรือ 4 P's) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปร  
ทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย  
ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด  
(promotion)

4.1 ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งเสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของ  
ลูกค้า ให้พึงพอใจ ประกอบด้วย สินค้า (goods) บริการ (services) ความคิด (ideas) สถานที่ (place)  
องค์กร (organizations) หรือบุคคล (persons) โดยที่ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ และมีมูลค่า (utility  
and value) ในสายตาลูกค้าจึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

4.2 ราคา (price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลต้องจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าใน  
รูปเงินตรา หรืออาจหมายถึงจำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ  
การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์

4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย  
สถาบันการตลาด และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากสถานที่ผลิต ไปยังตลาด ทำ  
ให้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการสามารถหาได้ง่ายสำหรับการบริโภค สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ ตลาด  
เป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การ  
คลัง และการเก็บรักษาสินค้า

4.4 การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง

ผู้ขายกับ ผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสาร เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร มีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งอย่าง หรือใช้ประสมประสานกันโดยพิจารณาถึงความเหมาะสม กับ ลูกค้ำ ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายรวมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ การโฆษณา (advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) และการส่งเสริมการขาย (sales promotion)

### ปัจจัยหรือทรัพยากรการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการทุกประเภทจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหรือทรัพยากรทางการบริหารจัดการที่สำคัญ ได้แก่ บุคลากร(man) งบประมาณ (money) วัสดุอุปกรณ์ (material) และการจัดการ (management) หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า 4M's ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ใช้ในการบริหาร เพราะการบริหารจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพมีปริมาณเพียงพอ ต้องได้รับงบประมาณสนับสนุนการดำเนินการเพียงพอ ต้องมีวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแผนงานและโครงการและต้องมีระบบการจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ธงชัย สันติวงษ์ (2543:7-8) และสมคิด บางโม (2545:61-62) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยในการจัดการที่เป็นมูลเหตุที่สำคัญและผู้บริหารทุกคนต้องสนใจในงานด้านการบริหารจัดการ คือ

- 1) คน (man) ทรัพยากรบุคคลที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่จะก่อผลสำเร็จให้กับกิจการได้อย่างมาก ทั้งนี้ในแง่ของปริมาณและคุณภาพ
- 2) เครื่องจักร (machine) คือ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่จัดหาและซื้ออย่างพิถีพิถัน เพื่อใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า
- 3) เงินทุน (money) นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การสนับสนุนในการจัดหาทรัพยากรเพื่อหล่อเลี้ยงและเอื้ออำนวยให้กิจกรรมขององค์กรดำเนินไปโดยไม่ติดขัด
- 4) วัสดุสิ่งของ (material) ถือเป็นปัจจัยที่มีปริมาณและมูลค่าสูงไม่ต่างไปจากปัจจัยตัวอื่น ๆ เพราะวัตถุดิบและสิ่งของเหล่านี้จะต้องมีการจัดหามาใช้ดำเนินการผลิต

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การบริหารจัดการเป็นเรื่องของการผสมผสานหรือบูรณาการทรัพยากรการจัดการ ประกอบด้วย คน (man) เงิน (money) วัสดุอุปกรณ์ (material) วิธีการ (method) ตลาด (market) โดยมีข้อมูลข่าวสาร (information) และเวลา(time)ที่เหมาะสม

**การบริหารจัดการที่ดีเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน** หมายถึง การจัดการสิ่งต่าง ๆ ในกระบวนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ประสบความสำเร็จด้วยดี ประกอบด้วย (บพิตร ปรีพณณาก, 2558)

1. วางแผนดี คือ การคิดก่อนทำ รวมถึงการคิดวางแผนหรือเตรียมการไว้ล่วงหน้า เป็นการคิด
2. แบ่งงานดี คือ การจัดแบ่งงานให้เหมาะสมว่าจะต้องประกอบด้วยกี่ฝ่ายแต่ละฝ่ายต้องทำอะไรบ้าง ให้ได้ผลอย่างไร และผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบต้องทำอะไรบ้างจึงจะเรียกว่าทำหน้าที่ได้ดี
3. จัดคนดี คือ การคัดเลือกและมอบหมายผู้ที่มีคุณสมบัติ มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานให้เข้าอยู่ในตำแหน่งต่าง ๆ ให้เพียงพอและพอดี
4. สั่งการดี คือ สั่งการได้ชัดเจน เป็นที่เข้าใจ และเป็นทีพอใจของผู้รับคำสั่ง
5. สร้างกำลังใจดี คือ ทำให้ทุกคนที่ทำงานด้วยกันมีกำลังใจสูงในการทำงานอยากจะทำงานให้ดีและสำเร็จ รู้สึกสนุก และมีความภูมิใจในงานที่ทำ
6. แก้ปัญหาดี คือ เมื่อมีปัญหาหรือข้อขัดข้องเกิดขึ้นก็ไม่ตกใจหรือกังวลมากเกินไป แต่สามารถวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและหาแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม
7. ตัดสินใจดี คือ รู้จักวิเคราะห์ข้อเท็จจริง เหตุผลและทางเลือกต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจ แล้วตัดสินใจเลือกทางที่เห็นว่าดีที่สุด
8. ทำบัญชีดี คือ มีการทำบัญชีอย่างถูกต้อง เป็นปัจจุบัน โปร่งใสสมาชิกทุกคนสามารถตรวจสอบได้ เช่น บัญชีรายรับ รายจ่าย ทรัพย์สิน หนี้สิน รวมถึงบัญชีสินค้าที่อยู่ในสต็อกและบัญชีวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตคงเหลือ เป็นต้น
9. ติดตามงานดี คือ มีการตรวจสอบ ติดตามงานเป็นระยะ ๆ เพื่อดูว่ากิจการงานต่าง ๆ ก้าวหน้าไปอย่างไร ได้ผลอย่างไร มีปัญหาข้อขัดข้องอะไรบ้าง มีช่องทางปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาในแต่ละเรื่องอย่างไร และนำมาพิจารณาไตร่ตรองเพื่อกำหนดแนวทาง และวิธีการที่จะทำให้การประกอบกิจการโดยรวมเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

#### **ปัจจัยที่ทำให้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ**

1. สมาชิก มีความเข้าใจเป้าหมายร่วมกัน ให้ความร่วมมือกับส่วนรวม และมีคุณธรรม 5 ประการ ได้แก่ ซื่อสัตย์ เสียสละ รับผิดชอบร่วมกัน เห็นอกเห็นใจ และไว้วางใจกัน
2. ผู้นำหรือแกนนำ มีความเข้มแข็ง ซื่อสัตย์ เสียสละ สนใจใฝ่เรียนรู้ สื่อสารกับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ให้กำลังใจสมาชิกและผู้ร่วมงานอย่างสม่ำเสมอ

3. การบริหารจัดการ เน้นเป้าหมายเพื่อพึ่งพาตนเอง มีโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน แบ่งงานตามความสามารถ โปร่งใส ยืดหยุ่น ปรับตัวได้ มีศูนย์ประสานงาน

4. การติดต่อสื่อสาร เป็นประจำต่อเนื่อง สม่ำเสมอ รับฟังความคิดเห็นของทุกคน ร่วมอภิปราย หรือมีการถกเถียงกันด้วยเหตุผล

5. การสนับสนุนจากภายนอก สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของชุมชน มีความต่อเนื่อง ยืดหยุ่น ควรเน้นกระบวนการเรียนรู้โดยให้ชุมชนเรียนรู้วิธีคิดมากกว่าให้ทำตามสูตรสำเร็จหรือเลียนแบบวิธีทำ

### **ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน**

1. สมาชิก ขาดความเข้าใจเรื่องวิสาหกิจชุมชน หวังได้สิทธิประโยชน์มาก ๆ ขาดความเชื่อมั่นในวิสาหกิจชุมชนและแกนนำ

2. ผู้นำหรือแกนนำ เชื่อใจกันมากเกินไป สื่อสารกันไม่เข้าใจ ไม่ซื่อสัตย์ ขาดความเชื่อมั่นในสมาชิก

3. การบริหารจัดการ ขาดการบริหารที่ดี กำหนดเป้าหมายไม่สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริง ภาระเบียดเบียนเปลี่ยนแปลงบ่อย คณะทำงานมีน้อย ขาดคนรุ่นหลังรับช่วงงาน

4. การติดต่อสื่อสาร การสื่อสารระหว่างผู้นำกับสมาชิกมีน้อยหรือไม่ทั่วถึง

5. การสนับสนุนจากภายนอก ไม่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สนับสนุนไม่ทันสถานการณ์ มีความขัดแย้งทางการเมืองทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

### **แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน**

แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่บอกว่าวิสาหกิจชุมชนต้องการจะไปทิศทางไหนและจะไปถึงที่นั่นได้อย่างไร ประกอบด้วยวิสัยทัศน์หรือสิ่งที่ต้องการจะเป็นพร้อมด้วยวิธีการซึ่งก็คือแผนงาน โครงการต่าง ๆ ที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนร่วมกันคิด ร่วมกันทำ โดยคำนึงถึงทุนของตนเองเป็นหลัก ได้แก่ ทุนทางสังคม ทุนความรู้ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทรัพยากร และเงินทุน แต่ถ้าหากมีทุนจากหน่วยงานราชการหรือองค์กรภายนอกเข้ามาสนับสนุนก็จะเป็นการเติมเต็มหรือเสริมหนุนให้การดำเนินงานต่าง ๆ ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้นและเร็วขึ้น

แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ดีเกิดจากการเรียนรู้และการจัดระบบ ระเบียบความคิดใหม่โดยอยู่บนฐานข้อมูลที่เป็นจริงและความรู้ที่ถูกต้องที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิก ดังนั้นการจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจึงไม่ใช่การคิดเอาเอง แต่เป็นการค้นหาศักยภาพ สภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงและ มีการกำหนดแนวทาง วิธีการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม



### ประโยชน์ของแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

1. มีกรอบและทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน
2. การทำงานมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว
3. การทำงานเป็นระบบ มีการแบ่งงาน การประสานงาน การควบคุมงาน และการประเมินผล
4. ประหยัดงบประมาณ เวลา และลดการสูญเสียในสิ่งที่ไม่จำเป็น
5. การทำงานไม่เกิดความซ้ำซ้อน

**การจัดทำแผนพัฒนาการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน** แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ควรครอบคลุมหลาย ๆ ด้าน ดังนี้

1. แผนพัฒนากิจการ/ธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เช่น การระดมทุน การขยายกิจการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุกิจภัณฑ์ การปรับปรุงโรงเรือน อาคาร สถานที่ เป็นต้น
2. แผนพัฒนามูลฐาน เช่น การให้ความรู้แก่สมาชิก การพัฒนาศักยภาพของแกนนำ เป็นต้น
3. แผนพัฒนาด้านสังคมหรือการมีส่วนร่วมกับชุมชน เช่น การส่งเสริมการออมเพื่อความมั่นคงของครอบครัวสมาชิก การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนหรือสาธารณะประโยชน์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม เป็นต้น

### การเรียนรู้เพื่อจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

แนวคิด และแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาของภาคประชาชนที่ประสบความสำเร็จไม่ว่าจะเป็นการจัดทำแผนแม่บทชุมชนหรือแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพบว่าผู้นำชุมชนได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้ ใน 3 เรื่องหลัก ดังต่อไปนี้

#### 1. การรู้จักตนเอง

เป็นการเรียนรู้เพื่อให้ชุมชนรู้และตระหนักในศักยภาพและข้อจำกัดของตน รู้ปัญหาและสาเหตุของปัญหาในชุมชน หลักสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ในขั้นนี้ คือการเรียนรู้บนฐานข้อมูลและข้อเท็จจริงของชุมชน ฉะนั้น ผู้เข้าร่วมกระบวนการนี้จึงต้องช่วยกันค้นคว้า สำรวจ เก็บและบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตนเอง เช่น หนี้สิน รายได้ รายจ่าย ผู้รู้ ทรัพยากรธรรมชาติ ผลผลิต ความรู้ และองค์กรในชุมชน เป็นต้น ข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ได้นี้จะถูกนำมาสรุปและวิเคราะห์ร่วมกันในเวทีเรียนรู้

#### 2. การรู้จักโลก

เน้นให้ชุมชนได้รู้เห็นความเป็นไปของโลกภายนอก หรือสิ่งที่เกิดขึ้นนอกชุมชนทั้งในและต่างประเทศ เป้าหมายสำคัญของการเรียนรู้ คือการแสวงหาความรู้ความคิดใหม่ คุณค่าใหม่ และการ

### 3. การกำหนดทิศทางตนเอง

เป็นการประมวลความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ทั้งหมดคือการรู้จักตนเองและการรู้จักโลกมา กำหนดทิศทางของชุมชนที่จะก้าวต่อไปอย่างมั่นคงและปลอดภัย ซึ่งทิศทางที่กำหนดขึ้นก็คือแผนแม่บทชุมชนหรือแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั่นเอง โดยมีแผนงาน โครงการต่าง ๆ เป็นสิ่งกำหนดแนวทางและมาตรการที่จะเดินไปสู่เป้าหมายของชุมชนตามทิศทางที่กำหนดไว้

#### กระบวนการในการจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

การจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นจะต้องมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนที่ต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน ซึ่งเรียกรวมกันว่ากระบวนการจัดทำแผนพัฒนา ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลปัญหาของชุมชนและสาเหตุ ข้อมูลศักยภาพของชุมชน ผู้นำ แกนนำ ความรู้ภูมิปัญญา ทรัพยากร ทูทางสังคมและเงินทุน เป็นต้น

ข้อมูล หมายถึงรวมถึง ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและชุมชน สถานการณ์ปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อวิสาหกิจชุมชน ประวัติความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนและชุมชน เอกลักษณะทางวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดความภูมิใจ ทรัพยากรที่หลากหลาย ความรู้ภูมิปัญญา ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ เงินทุน หนี้สิน รายรับ รายจ่าย ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนและชุมชน ตลอดจนความต้องการที่แท้จริงของวิสาหกิจชุมชน

2. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลมาจัดระบบ ระเบียบเพื่ออธิบายถึงปรากฏการณ์ต่าง ๆ อย่างเป็นเหตุเป็นผลเชื่อมโยงกัน ดังนั้นการได้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงจะช่วยให้การจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีประสิทธิภาพ และแผนที่ได้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของชุมชน

3. การเลือกตัดสินใจที่จะกำหนดแนวทางหรือแผนปฏิบัติงานที่มีความชัดเจน เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติตามแผน

4. จัดเวทีประชาพิจารณ์ คือการนำแผนเสนอต่อที่ประชุมใหญ่เพื่อให้สมาชิกร่วมกันพิจารณาถึงความเหมาะสม ความเป็นไปได้และขอความเห็นชอบจากสมาชิก

5. การปฏิบัติตามแผน โดยการนำแผนมาศึกษาให้เข้าใจแล้วแบ่งงานให้แก่ฝ่าย หรือ มอบหมายให้ผู้รับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่หรือตามความสามารถ โดยแกนนำต้องพยายามทำให้มีการพบปะพูดคุยกัน ให้เกิดการประสานงานและเกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานร่วมกัน

6. การติดตามและการประเมินผล เพื่อติดตาม ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน ตลอดจนแก้ไขปัญหา อุปสรรค ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งมีทั้งการติดตามประเมินผลก่อนดำเนินการ เป็นการ ประเมินความพร้อม เช่น คน เงิน วัสดุอุปกรณ์และความพร้อมด้านอื่น ๆ การติดตามประเมินผล ระหว่างดำเนินการ เพื่อรับทราบความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรค เป็นการควบคุมกำกับให้การปฏิบัติงาน ดำเนินไปตามแผน และการประเมินผลหลังสิ้นสุดโครงการเป็นการสรุปผลสำเร็จของโครงการที่ เกิดขึ้นซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ

**หลักการเขียนโครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ควรมีรายละเอียด ดังนี้**

โครงการ จะทำอะไร มีหลักการและเหตุผล โครงการมีความสำคัญอย่างไร ทำไมต้องทำ มีวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายของโครงการที่อยากให้เกิดขึ้นคืออะไร มีวิธีดำเนินการ ทำอย่างไร(อาจมี หลายขั้นตอน/วิธีการหรือหลายกิจกรรม) กำหนดเวลา เริ่มต้นทำเมื่อไร คาดว่าจะเสร็จเมื่อใด ค่าใช้จ่าย แหล่งเงินจะมาจากไหน จำนวนเท่าไร เป้าหมาย ทำเสร็จแล้วจะได้ผลอย่างไร จำนวนเท่าใด ผลที่คาดว่าจะได้ ถ้าสำเร็จวิสาหกิจชุมชนจะดีขึ้นอย่างไรหรือมีรายได้เพิ่มเท่าไร ผู้รับผิดชอบเป็นใคร ใครจะ ดูแลเรื่องไหน การติดตาม ประเมินผล ควบคุมการทำงานอย่างไร จะวัดความสำเร็จอย่างไร และ อื่น ๆ

โดยสรุปการบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนที่ดี ต้องมีการจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจ ชุมชน มีการบริหารจัดการด้านการผลิต ด้านบุคลากร ด้านการเงินได้แก่การจัดทำระบบบัญชี รวมทั้ง ด้านการตลาดที่มีช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยมีการจัดทำโครงการในการพัฒนาวิสาหกิจในด้านต่างๆ ด้วย เป็นต้น

## **ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์**

**แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์**

### **1. ความหมายของภาพลักษณ์ (Image)**

ในปัจจุบันคำว่าภาพลักษณ์ถูกนำมาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารงาน ช่วยให้ธุรกิจ ดำเนินไปอย่างมั่นคง มีเสถียรภาพ การออกแบบภาพลักษณ์ที่ดีนั้น จะสามารถให้ข้อมูลและสามารถ ดึงดูด เชิญชวนให้ผู้บริโภคเลือกใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ อีกทั้งยังทำให้ผู้บริโภคนั้นจดจำและระลึกถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ได้ คำว่า “ภาพลักษณ์” มีความหมายตรงกับคำว่า “image” ในภาษาอังกฤษ

Kotler (2000: 553) กล่าวถึงคำว่าภาพลักษณ์ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันสูงต่อภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ นอกจากนี้ยังมีคำที่สอดคล้องกัน เช่น ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความหมายของภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยงาน ซึ่งรวมไปถึงด้านการบริหารจัดการ (management) สินค้า (product) บริการ (service) ของผลิตภัณฑ์นั้นด้วย ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์จึงมีความหมายกว้างและครอบคลุมหลายด้าน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 81-83) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Corporate Identity) หมายถึงภาพลักษณ์ที่แสดงออกและปรากฏให้เห็นในสายตาผู้อื่น โดยมีองค์ประกอบของลวดลายกราฟิก (Graphic) ที่สามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นอย่างเป็นระบบ มีความเป็นเอกภาพ หรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และสามารถทำให้บุคลากรและบุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

Daniel J. Boorstin (อ้างถึงใน กัญฐา ไกรสวัสดิ์, 2551: 10) ให้แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุการณ์จำลองไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ โดยมีองค์ประกอบหลายด้าน ที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย หลากหลายความหมายและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งอาจกล่าวได้ 6 ลักษณะดังนี้

(1) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา (an image is stimulate) ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการวางแผนประกอบกันขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างที่กำหนดไว้ ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นการกำหนดกระบวนการและกลยุทธ์ต่างๆ เป็นอย่างดี

(2) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ (an image is believable) สิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ คือ ความน่าเชื่อถือ กล่าวคือแม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นแต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ

(3) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง (an image is passive) ภาพลักษณ์ต้องไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง

(4) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัด (an image is vivid and concrete) ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นเป็นรูปธรรมด้วยการสร้างจากนามธรรมซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อตอบสนองดึงดูดใจ และดึงดูดความรู้สึกทางอารมณ์

(5) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่าย (an Image is simplified) ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจและจดจำ มีความแตกต่าง แต่สื่อความหมายได้ครบถ้วนตามความต้องการ

(6) ภาพลักษณ์มีความหมายหลายมุม (an Image is ambiguous) ภาพลักษณ์ในบางครั้งอาจเป็นสิ่งที่ดูเหมือนกำกวม มีลักษณะก้ำกึ่งระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริงมาบรรจบกัน

ดังนั้น ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตลาดสมัยใหม่ในปัจจุบัน ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย ทั้งการบริหารจัดการ สินค้า หรือบริการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบรวมของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งอาจสามารถสื่อออกมาจากแนวคิดการบริหาร หรือแสดงออกมาทางการออกแบบภาพลักษณ์ ซึ่งมีองค์ประกอบของงานกราฟิก ทำให้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะทางการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น เมื่อผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดีก็สามารถเชิญชวนให้ผู้บริโภคเลือกใช้ ส่งผลให้ยอดขายสูงขึ้น และเมื่อเกิดความไว้วางใจในสินค้านั้นๆ ก็อาจก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราหือของสินค้านั้นๆ ได้ ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

## 2. บทบาทความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในมิติภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ได้รับการนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ยุคใหม่ดำเนินธุรกิจไปได้อย่างเจริญก้าวหน้า ผลิตภัณฑ์แต่ละแบรนด์จะต้องมีการวางแผนในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือ เผยแพร่ไปสู่สาธารณชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ โดยในการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ให้เป็นที่รับรู้นั้นมีหลายองค์ประกอบที่จะต้องพิจารณา ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย การตลาด เป็นต้น เหตุผลในการสร้างภาพลักษณ์ ส่วนใหญ่นั้นมีอยู่ 2 ประการคือ ประการที่หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ นั้นตั้งขึ้นใหม่และมีคู่แข่งจำนวนมากจึงต้องสร้างภาพลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้น และประการที่สอง ผลิตภัณฑ์นั้นก่อตั้งมานานพอสมควร จำเป็นต้องมีการพัฒนาภาพลักษณ์ใหม่ให้สอดคล้องกับยุคสมัย โดยสาเหตุของการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ไม่ว่าจะมีที่มาอย่างไร มักเริ่มจากสัญลักษณ์ซึ่งเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นเป็นสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยก่อนที่จะแต่ละผลิตภัณฑ์จะปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ ควรตั้งคำถามว่า ผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดและคาดหวังสิ่งใดจากการเปลี่ยนแปลงนั้น เพราะคำตอบที่ได้รับจะเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ใหม่ (ชลธิศา เทียวประดิษฐ์, 2550: 35)

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์เป็น 2 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านจิตวิทยา (psychological) ภาพลักษณ์ทางพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งรอบตัว จะมีแนวโน้มที่แสดงพฤติกรรมเชิงบวก แต่ถ้าหากบุคคลนั้นมีภาพลักษณ์เชิงลบต่อสิ่งเหล่านั้น เขาก็จะมีแนวโน้มที่แสดงพฤติกรรมเชิงลบออกมา และสิ่งสำคัญคือภาพลักษณ์นั้นก่อให้เกิดอคติ (bias)

(2) ด้านธุรกิจ (commercial) ภาพลักษณ์ในด้านนี้ถือว่าเป็นคุณค่าเพิ่ม (value added) ที่มีกับผลิตภัณฑ์ หน่วยงาน สถาบัน ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์เชิงจิตวิทยา (psychological benefit) ที่มีอยู่ในตัวสินค้า เป็นตัวที่ทำให้สินค้าหลายชนิดตั้งราคาได้สูงกว่าคุณค่าทางกายภาพ และนับวันยังมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ฉะนั้นในเชิงภาพลักษณ์ จึงกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าเพิ่ม (value added) เชิงธุรกิจในปัจจุบัน ธรรมธร ศรีสุริย์ไพศาล (2555) กล่าวว่าแม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีภาพลักษณ์ที่ดีเพียงใด แต่ถ้าภาพลักษณ์นั้นไม่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชน หรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ภาพลักษณ์ที่ดีย่อมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จหลายอย่างจึงได้กำหนดให้มีแผนสำหรับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์รวมอยู่ในแผนบริหารงานของผลิตภัณฑ์ด้วย การเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์นั้น มิได้เกิดจากการบริหารงานภายในผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่รวมถึงการเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอก เช่น สภาพการณ์ทางการตลาด คู่แข่ง เป็นต้น การมีแผนสำหรับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ดีจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

นอกจากนี้ งานวิจัยเรื่อง Understanding brand identity confusion โดย Srivastava (2011) ยังได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ Srivastava ศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากผู้บริโภคเกี่ยวกับสบู่ยี่ห้อ “Cinthol” ซึ่งเป็นสบู่ที่จัดอยู่ในระดับพรีเมียมในตลาดประเทศอินเดีย เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตได้ปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ของตราสินค้า (brand identity) จากเดิมที่เคยถูกโฆษณาว่าเป็นสบู่ที่ให้ความสดชื่นสำหรับทุกคนในครอบครัว แต่ปัจจุบันได้ให้ การโฆษณาใหม่ว่าเป็นสบู่สำหรับผู้ชาย และสำหรับผู้หญิงในเมืองที่มีความมั่นใจต้องการดูแลผิวพรรณ ดังนั้น จึงทำการศึกษาความเข้าใจของภาพลักษณ์ของสบู่ยี่ห้อนี้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีมุมมองการรับรู้ต่อสบู่อย่างไร คุณภาพ ราคา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ ตลอดจนศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสบู่ยี่ห้อนี้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถามแบบโครงสร้าง ในลักษณะของการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว กับกลุ่มตัวอย่างชาวคนอินเดียที่มีอายุระหว่าง 21-55 ปี จำนวน 1,000 คน (ทั้งที่ใช้และไม่ใช้สบู่ยี่ห้อ Cinthol) เป็นเพศชาย 48% และเพศหญิง 52% ผลการศึกษาพบว่า 47% รู้จักสบู่ยี่ห้อนี้ใน 3 อันดับต้นๆ ของสบู่ที่พวกเขารู้จัก โดยสบู่ยี่ห้อ Cinthol รู้จักเป็นอันดับที่สองรองจากสบู่ยี่ห้อ Lux ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ Cinthol เริ่มทำการตลาดอย่างเข้มข้นโดยบริษัท Godrig จึงช่วยให้สบู่ยี่ห้อนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย นอกจากนี้ 90 % ของจำนวนผู้ใช้สบู่ เลือกซื้อเพราะ คุณภาพและลักษณะรูปลักษณ์ของสบู่ สำหรับเงื่อนไขด้านการลดราคาไม่ทำให้กลุ่มนี้เลิกซื้อสบู่ ดังนั้นเอกลักษณ์ของ

### 3. ประเภทของภาพลักษณ์

การจำแนกประเภทของภาพลักษณ์สามารถพิจารณาลักษณะของภาพลักษณ์ที่สะท้อนออกมา อาทิเช่น ภาพลักษณ์ย้อน ภาพลักษณ์ปัจจุบัน ภาพลักษณ์กระจัดกระจาย ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา เป็นต้น วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) แบ่งประเภทของภาพลักษณ์ออกเป็น 4 ประเภทหลักคือ

(1) ภาพลักษณ์ของบริษัท (corporate image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อ บริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จะหมายรวมไปถึงด้านการบริการ หรือการจัดการ (management) ของบริษัทนั้นด้วยและหมายรวมไปถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์ (product) และ บริการ (service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท (corporate image) จึงมีความหมายค่อนข้างกว้างและยังหมายรวมถึงหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการสินค้าและบริการของบริษัท แห่งนั้นด้วย

(2) ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือผลิตภัณฑ์ (institutional image) คือภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจ ของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือผลิตภัณฑ์ เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

(3) ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (product / service image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของ ประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

(4) ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้านำตราใดตราหนึ่ง (brand image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ที่มีต่อสินค้านำห้อยใดห้อยหนึ่ง หรือตรา (brand) หรือเครื่องหมายการค้า (trademark) ส่วนมากมักจะใช้ ในด้านการโฆษณา (advertising) และการส่งเสริมการขาย (sales promotion)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้า จึงเป็นภาพในใจของผู้บริโภคที่ได้รับการปลูกฝัง อย่างมั่นคงในความรู้สึกนึกคิดต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตราใดตราหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การสร้าง ภาพลักษณ์ของตราหรือยี่ห้อ (brand image) อาจทำได้โดยอาศัยการออกแบบสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ หีบ

#### 4. การออกแบบและกระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์

##### 4.1 การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

การออกแบบ (design) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ โดยผ่านกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา การประเมินผล และผลผลิต คือผลที่ได้รับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบภาพ (visual elements) วัสดุและการใช้งานที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การสร้างงานออกแบบที่ดีได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบแต่ละคน ซึ่งนักออกแบบจะต้องวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (design brief) เพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบ แต่คำตอบที่ได้นั้นอาจมีหลายแนวทางขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคน โดยความคิดสร้างสรรค์จะอยู่ภายใต้ของข้อมูลเพื่อการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (ชลธิศา เทียวประดิษฐ์, 2550: 50) การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้

- (1) ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ นักออกแบบควรรู้ประวัติและที่มา เพื่อที่จะได้ทราบข้อมูลและนำมากำหนดแนวทางในการออกแบบ
- (2) โครงสร้างของผลิตภัณฑ์ สิ่งนี้เป็นข้อมูลที่จะช่วยให้นักออกแบบเข้าใจถึงระบบการบริหารงานตลอดจนบทบาทและความสัมพันธ์ของสินค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์
- (3) การดำเนินงานของกลุ่ม นักออกแบบจะต้องสามารถวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของกลุ่ม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ของผลิตภัณฑ์
- (4) การดำเนินการตลาดและการโฆษณา เพื่อนักออกแบบจะได้พัฒนางานออกแบบเพื่อตอบสนองต่อแนวทางการตลาด
- (5) การใช้สัญลักษณ์ การใช้งานสัญลักษณ์กับสื่อต่างๆ เพื่อได้ทราบถึงข้อจำกัดในการออกแบบ ซึ่งต้องคิดให้มีความสอดคล้องและใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ
- (6) ข้อมูลจากการวิจัย ข้อมูลจะช่วยให้นักออกแบบทราบถึงข้อมูลของผู้บริโภค ที่มีต่อสินค้า การให้บริการ หรือตัวผลิตภัณฑ์เอง ซึ่งเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการออกแบบ
- (7) ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม ในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ให้ออกแบบเป็นรูปธรรมไม่ว่าจะเป็นภาพเหมือน หรือภาพนามธรรม ภาพลายเส้นหรือกราฟิก ควรมีแนวทางในการออกแบบเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อจะได้ง่ายต่อการทำงาน ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

##### 4.2 กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์



การที่จะสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งที่เป็นในการศึกษา คือ กลุ่มเป้าหมาย ประเภทธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ การตลาด รวมไปถึงธรรมเนียมและวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ สิ่งทีผลิตภัณฑ์นั้นๆ คาดหวังจากการสร้างภาพลักษณ์ คือ ความสำเร็จและการยอมรับจากคนทั่วไป ซึ่งปัจจัยสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ ได้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

(1) ขั้นศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (research and analysis) ขั้นตอนที่นักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลทั้งหมด เพื่อให้ทราบถึงปัญหา และสามารถนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์นั้นๆ

(2) ขั้นพัฒนาการออกแบบ (design development) การวิจัยถือเป็นรากฐานของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดยอยู่บนรากฐานของความคิดสร้างสรรค์ การที่จะสามารถสร้างภาพลักษณ์อย่างเป็นระบบได้นั้น ต้องอาศัยการทำงานในลักษณะดังนี้ คือ ลักษณะที่หนึ่ง ปรับปรุงสัญลักษณ์เดิมที่ใช้งานมาเป็นระยะเวลานาน ลักษณะที่สอง สร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่มีการปรับปรุงโครงสร้างใหม่ และลักษณะสุดท้าย สร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ (ชลธิศา เทียวประดิษฐ์, 2550: 58)

#### 4.3 องค์ประกอบของการออกแบบภาพลักษณ์

สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547) กล่าวถึงองค์ประกอบของภาพลักษณ์ และเครื่องหมายการค้าว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์ (element of identity) ประกอบไปด้วยส่วนสำคัญหลายส่วน ดังนี้

4.3.1 ชื่อ (names) ชื่อของบริษัทเป็นสิ่งที่มีความสำคัญนับเป็นอันดับแรก โดยแบ่งการตั้งชื่อออกได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

(1) ชื่อบุคคล (personal names) แบ่งออกได้เป็น ชื่อผู้ก่อตั้ง ชื่อบุคคลในประวัติศาสตร์ ชื่อในเทพนิยายหรือวรรณคดี และชื่อบุคคลทั่วไป

(2) ชื่อที่อธิบายถึงคุณลักษณะ (descriptive names) ชื่อประเภทนี้จะเป็นชื่อที่อธิบายถึงลักษณะธุรกิจของบริษัท ซึ่งเป็นชื่อที่แสดงคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า ได้แก่ แป้งเด็กน่ารัก น้ำยาปรับผ้านุ่มฟูฟู เป็นต้น

(3) ชื่อที่เกิดจากการสร้างคำขึ้นใหม่ (coined names) ชื่อลักษณะนี้จะเป็นการนำสระพยัญชนะมาผสมกันเป็นคำใหม่ ที่แม้จะไม่มี ความหมายแต่ก็สามารถสร้างข้อกำหนดเฉพาะได้ เช่น เป็นคำสั้นๆ จดจำง่าย มีพลัง อ่านออกเสียงได้ไพเราะ หรือเป็นคำที่เมื่อนำตัวอักษรมาเรียงกันแล้วดู

(4) ชื่อที่มีความหมาย (dictionary words) ชื่อประเภทนี้เป็นชื่อที่มีความหมายหรือคำแปลที่ชัดเจน ตามพจนานุกรม ซึ่งมีชื่อได้เปรียบคือมีความหลากหลายและสามารถจดจำได้ง่าย เช่น สบูไดอัล (Dial) บะหมี่ลวีก (Quick) เป็นต้น

(5) ชื่อตามสถานที่ทางภูมิศาสตร์ (geographic names) ชื่อประเภทนี้เป็นชื่อที่เรียกตามชื่อเมือง อำเภอ หรือตำบล ที่มีการผลิตสินค้านั้นๆ เช่น กาแฟเขาช่อง ชาแม่ระมิงค์ ฟิลาเดเฟียครีม ชีส เป็นต้น

(6) ชื่อที่มีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า (associative names) ชื่อประเภทนี้จะแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของสินค้านั้น ซึ่งง่ายต่อการทำให้เห็นภาพและสื่อความหมายให้เข้าใจได้ เช่น รถจาร์กัวร์ (Jaguar) เป็นต้น

(7) ชื่อที่ตัดทอนจากชื่อเต็ม (abbreviated names) ชื่อลักษณะนี้จะเป็นชื่อนำชื่อเต็มของผลิตภัณฑ์มาตัดทอน เพื่อให้เรียกได้ง่ายขึ้น ซึ่งถึงแม้ชื่อเหล่านี้จะมีใช้ชื่อที่จดทะเบียน แต่เราสามารถใช้อักษรย่อในการสร้างอัตลักษณ์ได้ เช่น แพนแอม (PanAM) แทนชื่อ แพนอเมริกันแอร์ไลน์ (Pan American Airline) เคเอฟซี (KFC) แทนชื่อ เคนดิกกี ฟรายชicken (Kentucky Fried Chicken) เป็นต้น

(8) ชื่อย่อและตัวเลข (initial and numbers) คือการนำชื่อย่อของสินค้า หรือตัวเลขใด ๆ มาใช้เป็นชื่อของสินค้า ซึ่งการตั้งชื่อประเภทนี้ นับเป็นรูปแบบที่ยากที่สุด ในการสร้างให้เกิดการรับรู้และจดจำ เช่น อาร์ซีเอ (RCA) เจวีซี (JVC) น้ำหอม 4711 กย 15 เป็นต้น

#### 4.3.2 เครื่องหมาย (marks)

เครื่องหมาย นับเป็นกุญแจสำคัญที่จะก่อให้เกิดระบบภาพลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ เครื่องหมายที่สร้างขึ้นอาจเป็นเพียงการใช้ชื่อ ตัวอักษร หรืออาจเป็นการผสมผสานระหว่างภาพกับตัวอักษร หรือภาพที่เกิดจากองค์ประกอบกราฟิก เครื่องหมายนั้นอาจสื่อความหมายโดยตรง ถึงชื่อ หรือลักษณะของธุรกิจที่บริษัทนั้นดำเนินการอยู่ หรืออาจเป็นภาพนามธรรม (abstract) ซึ่งไม่มีความหมายใดๆ ก็ได้

#### 4.3.3 ตัวอักษร (typography)

ในการวางระบบภาพลักษณ์ จำเป็นต้องมีการกำหนดแบบตัวอักษรที่ใช้ในงานทั้งระบบ โดยทั่วไปแล้วนักออกแบบ จะกำหนดแบบตัวอักษร (font) ที่ใช้กับสัญลักษณ์ และเลือกแบบอื่นๆ ที่เข้า

#### 4.3.4 สีอัตลักษณ์ (colour signature)

สี จัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้เป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี มักมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นักออกแบบสร้างให้เกิดการจดจำขึ้นในใจผู้บริโภค

#### 4.3.5 ข้อความประกอบ (tag line)

ข้อความประกอบเป็นข้อความสั้นๆ ที่อธิบายถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่วางอยู่ได้ชื่อหรือสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้นๆ ยกตัวอย่าง เช่น “รักคุณเท่าฟ้า” หรือ “Smooth as silk” ได้สัญลักษณ์การบินไทย เป็นต้น

### 5. คุณลักษณะของสัญลักษณ์ที่ดีต้องมีในตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์

ในการพิจารณาคุณลักษณะของเครื่องหมายที่ดี ควรที่จะมีการกำหนดกฎเกณฑ์ ให้เป็นมาตรฐาน ดังที่ Kuwayama (1973) เสนอไว้ 8 ข้อคือ เนื้อหา (content) ความเหมาะสมกับสื่อ (suitability to media) เอกลักษณ์ (distinctiveness) ความร่วมสมัย (contemporaneity) สร้างความทรงจำ (impression) ความน่าเชื่อถือ (reliability) ความเป็นประโยชน์ (utility) ความเป็นสากล (regionality) เอกลักษณ์ของสี (colour individuality) และ ทองเจือ เขียวทอง (2535) อธิบายไว้ดังนี้

(1) ความหมาย (mean) สัญลักษณ์ควรมีความหมาย หรือเนื้อหา และผู้บริโภคเข้าใจ หรือรู้สึกได้จากภาพที่ปรากฏ สามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์ หรือกิจการของบริษัท หน่วยงาน หรือสินค้าได้

(2) ความเหมาะสมกับสื่อ (suitability to media) หมายถึง ความงาม ความลงตัว ความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ เพราะสัญลักษณ์บางอย่าง อาจดูดีเมื่ออยู่บนกล่องสินค้า แต่ไม่เหมาะสมกับการทำป้ายนิออน ดังนั้น จึงต้องพิจารณาเครื่องหมาย ว่าใช้สื่อสำคัญที่สุดแบบไหน แล้วเลือกให้เหมาะสม และข้อสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ ความเหมาะสมเมื่อใช้ ในขนาดย่อขยายต่างกัน และสุดท้ายต้องพิจารณาถึงผลการนำไปใช้ และใช้ได้ดีกับสื่อรองหลายสื่อ

(3) ความร่วมสมัย (contemporaneity) หมายความว่าสามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้ คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สัญลักษณ์ที่ดีควรมีอายุการใช้งานยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงดูทันสมัยอยู่ อาจกล่าวได้ว่า เครื่องหมายเป็นผลงานศิลปะชิ้นหนึ่งที่สามารถสะท้อนถึงรสนิยมของสังคม

(4) ความน่าเชื่อถือ (reliability) รูปแบบของสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายควรให้คนมองแล้วเกิดความศรัทธา น่าเชื่อถือ เช่น เครื่องหมายการค้าของอาหาร เมื่อดูแล้วจะต้องไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกว่า

(5) ความเป็นเอกลักษณ์ (distinctiveness) นั่นคือ นักร้องแบบจะต้องสร้างสรรค์สิ่งที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร คือมีความแตกต่างไปจากเครื่องหมายของหน่วยงาน / สินค้าอื่น ในธุรกิจประเภทเดียวกัน การมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัว จะทำให้เกิดความสนใจได้ดีกว่า และมีความชัดเจนในการที่จะสื่อสารถึงวัตถุประสงค์ หรือถึงกิจการของบริษัทที่จะบอกกล่าว

(6) สี (colour) มีการใช้สีที่เหมาะสมกับธุรกิจ/สินค้า เช่น สินค้าประเภทอาหารมักจะใช้สีที่สดใสน่ารับประทาน การกำหนดสี ควรเป็นเอกลักษณ์และต่างไปจากธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น ในธุรกิจฟิล์ม สีเขียวคือฟูจิ สีเหลืองคือโกดัก สีแดงคือมิตซูบิชิ สีส้มชาอุระ สีฟ้าคอบีต้า เป็นต้น การกำหนดสีที่เดียว ถ้าซ้ำกันก็จะกำหนดเป็นคู่สี เช่น ขาว-แดง คือโค้ก แดง-น้ำเงิน คือเป๊ปซี่ ดังนั้นการกำหนดสีที่ดีก็จะประหยัดเวลาในการโฆษณาไปด้วย ตัวอย่างข้างล่างนี้ เป็นภาพขาวดำ แต่สามารถนึกได้ว่า เครื่องหมายการค้านี้สีใด ก็แสดงว่ามีการใช้สีที่เป็นเอกลักษณ์ นอกจากนั้น ยังต้องคำนึงถึงความสวยงามของคู่สี และความเด่นชัดสะดุดตาความสนใจ

(7) ความเรียบง่าย (simplification) หมายถึงการออกแบบตัดทอนให้เหลือน้อย เรียบร้อยไม่รุงรัง จะสามารถสร้างความประทับใจ (impression) และสร้างความทรงจำ (memorability) ได้ดี ในการออกแบบ ที่จะทำให้เรียบง่ายเป็นระเบียบ ควรใช้หลักจิตวิทยาของเกสตัลท์

(8) ความเป็นสากล หมายถึง ความสามารถในการออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก เพราะธุรกิจการค้าในปัจจุบัน มักจะเป็นธุรกิจข้ามชาติ ดังนั้น เครื่องหมายหนึ่งแบบจะสามารถใช้ได้ทุกประเทศ แม้จะแตกต่างกันทางด้านภาษา วัฒนธรรม ศาสนาก็ตาม หรือแม้แต่ในประเทศเดียวกัน คนละภาค ก็สามารถสื่อสารกันเข้าใจ และที่สำคัญคือ เครื่องหมายในที่สาธารณะ จะต้องมีความเป็นสากลมากกว่าเครื่องหมายอื่นๆ

(9) การนำไปใช้ประโยชน์ง่าย (utility) คือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทางเช่น เป็นตราประทับหัวจดหมาย ซองจดหมาย นามบัตร ดิบบนสินค้า เสื้อผ้าพนักงาน ฯลฯ หรือเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สะดวกในการจัดวาง คือเวลานำไปใช้ต้องสังเกตได้ง่าย ว่าด้านใดคือด้านบนด้านล่าง ด้านซ้าย ด้านขวา องศาที่เอียงมีแนวในการตรวจสอบ

(10) เอกภาพ (unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ที่ก่อให้เกิดความงามแก่เครื่องหมาย การจะเกิดเอกภาพได้ ต้องอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบ และหลักการออกแบบ เช่น

(11) ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริษัท ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทางธุรกิจ ทั้งแบบอย่าง (style) ระดับการสื่อความหมายเข้าใจยากง่ายกับกลุ่มสูงกลุ่มต่ำ และต้องคำนึงถึงสถานภาพของบริษัทด้วย

ดังนั้น เครื่องหมายที่ดีจะต้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค ก็จะต้องมีระดับความเป็นนามธรรมที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น ผู้ที่มีความคิด ความรู้ ฐานะการเงินและสังคมสูง จะสามารถรับรู้ถึงเครื่องหมายที่เป็นนามธรรมสูงส่วนในทางตรงข้ามก็จะต้องใช้เครื่องหมายที่มีระดับนามธรรมต่ำ

นอกจากนี้ ยังมีคุณลักษณะอื่นๆ ของสัญลักษณ์ที่ดี เช่น วิโชค มุกดามณี ได้สรุปโครงสร้างหลักในการออกแบบภาพสัญลักษณ์ (logo) และเครื่องหมายต่างๆ ไว้ในหนังสือคู่มือ นิตยสารการประกวดสัญลักษณ์ เนื่องในงานฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี ของกรมศิลปากร (2538) ไว้ 3 ประการ คือ “แนวความคิดและประสาทสัมผัส การสื่อความหมายและคุณค่าทางความงาม ตลอดจนเทคนิคกรรมวิธี” โดยสรุปดังนี้ โดยเริ่มจากแนวความคิดและประสาทสัมผัส (concept and sense) นอกจากนี้ก็มี ความแปลกใหม่แล้ว ควรเป็นแนวความคิดที่สามารถนำไปเขียนเป็นภาพแล้วสื่อสารได้เข้าใจง่าย ไม่สับสน ด้านการสื่อความหมาย (meaning) สามารถสื่อความหมายให้รับรู้ได้อย่างชัดเจน หมายความว่าผู้ดู ดูแล้วสามารถรับรู้ได้ถึงวัตถุประสงค์ หรืออำนาจหน้าที่ หรือความรับผิดชอบของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น สัญลักษณ์สำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม ควรสื่อความหมายของการปกป้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในบางครั้งอาจสื่อความหมายโดยตรงถึงชื่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ หรืองานนั้นๆ เช่น เซ็นทรัล แปลว่าศูนย์รวม จึงใช้ลูกศรชี้เข้ารวมกัน 4 ทิศทาง ในที่นี้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับภาพสัญลักษณ์ที่สื่อออกมา อีกทั้งคุณค่าทางความงามและเทคนิควิธี (aesthetic and technique) ความงามของสัญลักษณ์ที่ปรากฏ เกิดจากองค์ประกอบของการออกแบบและนำมาจัดรวมกัน ตามหลักการออกแบบให้ลงตัวสวยงาม

ส่วนเทคนิควิธี หมายถึงกรรมวิธีการเขียนสัญลักษณ์ให้สวยงามและประณีตเรียบร้อย เช่น เขียนให้คม ระบายสีให้เรียบ ตัดสติกเกอร์ให้สวย พิมพ์ให้ชัด มีกรรมวิธีการนำเสนอที่ดี สามารถนำไปใช้ได้หลายวัตถุประสงค์ ความเห็นที่สอดคล้องกัน Kuwayama (1988) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะที่ดีของเครื่องหมายการค้า โดยเน้นการพิจารณาสัญลักษณ์ที่ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใหม่ จึงนำมาใช้เป็นแนวทางอธิบายถึงปัจจัยภายนอกได้ดังนี้ เช่น การสร้างความประทับใจได้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากปัจจุบันโลกยุคโลกาภิวัตน์ สัญลักษณ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ เมื่อเปิดตัวครั้งแรก ควรสร้างความ

สัญลักษณ์ที่ดี ต้องไม่คล้ายหรือเหมือนกับเครื่องหมายอื่นๆที่มีการออกแบบไว้แล้ว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยตรวจสอบกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาและ / หรือ ตรวจสอบกับองค์การระหว่างประเทศ เช่น WIPO เพราะการค้าขายระหว่างประเทศ กระทำได้ง่ายขึ้น แม้สินค้าของไทยไม่ออกไปยังต่างประเทศ แต่วันหนึ่งข้างหน้า สินค้าหรือบริการที่สัญลักษณ์คล้ายกันอาจเข้ามาในประเทศไทย เมื่อนั้นก็จะเกิดปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ทันที

#### การพัฒนารูปแบบสัญลักษณ์เพื่อการออกแบบตราสัญลักษณ์

สัญลักษณ์ หรือ symbol เป็นสิ่งที่ใช้แทนความหมายของอีกสิ่งที่ต้องการอ้างอิงหรือสื่อสารถึง ซึ่งสัญลักษณ์ดังกล่าวนั้นอาจจะประกอบด้วย วัตถุ ที่มีรูปร่าง รูปทรง ปริมาตร สี หรือพื้นผิว เป็นต้น ในบางกรณีตัวอักษร ก็สามารถที่จะใช้ในฐานะเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ได้เช่นกัน เช่น สัญลักษณ์ที่สื่อสารถึงที่จอดรถมีการใช้อักษร P เป็นต้น



ภาพ 1 แสดงการใช้รูปแบบอักษรในฐานะสัญลักษณ์ อักษร P สื่อสารถึงความหมายของที่จอดรถ

อย่างไรก็ตาม สัญลักษณ์ ถูกกำหนดขึ้นมาเป็นสื่อกลางเพื่อใช้ในการสื่อความหมายหรือแนวความคิดให้มนุษย์เข้าใจไปในทางเดียวกัน ให้การสื่อสารถึงบางสิ่งบางอย่างเกิดความง่าย ชัดเจน กระชับ รวมทั้งสัญลักษณ์นั้นสามารถผลิตซ้ำได้ สิ่งที่ถูกกำหนดให้เป็นสัญลักษณ์นั้นอาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ สัญลักษณ์ที่ดีนั้นจะจัดกำแพงหรืออุปสรรคของการสื่อสาร ช่วยให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจตรงกันแม้จะแตกต่างกันคนละวัฒนธรรม แต่ทั้งนี้ความเข้าใจในสัญลักษณ์เดียวกันนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของทั้งสองฝ่ายว่า ผู้ส่งสารมีความสามารถใช้สัญลักษณ์ให้สื่อความหมายมากเพียงใด และผู้รับสารมีความเข้าใจในสัญลักษณ์ที่ใช้มากเพียงใด สัญลักษณ์ในตราสัญลักษณ์ในมุมมองด้านการออกแบบศิลปะศิลป์ การออกแบบตราสัญลักษณ์ (logo หรือ trademark) เป็นการสื่อสารเอกลักษณ์หรือความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผ่านภาพ (visual) ที่ถูกกำหนดขึ้นโดยนักออกแบบสร้างสรรค์ ลักษณะของภาพดังกล่าวมีการตัดทอน หรือจัดวางองค์ประกอบซึ่งได้รับการคัดสรรเฉพาะที่จำเป็นมาใช้สื่อสาร ซึ่งผลงานออกแบบนั้นเรียกร่องความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่มีการสื่อสารความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และนักออกแบบมักจะเลือกใช้สัญลักษณ์เป็นกลวิธีในการสร้างสรรค์เพื่อสื่อความงามและความหมาย เพราะการนำสัญลักษณ์เข้ามาร่วมใช้ในตราสัญลักษณ์นั้น สามารถทำให้ภาพลักษณ์ที่ต้องการระบุถึงนั้นคมชัดขึ้น

การนำภาพแทนความหมายมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของตราสัญลักษณ์นั้น จำเป็นต้องมีความพิถีพิถัน นักออกแบบอาจจะใช้รูปแบบการตัดทอน คัดแปลง เพื่อกำหนดรูปลักษณ์ให้ใช้งานได้สะดวก สามารถผลิตซ้ำได้โดยง่าย กล่าวคือ หากมีการนำตราสัญลักษณ์นั้นๆ ไปในสื่อหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ก็จะต้องใช้ได้อย่างสะดวก ตราสัญลักษณ์นั้นๆ จะต้องยังคงรายละเอียดครบถ้วน



ภาพ 2 แสดงรูปแบบและมุมมองของการเลือกใช้สัญลักษณ์

### 5. แนวทางการพัฒนาสัญลักษณ์

การนำสัญลักษณ์มาร่วมใช้เป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบตราสัญลักษณ์นั้น จะช่วยให้ผู้รับสาร ได้รับความคิดรวบยอด (concept) ที่เป็นเนื้อหาสาระของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์และบริการ ได้เด่นชัดขึ้น รูปภาพสัญลักษณ์จะมีส่วนช่วยให้การระลึกนึกถึงตราฯ นั้นๆ ได้ง่ายขึ้น แต่ทั้งนี้ การเลือกใช้รูป สัญลักษณ์บางครั้งเป็นข้อตกลงร่วมกันหรือเป็นข้อกำหนดของเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือฝ่ายการตลาด แต่เมื่อตัดสินใจใช้รูปสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนความหมายนั้นๆ แล้ว หน้าที่ของนักออกแบบจะต้องใช้ มุมมองทางด้านศิลปะในการจัดการ เพื่อสื่อสารสไตล์ที่เหมาะสมออกมาเป็นสัญลักษณ์ การพัฒนา รูปแบบสัญลักษณ์สามารถกระทำได้หลายแนวทาง นักออกแบบสามารถที่จะแสวงหาแนวทางที่ สอดคล้องหรือเหมาะสมตามความถนัดของตน

ตัวอย่างดังต่อไปนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงแนวทางฝึกหัดง่ายๆ ในการพัฒนารูปสัญลักษณ์จาก ต้นแบบเหมือนจริง ขึ้นตอนต่างๆ มีดังต่อไปนี้

1) การคัดเลือกรูปต้นฉบับที่ให้ความหมาย ความงามสอดคล้องกับโจทย์ ซึ่งการสื่อสารถึงม้า ข่อมมีหลายอารมณ์ลักษณะ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นๆ



ภาพ 3 ตัวอย่างการคัดเลือกรูปต้นฉบับที่ให้ความหมาย

2) การตัดทอนรายละเอียดระยะที่ 1 นักออกแบบต้องมองให้เห็นเพียงรูปร่างที่จำเป็นที่สามารถ กำหนดรูปลักษณะของสิ่งนั้นๆ ได้

3) การตัดทอนรายละเอียดระยะที่ 2 นักออกแบบจะต้องเพิ่มมุมมองการใช้องค์ประกอบศิลป์ ในการสื่อสาร เลือกใช้องค์ประกอบที่ทุกๆ ส่วน (element) มีหน้าที่ในการสื่อสาร กล่าวคือ เส้น ระบาย ปริมาตรต่างๆ ที่ตัดสินใจวางลงไปบนแบบนั้นจะต้องมีส่วนช่วยให้ผลงานนั้นสื่อความหมาย



4) การตัดทอนรายละเอียดระยะที่ 3 เป็นระยะสุดท้ายที่นักออกแบบต้องกำหนดองค์ประกอบส่วนที่จำเป็นในการมีส่วนร่วมช่วยสร้างความงาม พลัง และความหมาย ที่พร้อมจะนำไปใช้ในตราสัญลักษณ์

จากตัวอย่างการพัฒนาสัญลักษณ์ข้างต้นนั้น สัญลักษณ์ที่ได้จากการตัดทอนสามารถสื่อความหมายและมีความงามตามวัตถุประสงค์ที่นักออกแบบต้องการ



ภาพ 4 ภาพตัวอย่างการพัฒนาสัญลักษณ์

**โดยสรุป** การพัฒนารูปแบบหรือตราสัญลักษณ์สินค้า สัญลักษณ์ หรือ symbol เป็นสิ่งที่ใช้แทนความหมายของอีกสิ่งที่ต้องการอ้างอิงหรือสื่อสารถึง ซึ่งสัญลักษณ์ดังกล่าวนั้นอาจจะประกอบด้วยวัตถุ ที่มีรูปร่าง รูปทรง ปริมาตร สี หรือพื้นผิว เป็นต้น ในบางกรณีตัวอักษร ก็สามารถที่จะใช้ในฐานะเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ได้

### ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

#### ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน ไว้ดังนี้

เสรี พงศ์พิศ (2545) ได้กล่าวไว้ว่าคำว่า “วิสาหกิจ” แปลจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งแปลว่า “การประกอบการ” แต่ในปัจจุบันมีคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” (SMCE: Small and Micro Community Enterprise) เกิดขึ้น ซึ่งผู้คนเริ่มหันมาให้ ความส าคัญกับวิสาหกิจชุมชนจนกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนเป็น แนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวใน ชุมชน โดยองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ ชุมชน โดยมีหลักการคิดที่ส าคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิต

เสรี พงศ์พิส (2548 น.40) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีลักษณะ สำคัญ 7 ประการคือ

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
- 5) ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 7) มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย

และทั้งนี้ กฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรไว้ 3 ระดับ ได้แก่

1) ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัยในการนำทุนชุมชนมาใช้ อย่างเหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

2) ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถ เป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไปในอนาคต

3) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยาย และสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

#### **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548**

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอรายละเอียดของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา ๑ พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘"

มาตรา ๒ พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป\*

มาตรา ๓ ในพระราชบัญญัตินี้ “วิสาหกิจชุมชน” หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือ การอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการ ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพา ตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด “เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน” หมายความว่า คณะบุคคลที่รวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการ จัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย “กิจการวิสาหกิจชุมชน” หมายความว่า กิจการของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน “คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน “กรรมการ” หมายความว่า กรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน “คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัด” หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริม วิสาหกิจชุมชนกรุงเทพมหานครหรือคณะกรรมการ

มาตรา ๔ ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

### หมวด ๑ วิสาหกิจชุมชน

มาตรา ๕ วิสาหกิจชุมชนใดที่จะขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรตามระเบียบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา ๖ เมื่อกรมส่งเสริมการเกษตรได้รับคำขอจดทะเบียนและเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนที่ยื่น คำขอจดทะเบียนมีลักษณะและวัตถุประสงค์ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศ กำหนดให้ กรมส่งเสริมการเกษตรรับจดทะเบียนและออกใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนแก่วิสาหกิจชุมชนนั้น

มาตรา ๗ การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อยต้องมีรายการ ดังต่อไปนี้ (๑) ชื่อและที่ตั้ง ของวิสาหกิจชุมชน (๒) ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทนวิสาหกิจชุมชน (๓) ชื่อและที่อยู่ของ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน (๔) กิจกรรมที่วิสาหกิจชุมชนมีความประสงค์จะดำเนินการ

มาตรา ๘ ภายในสามสิบวันนับแต่วันสิ้นปีปฏิทินให้วิสาหกิจชุมชนที่ได้จดทะเบียนต่อกรม ส่งเสริมการเกษตรซึ่งประสงค์จะดำเนินกิจการต่อไปแจ้งให้กรมส่งเสริมการเกษตรทราบ ตามวิธีการที่ คณะกรรมการกำหนด วิสาหกิจชุมชนใดไม่แจ้งความประสงค์ตามวรรคหนึ่งเป็นเวลาสองปีติดต่อกัน ให้กรมส่งเสริม การเกษตรมีหนังสือเตือนให้วิสาหกิจชุมชนนั้นแจ้งภายในระยะเวลาที่กำหนดแต่ต้อง ไม่น้อยกว่าสิบห้าวัน ถ้าไม่มีการแจ้งตามคำเตือนดังกล่าว ให้กรมส่งเสริมการเกษตรถอนชื่อออกจาก ทะเบียน วิสาหกิจชุมชนใดประสงค์จะเลิกกิจการให้แจ้งกรมส่งเสริมการเกษตรทราบภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่เลิกกิจการ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

### หมวด ๒ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

มาตรา ๙ ให้นำบทบัญญัติในหมวด ๑ มาใช้บังคับแก่การจดทะเบียนจัดตั้ง การแจ้งดำเนิน กิจการ และการเลิกกิจการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนโดยอนุโลม ให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จด ทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรแล้วมีสิทธิขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา ๑๐ การบริหารจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปตามข้อบังคับของเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนนั้น ข้อบังคับตามวรรคหนึ่งอย่างน้อยจะต้องกำหนดให้การดำเนินการของเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนเป็นไปตามความสมัครใจโดยจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้

มาตรา ๑๑ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาจดำเนินการดังต่อไปนี้ได้

(๑) ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจการภายในของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ดังต่อไปนี้ (ก) ให้ความช่วยเหลือในการจัดตั้งหรือการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่น (ข) ให้ความรู้ การฝึกอบรม หรือความช่วยเหลือในการปรับปรุงหรือพัฒนาการผลิต การให้บริการ การบริหารจัดการ การหาทุน การตลาด และอื่น ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย (ค) ให้คำแนะนำหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายทั้งในระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

(๒) ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจการภายนอกของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ดังต่อไปนี้ (ก) เป็นคนกลางในการติดต่อกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือ หน่วยงานอื่นของรัฐ รวมทั้งองค์กรภาคเอกชน เพื่อขอรับความช่วยเหลือและการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย (ข) ประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อแลกเปลี่ยน ความรู้ หรือดำเนินกิจกรรมอื่นอันเป็นประโยชน์หรือเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(๓) เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และ ความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ไม่ว่าในด้านคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการพัฒนาการตลาด

(๔) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบายหรือมาตรการในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

### หมวด ๓ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

มาตรา ๑๒ ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย (๑) นายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ (๒) กรรมการจากส่วนราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนสิบสามคน ได้แก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อธิบดีกรมสรรพากร ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และ ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน (๓) กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชน จำนวนสิบคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งได้รับ

มาตรา ๑๓ คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้ (๑) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการและแผนการพัฒนาและส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน (๒) ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมกิจการ วิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างมีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ (๓) ให้ความช่วยเหลือ การสนับสนุน หรือให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (๔) ให้การส่งเสริมและช่วยเหลือในการขอจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือ ทรัพย์สินทางปัญญาอื่น หรือการใด ๆ เพื่อประโยชน์ของกิจการวิสาหกิจชุมชน (๕) สนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการส่งเสริมและพัฒนากิจการดำเนินงานกิจการวิสาหกิจชุมชน (๖) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นบัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของ คณะกรรมการหรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

มาตรา ๑๔ กรรมการตามมาตรา ๑๒ (๓) และ (๔) ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะ ต้องห้าม ดังต่อไปนี้ (๑) มีสัญชาติไทย (๒) ไม่เป็นข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหรือเงินเดือนประจำ (๓) ไม่เป็นพนักงานหรือลูกจ้างของหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือของราชการส่วน ท้องถิ่น (๔) ไม่เคยถูกไล่ออก ปลดออกหรือให้ออกจากราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ เพราะทุจริตต่อหน้าที่ หรือถือว่ากระทำการทุจริตและประพฤติมิชอบในวงราชการ (๕) ไม่เป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น กรรมการที่ปรึกษา หรือผู้ดำรงตำแหน่งที่รับผิดชอบในการบริหารพรรคการเมือง หรือเจ้าหน้าที่ของพรรคการเมือง เว้นแต่กรณีที่เป็นสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น ไม่ถือว่ามิได้ลักษณะต้องห้ามเป็น กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามมาตรา 12 (4) (๖) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย (๗) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ (๘) ไม่เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกโดยไม่รอกำหนดโทษหรือรอกำหนดโทษไว้แต่ ในความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา ๑๕ กรรมการตามมาตรา ๑๒ (๓) และ (๔) มีวาระการดำรงตำแหน่งสามปี ในกรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ แต่ยังมีได้แต่งตั้งกรรมการใหม่ให้กรรมการนั้น ปฏิบัติหน้าที่ไป

กำหนดโทษหรือรอการลงโทษ เว้นแต่ใน ความผิดที่ได้ กระทำโดยประมาทหรือความผิดหุโทษ (๕) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา ๑๔ มาตรา ๑๗ ในกรณีที่กรรมการตามมาตรา ๑๒ (๓) และ (๔) พ้นจากตำแหน่งก่อนวาระให้ คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งผู้อื่น ดำรงตำแหน่งแทน และให้ผู้ ได้รับแต่งตั้งอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่ เหลืออยู่ของผู้ซึ่งตนแทน เว้นแต่วาระของกรรมการเหลืออยู่ ไม่ถึงเก้าสิบวันจะไม่ดำเนินการเพื่อให้มี การแต่งตั้งกรรมการแทนก็ได้

มาตรา ๑๘ การประชุมของคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของ จำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุม ให้ประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ถ้า ประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจ ปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคน หนึ่งเป็นประธานในที่ประชุม การวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้ มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียง หนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา ๑๙ คณะกรรมการจะแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างหนึ่ง อย่างใดแทนคณะกรรมการหรือตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้ และให้นำความในมาตรา ๑๘ มาใช้ บังคับโดยอนุโลม

มาตรา ๒๐ ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดทุกจังหวัด ดังต่อไปนี้ (๑) ใน กรุงเทพมหานคร ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานครหรือรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มอบหมาย เป็นประธานกรรมการ ปลัดกรุงเทพมหานคร ผู้แทนกรมการพัฒนาชุมชน ผู้แทนกรม ส่งเสริมการส่งออก ผู้แทนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้แทนกรมสรรพากร ผู้แทนสำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ผู้แทนสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ผู้แทน ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร ผู้แทนธนาคารออมสิน ผู้แทนวิสาหกิจชุมชนจำนวน หกคนซึ่งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งได้รับการสรรหาจากผู้ดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนใน กรุงเทพมหานครตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสามคนซึ่ง ผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้าน การ

มาตรา ๒๑ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้ (๑) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ และแผนการพัฒนาและ ส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี (๒) ประสานงานกับหน่วยงานทางภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริม กิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมี ประสิทธิภาพ (๓) ให้การส่งเสริมและช่วยเหลือในการขอจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือ ทรัพย์สินทางปัญญาอื่น หรือการใด ๆ เพื่อประโยชน์ของกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี (๔) พิจารณาหรือเสนอแนะต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด ตามที่บัญญัติไว้ในหมวด ๔ (๕) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นบัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด หรือตามที่คณะกรรมการมอบหมายการดำเนินการตาม (๒) (๓) หรือ (๔) ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด จะต้องไม่ขัดหรือแย้งกับนโยบาย มาตรการ หรือแผนการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ คณะกรรมการกำหนดหรือเสนอต่อคณะรัฐมนตรี

มาตรา ๒๒ ให้นำความในมาตรา ๑๔ มาตรา ๑๕ มาตรา ๑๖ และมาตรา ๑๗ มาใช้บังคับแก่กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชนและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือผู้ว่าราชการจังหวัด แล้วแต่กรณี แต่งตั้งโดยอนุโลม เว้น แต่การพ้นจากตำแหน่งของกรรมการดังกล่าวตามมาตรา ๑๖ (๓) ให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อผู้ว่าราชการ



มาตรา ๒๓ ให้กรรมการ อนุกรรมการ กรรมการตามมาตรา ๒๐ และกรรมการตามมาตรา ๓๑ ได้รับเบี้ยประชุม ค่าพาหนะ ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พัก และค่าใช้จ่ายอย่างอื่นในการปฏิบัติหน้าที่ ตามพระราชบัญญัตินี้ตามที่คณะรัฐมนตรีกำหนด

มาตรา ๒๔ ให้กรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการ รับผิดชอบงานธุรการ งานประชุม การศึกษาข้อมูล และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานของคณะกรรมการ ให้สำนักงานเกษตรจังหวัดทำหน้าที่และรับผิดชอบงานตามวรรคหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับงานของคณะกรรมการ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด

#### หมวด ๔ การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

มาตรา ๒๕ วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตร แล้วสามารถขอรับการส่งเสริม หรือสนับสนุนจากคณะกรรมการได้ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา ๒๖ ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร รวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจการวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานบุคคล การบัญชี การจัดหาทุน หรือการตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิจึงมีความเข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้

มาตรา ๒๗ ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วตามมาตรา ๒๖อย่างต่อเนื่องรวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงขึ้นตามความพร้อมและความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการวิสาหกิจชุมชนและการออกแบบที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด การร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านคุณภาพการผลิต การจัดการ และการตลาด เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น

มาตรา ๒๘ ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชนประสงค์จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

หรือดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใด ๆ ให้คณะกรรมการให้การสนับสนุนในการจัดตั้งการประกอบการ การตลาด รวมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

มาตรา ๒๕ ให้คณะกรรมการส่งเสริมการค้าเนติกิจการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือการรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นที่เชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการ ในการส่งเสริมตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการพิจารณาให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลือ แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในการขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า หรือให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลืออื่นใดเพื่อให้ความคุ้มครองแก่สินค้าหรือบริการของ กิจการวิสาหกิจชุมชนนั้นตามที่เห็นสมควร

มาตรา ๓๐ ในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน ให้คณะกรรมการพิจารณาดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้ (๑) ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนมาตรการที่ คณะกรรมการจัดให้มีขึ้นตามมาตรา ๒๖ และมาตรา ๒๗ และการส่งเสริมหรือการสนับสนุนตาม มาตรา ๒๘ และมาตรา ๒๙ (๒) ให้การส่งเสริมและสนับสนุน หรือประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนแก่ กิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีปัญหาเกี่ยวกับเงินทุนในการประกอบการ (๓) จัดให้มีการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นไปตามความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การฝึกอบรมด้านการจัดการ การบัญชี ภาษีอากร หรือการถ่ายทอดความรู้หรือเทคโนโลยีด้านการผลิตหรือการตลาด (๔) เสนอแนะให้มีการแก้ไขกฎหมายระเบียบ หรือข้อบังคับใด ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานหรือการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน (๕) ดำเนินการในเรื่องอื่นใดที่คณะกรรมการเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมกิจการ วิสาหกิจชุมชน

มาตรา ๓๑ ให้มีคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นประธานกรรมการ และกรรมการอื่นอีกไม่เกินสิบสองคนซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้ง มีหน้าที่ดังต่อไปนี้ (๑) ประสานการดำเนินการของกองทุนต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการซ้ำซ้อนที่ไม่เกิดประโยชน์ และส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน (๒) ติดตาม และประเมินการดำเนินงานของกองทุนต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจชุมชน (๓) เสนอแนะต่อกองทุนที่เกี่ยวข้องหรือคณะกรรมการ

มาตรา ๓๒ ในกรณีที่มีกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับใดกำหนดให้กิจการวิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการใดอันเป็นภาระที่ไม่เหมาะสมหรือเกินสมควร คณะกรรมการอาจเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการให้มีการลดภาระดังกล่าวแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนได้ตามที่เห็นสมควร

มาตรา ๓๓ ในกรณีที่คณะกรรมการประสานงานกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการตามมาตรา ๓๐ แล้วไม่บรรลุผลให้คณะกรรมการเสนอเรื่องดังกล่าวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

โดยสรุป พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนาคที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง และสามารถพัฒนาตนเองไปสู่การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสามารถแข่งขันทางการค้าภายใต้โลกาภิวัตน์ได้ต่อไปในอนาคต โดยมีจุดมุ่งหมายให้หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ได้ร่วมกันทำงานและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ โดยการให้มีกฎหมายรองรับและรับรองสถานภาพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ยังสามารถบูรณาการในการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจฐานราก ให้มีความรู้ ความสามารถ พัฒนาตนเอง และนำไปสู่ความอยู่ดีมีสุข มีเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

#### ตอนที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับเขตธนบุรี

##### ที่ตั้งและอาณาเขต

เขตธนบุรี เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงธนเหนือ ซึ่งถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งธนบุรีตั้งอยู่ทางตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา แบ่งการปกครองออกเป็น 7 แขวง คือ แขวงวัดกัลยาณ์ แขวงหิรัญบุรี

ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตบางกอกใหญ่และเขตพระนคร

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตคลองสาน

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตบางคอแหลมและเขตราษฎร์บูรณะ

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตจอมทองและเขตภาษีเจริญ

### ประวัติศาสตร์เขตธนบุรี

พื้นที่ในเขตธนบุรีเป็นส่วนหนึ่งของกรุงธนบุรีมาตั้งแต่อดีต ต่อมาเมื่อมีการจัดการปกครองท้องที่ในสมัยรัชกาลที่ 5 พื้นที่เขตนี้เป็นส่วนหนึ่งของอำเภอบางกอกใหญ่ ซึ่งจัดเป็นอำเภอชั้นในของพระนคร จากนั้นในสมัยรัชกาลที่ 6 เมื่อ พ.ศ.2548 มีการแบ่งเขตการปกครองใหม่ จึงได้รับการจัดตั้งเป็นอำเภอราชคฤห์ ขึ้นกับจังหวัดธนบุรี โดยตั้งที่ว่าการอำเภอในพื้นที่ของวัดราชคฤห์วรวิหาร จึงเรียกชื่ออำเภอตามชื่อวัด จึงเรียกอำเภอนี้ว่า อำเภอราชคฤห์ (ปัจจุบันสำนักงานเขตย้ายมาตั้งอยู่บริเวณวัดเวฬุราชิม) ต่อมาเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2459 ได้มีพระบรมราชโองการเปลี่ยนชื่ออำเภอราชคฤห์ เป็น อำเภอบางยี่เรือ จังหวัดธนบุรีขึ้นกับจังหวัดธนบุรี โดยตั้งที่ว่าการอำเภอในพื้นที่ของวัดราชคฤห์วรวิหาร จึงเรียกชื่ออำเภอตามชื่อวัด ได้เปิดที่ว่าการเป็นเอกเทศของตัวเองเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ.2459 ต่อมาเมื่อวันที่ 17 เมษายน พ.ศ.2482 จึงได้มีพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนชื่ออำเภอเป็น อำเภอธนบุรี เนื่องจากจังหวัดธนบุรีเคยเป็นราชธานีมาก่อน และเพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีด้วย จนถึงวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ.2510 ได้ย้ายที่ว่าการอำเภอมายัง ณ สถานที่แห่งใหม่ภายในบริเวณพื้นที่วัดเวฬุราชิม ตำบลบางยี่เรือ จนถึงปัจจุบัน ใน พ.ศ.2541 เนื่องจากมีที่ตั้งอำเภออยู่ในเขตตำบลบางยี่เรือ และในวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2482 สมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีการยุบจังหวัดธนบุรีรวมกับจังหวัดพระนครให้มีฐานะเป็นนครหลวงกรุงเทพธนบุรี ดังนั้น เพื่อรักษาคำว่า "ธนบุรี" ซึ่งเคยเป็นเมืองหลวงและเพื่อเฉลิมพระเกียรติของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี (สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช) ประกอบกับอำเภอบางยี่เรื่อนี้เคยเป็นศูนย์กลางการปกครองของจังหวัดธนบุรีด้วย จึงได้มีพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนชื่ออำเภอบางยี่เรือเป็นอำเภอธนบุรี และได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะเป็น เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในเวลาต่อมา

### ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรี

เขตธนบุรี มีชุมชนดั้งเดิมที่เป็นแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น มีผู้ทรงภูมิปัญญาหลากหลายสาขา ทั้งสาขาศิลปกรรม ด้านหัตถกรรม งานประดิษฐ์ สาขาหัตถกรรม ด้านอาหารและการประดิษฐ์ เครื่องนุ่งห่ม

**ตาราง 1** วิชากิจกรรมชนที่จดทะเบียนในพื้นที่เขตธนบุรี

ลำดับที่	รหัสทะเบียน	ชื่อ	ที่ตั้ง
1.	1-10-15-02/1-0001	วิชากิจกรรมชนกลุ่มหัตถกรรม ผ้าไหมชุมชนวัดหิรัญรูจี เขต ธนบุรี	29 หมู่ แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์
2.	1-10-15-02/1-0002	วิชากิจกรรมชนกลุ่มรวมใจสร้าง พลัง	56/2 หมู่ แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 024652826
3.	1-10-15-03/1-0001	วิชากิจกรรมชนบ้านขนมบดิน เขตธนบุรี	78 หมู่ แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 024663907
4.	1-10-15-03/1-0002	วิชากิจกรรมชนโป่งประดิษฐ์ สมุนไพร	399 หมู่ แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 024133257
5.	1-10-15-04/1-0002	วิชากิจกรรมชนกรุงธน	1093 หมู่ แขวงบุคคโล เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 024667426
6.	1-10-15-04/1-0003	วิชากิจกรรมชนกลุ่มอาชีพ ศิลปหัตถกรรมของจิว	563 หมู่ แขวงบุคคโล เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 028776406
7.	1-10-15-04/1-0004	วิชากิจกรรมชนกลุ่มเจียรไน พลอย อัญมณี เขตธนบุรี	97 หมู่ แขวงบุคคโล เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 028789934

ลำดับที่	รหัสทะเบียน	ชื่อ	ที่ตั้ง
8.	1-10-15-04/1-0005	วิสาหกิจชุมชนการตลาดสินค้าเกษตร	935 หมู่ 5 แขวงบุดโคล เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 024658891
9.	1-10-15-04/2-0001	เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสหพันธ์พัฒนาเกษตรและอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	933 หมู่ 5 แขวงบุดโคล เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 024658891
10.	1-10-15-05/1-0001	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร	1415 หมู่ 5 แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 028913894
11.	1-10-15-05/1-0002	วิสาหกิจชุมชนกล่องและผลิตภัณฑ์จากผ้า เขตธนบุรี	4/7 หมู่ 5 แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 028913300
12.	1-10-15-07/1-0001	วิสาหกิจชุมชนมนตรีหัตถกรรม	148/1 หมู่ 5 แขวงสำเหร่ เขตธนบุรี จ. กรุงเทพมหานคร โทรศัพท์ 024387743

**ที่มา:** ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

[http://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?page\\_size](http://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?page_size) (เข้าถึง 10 ตุลาคม 2558)

จากข้อมูลในระบบสารสนเทศ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน พบว่า มีวิสาหกิจชุมชนในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่จดทะเบียนในระบบ มีจำนวน 11 กลุ่ม และมีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจำนวน 1 เครือข่าย

#### **ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน**

##### **ความสำคัญและความหมายของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน**

กระบวนการเรียนรู้คือกลไกสำคัญที่สุดซึ่งมนุษย์ใช้ในการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัวที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และสังคมระดับ

(สุพจน์ แสงเงิน, 2546, น. 10)

1.การศึกษาแบบธรรมชาติวิสัย เป็นการเรียนรู้เป็นธรรมชาติที่สุด หรือเรียกว่าเป็นการเรียนรู้แบบสัญชาตญาณ หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่บุคคลได้รับและสะสมความรู้ ทักษะ เจตคติ ความเข้าใจจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ครอบครัว การทำงาน การเล่นเกม การศึกษาแบบนี้ไม่มีการจัดระบบและไม่มีแบบแผนตายตัว

2.การศึกษาในระบบโรงเรียน หมายถึง การศึกษาที่มีสถาบันการศึกษารับผิดชอบจัดระบบ การศึกษาโดยตรง เช่น โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย เป็นการเรียนรู้โดยจัดระบบการแบ่งของอายุ นักเรียน กำหนดพื้นฐานความรู้จากการจัดชั้นตอน เป็นระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา อาชีวศึกษา มีการมอบวุฒิบัตร ประกาศนียบัตร ปริญญาแก่ผู้สำเร็จ การวัดและประเมิน ผู้ที่ถูกคัดเลือกให้ผ่านจะเป็นระบบและมาตรฐานเดียวกัน

3.การศึกษานอกระบบโรงเรียน หมายถึง การศึกษาที่จัดขึ้นโดยสถาบันและหน่วยงานต่างๆใน สังคมนอกเหนือไปจากสถาบันการศึกษา เป็นกิจกรรมที่จัดนอกระบบโรงเรียน อาจดำเนินการโดยแยก เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกิจกรรมใหญ่ๆ ของสถาบันหรือหน่วยงานที่จัดกิจกรรมนั้นๆขึ้น โดยมี วัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการและความสนใจทางการศึกษาของผู้เรียน

นอกจากนี้กล่าวได้ว่าการสร้างสรรค์สังคมมีปัญหาเป็นกระบวนการเรียนรู้ตามธรรมชาติของ มนุษย์ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มีพัฒนาการมายาวนานแม้ สังคมมนุษย์จะเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าหรือผันแปรไปอย่างไร มนุษย์ยังคงมีศักยภาพอันยิ่งใหญ่ สามารถ เรียนรู้ทั้งจากมนุษย์ด้วยกันและเรียนรู้ตามธรรมชาติ ซึ่ง เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540, น. 45-49) สรุป กระบวนการเรียนรู้ตามธรรมชาติของมนุษย์ไว้ดังนี้

(1) ในบรรพกาลมนุษย์เรียนรู้ที่จะดำรงชีวิต และรักษาเผ่าพันธุ์ของตนให้อยู่รอดด้วยการลงมือทดลอง

(2) มนุษย์เรียนรู้ด้วยการลงมือกระทำจริงในสถานการณ์สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่จริง

(3) การถ่ายทอดความรู้ การเรียนรู้จากการทำจริงได้พัฒนาต่อมาจนเป็นการส่งต่อ (transmission) แก่คนรุ่นหลังด้วยการสืบทอดวิธีการ การสั่งสอนด้วยการบอกเล่า (oral tradition) ในรูปของเพลงกล่อมเด็ก คำพังเพย สุภาษิตและการสร้างองค์ความรู้ไว้เป็นลายลักษณ์ (literacy tradition)

(4) การเรียนรู้โดย พิธีกรรม กล่าวในเชิงจิตวิทยา พิธีกรรมมีความศักดิ์สิทธิ์ และมีอำนาจโน้มน้าวให้คนที่มีส่วนร่วมเอาคุณค่าและแบบแผนพฤติกรรมที่ต้องการเน้นเข้าไปในตัว เป็นการตอกย้ำความเชื่อรอบศีลธรรมจรรยาของกลุ่มชน แนวปฏิบัติและความคาดหวังโดยไม่ต้องใช้การจำแนกแจกแจงเหตุผล แต่ใช้ศรัทธาความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ของพิธีกรรม

(5) ศาสนา ทั้งในด้านหลักธรรมคำสอน ศีล และวัตรปฏิบัติตลอดจนพิธีกรรมและกิจกรรมทางสังคมที่มีวัดเป็นศูนย์กลางของชุมชนในเชิงการเรียนรู้ ล้วนมีส่วนตอกย้ำภูมิปัญญาที่เป็นอุดมการณ์แห่งชาติ

(6) การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ระหว่างกลุ่มที่แตกต่างกันทั้งในทางชาติพันธุ์ถิ่นฐานทำกิน รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนกับคนต่างวัฒนธรรม ทำให้กระบวนการเรียนรู้ขยายตัว

(7) การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural reproduction) ในการแก้ปัญหา ทั้งทางสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจและทางสังคม ได้มีคนพยายามเลือกฟื้นเอาความเชื่อ และธรรมเนียมปฏิบัติที่สืบทอดกันมาในสังคมประเพณี มาผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมให้ตรงกับฐานความเชื่อเดิม

(8) ครูพักลักจำ ก็เป็นกระบวนการการเรียนรู้อีกวิธีหนึ่งที่มีมาแต่เดิม และยังมีอยู่ต่อไป ในที่นี้ “ครูพักลักจำ” เป็นการเรียนรู้ในทำนองแอบเรียน แอบเอาอย่าง แอบลอกทำดู ตามแบบอย่างที่เราสังเกตอยู่เงียบๆ แล้วรับเอามาเป็นของตน ที่สามารถทำได้จริงระบบและกระบวนการเรียนรู้ที่มีอยู่หลากหลายดังยกมาวิเคราะห์โดยสังเขปข้างต้นนี้เป็นการเรียนรู้ที่แตกต่างจากการเรียนรู้ในรูปโรงเรียนที่แพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้ของชุมชนในทุกภูมิภาคของสังคมไทยที่เป็นแหล่งเพาะภูมิปัญญาท้องถิ่นมาอย่างช้านานนั้น แตกต่างโดยสิ้นเชิงกับการเรียนรู้ในรูปสถาบัน

จากสภาพปัญหาที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญเฉพาะกระบวนการถ่ายทอดความรู้ในระบบโรงเรียน ส่วนใหญ่เป็นการลอกเลียนแบบจากองค์ความรู้ชาวตะวันตก และถือว่า ความรู้และวัฒนธรรมที่ลอกเลียนแบบมานั้นเป็นความทันสมัย ส่งผลให้เด็กและเยาวชนไทย มีค่านิยมเลียนแบบตะวันตก ละเลย การเห็นคุณค่าภูมิปัญญาไทย และการสร้างองค์ความรู้ขึ้นด้วยตนเอง การแก้ปัญหา



ซึ่งสอดคล้องกับ การเรียนรู้ (learning) ในทัศนะของนักการศึกษาที่หมายถึงการปรับเปลี่ยน ทัศนคติ แนวคิด และพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการได้รับประสบการณ์ ซึ่งควรเป็นการปรับเปลี่ยนไป ในทางที่ดีขึ้น “การเรียนรู้” ในที่นี้จะมีขอบเขตรอบคลุม ความหมาย 2 ประการ คือ การเรียนรู้ในความหมายของ “กระบวนการเรียนรู้”(learning process) ซึ่งหมายถึง การดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน หรือการใช้วิธีการต่างๆที่ช่วยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ และการเรียนรู้ในความหมายของ “ผลการเรียนรู้”(learning outcome) ซึ่งได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในสาระต่างๆความสามารถในการกระทำ การใช้ทักษะกระบวนการต่างๆรวมทั้งความรู้สึกรู้สึกหรือเจตคติอันเป็นผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้หรือ การใช้วิธีการเรียนรู้(ทิสนา แคมมณี, 2545) พิมพันธ์ เดชะคุปต์ (2546, น.189) ได้ให้ความหมายที่แสดงถึงการเชื่อมโยงของการเรียนรู้ และกระบวนการเรียนรู้ ว่า การเรียนรู้ (learning) หมายถึง การใช้กระบวนการเรียนรู้ค้นหาองค์ความรู้ และสิ่งประดิษฐ์หรือชิ้นงาน หรือรวมเรียกว่า ผลผลิต

นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายคำว่า “การเรียนรู้”(learning) ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์ที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือจากการฝึกหัด รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงปริมาณความรู้ของบุคคล(สุรางค์ โค้วตระกูล, 2544 อ้างถึงใน สิริลักษณ์ ยิ้มประสาทพร, 2548, น. 4 )การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้จะมีลักษณะสำคัญ คือ (1) พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงจะต้องเปลี่ยนไปอย่างถาวร จึงจะถือว่าเป็นการเรียนรู้(2)พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจะต้องเกิดจากการฝึกฝนหรือเคยมีประสบการณ์นั้นๆมาก่อน(โบเวอร์และอัลการ์ด, 1987 อ้างถึงใน สิริลักษณ์ ยิ้มประสาทพร, 2548, น. 4)

ซึ่งอรศรี งามวิทยาพงศ์ ได้กล่าวในเรื่องนี้ไว้เช่นเดียวกันว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดขึ้นอย่างเป็นกระบวนการ มีการสั่งสมและประมวล พัฒนาข้อมูลหรือชุดประสบการณ์ที่ตนเองประสบมาโดยวิธีการต่างๆอยู่ตลอดเวลา มิใช่เกิดขึ้นโดยฉับพลันทันทีทันใด หากกล่าวโดยสรุป กระบวนการหรือขั้นตอนของการประมวลข้อมูล ความรู้ของบุคคลเพื่อพัฒนาขึ้นเป็นการเรียนรู้ในทางสร้างสรรค์ใหม่ คือ การรับรู้(reception) หมายถึง ขั้นตอนพื้นฐานที่บุคคล “รับ” เอาข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ต่างๆ จากแหล่งความรู้ที่หลากหลาย ซึ่งตนเองพบผ่านประสาทสัมผัสเข้ามาสั่งสมเป็นประสบการณ์ของตนเอง การเข้าใจ (comprehension) หมายถึงการที่บุคคลสามารถมองเห็นถึงความหมายและความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันของข้อมูลหรือความรู้ต่างๆ ที่ตนเองรับรู้หรือมีประสบการณ์มาในระดับที่สามารถอธิบายในเชิงเหตุเชิงผลได้ การปรับเปลี่ยน (transformation) เป็นระดับของการเรียนรู้ที่แท้จริง หมายความว่า การเรียนรู้ที่แท้จริงต้องทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวบุคคลได้แก่การเปลี่ยนแปลงวิธีคิด (conceptualization)และ/หรือการเปลี่ยนแปลงระบบคุณค่า (values) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (behavior)ในสิ่งที่รับรู้และมีความเข้าใจแล้วเป็นอย่างดี (อรศรี งามวิทยาพงศ์, 2549, น.111-113)

นอกจากการกล่าวถึงความสำคัญ และให้นิยามความหมายคำว่า “การเรียนรู้” และ “กระบวนการเรียนรู้” ดังกล่าวแล้ว ยังมีการให้ความหมายจากบุคคลหรือองค์กรอื่นๆที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และกระบวนการเรียนรู้ไว้มากมาย ซึ่งมีทั้งความหมายที่ใกล้เคียงกันและแตกต่างกันตามจุดเน้นของแต่ละคนหรือองค์กร ดังจะขอยกมาพอสังเขป ดังนี้

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 ให้ความหมาย “การเรียนรู้”ว่าเป็นกระบวนการรับรู้ข่าวสาร ข้อมูล และประสบการณ์ อันนำไปสู่การรู้แจ้งเห็นจริง และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ เน้นการพัฒนามนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความเข้าใจ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและ

การเรียนรู้ในลักษณะที่เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อให้มนุษย์ได้ใช้ศักยภาพของตนในการพัฒนา(คณะกรรมการสตรี โครงการพัฒนาการศึกษาชุมชน, 2531, น. 49)ได้กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้ เป็นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง ทั้งในการพยายามแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง หรือเกี่ยวข้องกับการทำมาหากิน หรือสภาพความเป็นอยู่ กิจกรรมที่ดำเนินอยู่นี้เป็นไปเพื่อสนองตอบต่อการแก้ปัญหา และสอดคล้องกับแบบแผนการผลิตของชุมชน จึงเป็นพลังขับเคลื่อนให้เกิดพลวัตของการเรียนรู้ เมื่อได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิเคราะห์ปัญหาหาแนวทางการแก้ไข เมื่อได้แนวทางแล้วสมาชิกนำกลับไปลงมือปฏิบัติ แล้วกลับมาทบทวนวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อสรุปบทเรียน เพื่อหาหนทางทำต่อไปอีก กระบวนการที่เกิดขึ้นจริงดังกล่าวยังช่วยแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิต อันเป็นผลที่ทำให้คนในชุมชนเห็นเป็นรูปธรรมได้

โดยสรุปกล่าวได้ว่า กระบวนการเรียนรู้ คือกลไกสำคัญที่สุดซึ่งมนุษย์ใช้ในการปรับตัวในการดำรงชีวิต และเป็นกระบวนการต่อเนื่อง “ตลอดชีวิต”โดยเน้นที่ผู้เรียนเป็นผู้รู้จักคิด พิจารณาและแสวงหาความรู้ความเข้าใจด้วยตนเอง การเรียนรู้ดังกล่าว เป็นกระบวนการเรียนรู้ในวิถีการดำรงชีวิต โดยผู้เรียนควรมีวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ ซึ่ง ประเวศ วะสี (2542, น. 31)ได้กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ ว่าควรมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ เรียนรู้เพื่อตนเอง(learning oriented) เรียนรู้เพื่อสิ่งนอกตัวที่สัมพันธ์กับตนเอง ทั้งที่ใกล้และไกล(goal oriented) และเรียนรู้เพื่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนกับสิ่งนอกตัว และสามารถจัดความสัมพันธ์ให้เกื้อกูลกัน กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนเป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง เกี่ยวกับเรื่องของกระบวนการเรียนรู้นั้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ(ม.ป.ป., น.11-12)ได้กำหนดกระบวนการเรียนรู้ไว้ 2 ประเภท คือ 1) กระบวนการเรียนรู้ตามระบบโรงเรียน ซึ่งเป็นการจัดการโดยสถานศึกษา อาศัยระบบชั้นเรียนเป็นหลัก มีหลักสูตรกำหนดไว้ตามระดับและประเภทการศึกษา เพื่อให้คนได้เรียนรู้ตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตร 2) กระบวนการเรียนรู้ในวิถีชีวิต เป็นการเรียนรู้จากแหล่งความรู้และสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของบุคคลทั้งที่มีอยู่เองและที่มนุษย์ตั้งใจสร้างขึ้น

เดวิท แมทิวส์(David Mathews)ประธานมูลนิธิเคตเตอริง (Kettering Foundation)ผู้เขียน Element of Strong Society and Healthy Public Life (1996) กล่าวว่า “กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน” หมายถึง สิ่งที่เราเรียนรู้และผ่านการแลกเปลี่ยนกับคนอื่น อาทิ อะไรคือสิ่งที่มีคุณค่าต่อเราในฐานะที่

### ลักษณะสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน

สีลาภรณ์ นาคทรพรพ(2543, น. 61-67) ได้เสนอว่า กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนมีลักษณะสำคัญ 4 ประการดังนี้

1.เป็นกระบวนการกลุ่ม (group process) ที่เกิดจากสมาชิกได้ร่วมกันพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ ตั้งคำถาม หาคำตอบ หาแนวทางและอื่นๆ ในการดำเนินงานของชุมชน กระบวนการที่สมาชิกได้มาร่วมกันคิด และทำงานร่วมกันนี้ เท่ากับเป็นการยอมรับความเท่าเทียมกันของสมาชิกที่มาร่วมเรียนรู้ด้วยกัน เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดพลังของสติปัญญาที่ได้จากการระดมสมอง ได้มีประสบการณ์ของการทดลองในการดำเนินงานของชุมชนร่วมกัน

2) เป็นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง (active learning) เป็นเรื่องของความพยายามจะแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการในการพัฒนาของชีวิตจริง โดยการดำเนินงานพัฒนา พลวัตของการเรียนรู้เกิดจากการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ประสบการณ์ วิเคราะห์ปัญหา สาเหตุ และหาแนวทางแก้ไข โดยการดำเนินงานของชุมชน เมื่อได้ข้อตกลงแล้วสมาชิกก็นำไปลงมือปฏิบัติร่วมกัน เพื่อหาแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้น กระบวนการคิด-ทำ-ทบทวน-วิเคราะห์-ทำ จึงหมุนวนไป ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกได้ยกระดับความคิดและสั่งสม ภูมิปัญญาไว้

3) เป็นการเรียนรู้จากการแก้ปัญหาในชีวิตจริง(problem oriented) และเป็นการเรียนรู้เพื่อหาความพยายามในการพึ่งตนเองและพัฒนาอย่างต่อเนื่องของครอบครัวและชุมชน ดังนั้นการเรียนรู้ของชุมชนนี้จึงมิได้มีความหมายเพียงการยกระดับความคิด สติปัญญาของสมาชิกให้สูงขึ้นเท่านั้น แต่การ

4) เป็นการเรียนรู้และการทำงานร่วมกันในลักษณะเครือข่าย ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในแนวนอน (horizontal) มากกว่าในแนวตั้ง (vertical) การเชื่อมโยงระหว่างสมาชิกและระหว่างชุมชน เป็นการเรียนรู้จากความคิดและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน มีการช่วยเหลือกัน มีการติดต่อสื่อสารถึงกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน ทำให้สมาชิกที่สนใจร่วมกันมาทำงานภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน และเป็นลักษณะเครือข่ายการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกัน

นอกจากนี้ กระทรวงศึกษาธิการ ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน มี 6 แนวคิด ดังนี้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2543, น. 6-8)

1) มนุษย์มีศักยภาพในการเรียนรู้สูงและสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ การเรียนรู้นอกจากจะสร้างสรรค์ภูมิปัญญาให้มนุษย์สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างต่อเนื่องแล้วยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ และความปิติแก่ผู้เรียนรู้อีกด้วย

2) การปฏิรูปการศึกษาควรมุ่งแก้ปัญหาความทุกข์ยากของคนส่วนใหญ่ของประเทศ โดยการกระจายการเรียนรู้ออกจาก “สถานศึกษา” ไปสู่ “ชุมชน” หรือการคืนการศึกษาให้ชุมชน เพื่อให้การเรียนรู้ตอบสนองความต้องการของชุมชน ทำให้เกิดการสะสม “องค์ความรู้” ในท้องถิ่นเป็น “ฐาน” สำหรับการพัฒนา “หลักสูตรท้องถิ่น” และนำไปสู่การปฏิรูป “การเรียนการสอน” ในสถานศึกษา ทั้งยังช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนและสถานศึกษา ทำให้มีส่วนช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งซึ่งกันและกัน หรืออีกนัยหนึ่ง นักเรียน ครู และชุมชน อยู่ในกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน คือ เป็นทั้งผู้สอนและผู้เรียนรู้ไปพร้อมๆกัน

3) บุคคลและชุมชนมีความหลากหลาย ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ การนำ “รูปแบบการเรียนรู้” ที่ประสบความสำเร็จในชุมชนหนึ่งไปใช้ในอีกชุมชนหนึ่ง หรือการวางแผนจากส่วนกลาง แล้วนำไปให้คนในชุมชนท้องถิ่นปฏิบัติจึงมักประสบความล้มเหลว นอกจากนี้ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกชุมชน ยังเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงต้องพัฒนา “รูปแบบการเรียนรู้” ในแต่ละชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

4) เป้าหมายของการจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน คือ เพื่อสร้าง “ปัญญา” ให้ “คน” ในชุมชน (ทุกเพศ ทุกวัยทุกอาชีพ) สามารถพัฒนาตนเอง ครอบครัว และชุมชนได้อย่างบูรณาการ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง เพื่อสร้างเสริม “พลัง” ให้คนในชุมชนสามารถ “พึ่งตนเอง” และ “พึ่งพากันเอง” ได้มากขึ้น โดยเน้น “การมีส่วนร่วม” ในกระบวนการเรียนรู้ และ “การฝึกฝน” ตนเองในทุกด้านของชีวิต รวมทั้ง

5) การจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชนที่มีคุณภาพ เพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ มีสาระและขอบเขตกว้างขวาง โดยเฉพาะประเด็น “การเลี้ยงชีพ” ของคนในชุมชนซึ่งจำเป็นต้องอาศัย “ความร่วมมือร่วมใจ” หรือ “ผลึกกำลัง” จากทุกส่วนของสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน อาทิ นักวิชาการ สื่อมวลชน นักธุรกิจ สถาบันการศึกษา องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรชุมชน ฯลฯ การเรียนรู้ในชุมชนจึงมิได้เกี่ยวข้องกับบุคลากรทางการศึกษาเท่านั้น แต่เป็นการเรียนรู้ร่วมกันของทุกฝ่าย

6) การจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน ควรนำไปสู่วัตถุประสงค์หลายๆประการ พร้อมกัน เช่น เพื่อสืบค้นผู้นำจิตวิญญาณ สร้างความเข้าใจร่วมกัน สร้างคุณค่าและจิตสำนึกใหม่ ปลูกฝังคุณธรรมและค่านิยมที่ดีงาม เกิดความเอื้ออาทร สร้างวิสัยทัศน์ร่วม สร้างกระบวนการทัศน์ใหม่(วิธิตัดและการทำางาน) ได้ปัญหาและความต้องการของชุมชน ได้แนวทาง วิธีการ และแผนงานการแก้ปัญหา ได้เริ่มทดลองทำ ได้ใจหายวิสัย เกิดสะสมองค์ความรู้ในท้องถิ่น ได้้องค์ความรู้ใหม่ และขยายผลสู่การสรุปบทเรียนร่วมกัน ได้หลักสูตรท้องถิ่นและนำไปสู่การปฏิรูปการเรียนรู้การสอน ชุมชนมีโอกาศเรียนรู้และจัดการร่วมกัน และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนมีการเรียนรู้จากการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ที่เกิดจากการถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง โดยผ่านพิธีกรรม จารีต ประเพณี ค่านิยม วัฒนธรรม ความเชื่อ ซึ่งกล่าวได้ว่ากระบวนการเรียนรู้ของชุมชนมีรากฐานมาจากประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้แยกแยะระหว่างการเรียนรู้กับวิถีชีวิตและการปฏิบัติ กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนจึงเป็นกระบวนการเพื่อแสวงหาความรู้ที่ไม่เป็นทางการ และไม่ใชการศึกษาในระบบที่อยู่ในสถาบันการศึกษา กระบวนการเรียนรู้มีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนตามแนวทางของวัฒนธรรมชุมชน คือ เป็นการพัฒนาศักยภาพของชุมชน เช่น กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญา ซึ่งต้องใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนรุ่นแล้วรุ่นเล่า ดังนั้นการเรียนรู้ของชุมชนจึงเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ และมนุษย์กับธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง

จากแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี พงศ์พิศ(2546, น. 35-37)ที่กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เป็นกระบวนการอันมีรากฐานอยู่ที่ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้แยกแยะระหว่างการเรียนรู้กับวิถีชีวิต การรู้และการปฏิบัติ เนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้เป็นหนึ่งเดียวกัน

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดของพระมหาสุทิตย์ อาภากรโร(2548, น. 99-116)กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญของชุมชนว่าเกิดขึ้นจากการทดลอง การแสวงหาคำตอบ การฝึกปฏิบัติจนเกิดความเข้าใจ และการสร้างระบบคิดของชุมชนขึ้นมา โดยก้าวทางการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่มีทั้งการยอมรับ การปฏิเสธ การประยุกต์ใช้ การเลิกใช้ และการสร้างใหม่ โดยเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมในชุมชนและบริบทของสังคมที่เข้าสู่ชุมชน โดยการเรียนรู้ของสังคมไทยที่มีลักษณะร่วมอย่างน้อย 4 ประการ คือ

1) การเรียนรู้ของชุมชนเป็นเรื่องของชีวิตและการทำงาน กล่าวคือ ชุมชนเหมือนชีวิตที่มีการเกิดขึ้น เรียนรู้ เผชิญปัญหา การจัดการตนเอง และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ชุมชนจะดำเนินวิถีชุมชนไม่ได้ถ้าไม่เข้าใจบริบทที่ตนเองเป็นอยู่ และไม่กำหนดรู้ว่าตนเองเป็นอยู่อย่างไร ดังนั้นการเรียนรู้ของชุมชน จึงเป็นการเรียนรู้เกี่ยวข้องกับชีวิตและงานที่จะต้องมีการจัดการตนเอง เพื่อให้กลุ่มหรือกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชนได้ประกอบกิจกรรมของตนตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อสถาบันภายในชุมชน เช่น วัด บ้าน โรงเรียน หรือองค์กรชุมชนมีการเรียนรู้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกำหนดจัดการตนเองได้ ชุมชนก็จะกลายเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ที่สามารถสร้างชุดความรู้ของตนเองขึ้นมาแล้ว ประยุกต์ใช้กับการทำงานและวิถีชีวิต ผลลัพธ์ของการเรียนรู้ คือ ชีวิตและงานที่มีความงอกงาม

2) เครื่องมือการเรียนรู้ของชุมชน คือ การเรียนรู้จากปัญหาที่ชุมชนเผชิญ เช่น ภาระหนี้สิน ความขัดแย้งระหว่างบุคคล ปัญหาด้านการจัดการทรัพยากร ฯลฯ ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ชุมชนได้ต่อสู้และหาทางออกร่วมกัน ผลลัพธ์ของการแก้ปัญหา คือ การเรียนรู้และการสร้างความรู้ใหม่ของชุมชน

3) การเรียนรู้ของชุมชนเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน การเรียนรู้ของชุมชนเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างกัน เป็นชุมชนที่มีความสนิทสนมมีความคุ้นเคยกัน มักมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ ความคิด และการจัดการร่วมกัน อีกนัยหนึ่ง การเรียนรู้ของชุมชนเกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ที่เป็นการผสมผสานระหว่างความรู้ที่ชุมชนมีอยู่และความรู้จากภายนอกชุมชน โดยการเรียนรู้และการปรับตัวของชุมชนให้เข้ากับสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยน รวมถึงการประเมินตนเองตลอดเวลาจะทำให้ชุมชนเกิดความรู้ใหม่ ทั้งนี้ชุมชนที่ขาดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมักจะพ่ายแพ้ต่ออิทธิพลทางความคิดและวัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่า ผลก็คือการล่มสลายของชุมชนหรือการตกอยู่ในภาวะการณ์พึ่งพา ดังนั้น

4) การเรียนรู้ของชุมชนเป็นการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริง การเรียนรู้ด้วยการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบอาจมาเพียงพอต่อการดำรงอยู่ของคนในชุมชน การเรียนรู้จากการลงมือทำ มีการทดลอง ผลิตซ้ำ จนได้ความรู้และความเข้าใจจะช่วยให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีวิถีของชุมชน ซึ่งถ้าไม่มีการลงมือปฏิบัติกันอย่างจริงจัง ชุมชนอาจจะไม่สามารถเผชิญกับปัญหาได้รวมทั้งขาดการสร้างชุดความรู้ ภูมิปัญญา และเมื่อปฏิบัติจนเกิดความชำนาญชุมชนสามารถสร้างความรู้และภูมิปัญญาของตนเองขึ้นมา ซึ่งผลผลิตของความรู้กลายเป็นนวัตกรรมของชุมชน ทั้งรูปแบบ เครื่องมือ เครื่องใช้ วัฒนธรรม ประเพณี และระบบการจัดการ ซึ่งอาจแพร่ขยายไปยังชุมชนอื่น

อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้ของชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับช่วงเวลาและสถานที่ที่เกิดขึ้น บางช่วงอาจมีความเข้มแข็งซึ่งก่อให้เกิดศักยภาพในการพัฒนาและระบบการจัดการที่ดีของชุมชน แต่บางครั้งการเรียนรู้ตกอยู่ในภาวะถดถอย ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยหลายประการทั้งปัจจัยภายใน เช่น การขาดผู้นำที่เข้มแข็ง ความขัดแย้งในชุมชน ฯลฯ และจากอิทธิพลของความรู้ ค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมจากภายนอกที่หลั่งไหลเข้าสู่ชุมชน ซึ่งชุมชนจะต้องร่วมกันสำรวจ ค้นหา และสร้างอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นมาใหม่ การเรียนรู้เป็นพฤติกรรมหนึ่งของมนุษย์ที่มีผลมาจากการที่ได้ปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวมนุษย์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ หรือมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยให้มนุษย์สามารถปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ง่ายขึ้น โดยการเรียนรู้ของมนุษย์ในการปรับตัวนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างรีบร้อน แต่จะมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไปอย่างมีขั้นตอน ซึ่งอาจเริ่มจากการผ่านประสบการณ์ในการลองผิดลองถูก แล้วจึงค่อยเริ่มเรียนรู้ว่าสิ่งใด ก่อให้เกิดประโยชน์ และสิ่งใด ก่อให้เกิดโทษ จึงจะเลือกรับมาใช้ และนำเข้าสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองอย่างช้าๆ จนกลายเป็นพฤติกรรมที่ปฏิบัติอย่างถาวร การเรียนรู้ไม่ได้เน้นที่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพียงด้านเดียวเท่านั้น เพราะถ้านั้นเพียงด้านเดียวก็จะเกิดการเรียนรู้ที่ไม่สมบูรณ์ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่สมบูรณ์แบบควรเปลี่ยนแปลงด้านสติปัญญา ด้านจิตใจ ควบคู่ไปพร้อมๆ กันด้วย จึงจะเรียกได้ว่าการเรียนรู้ที่แท้จริง ดังเช่น พฤติกรรมการเรียนรู้ตามทฤษฎีของ Bloom, Benjamin S. (1976) ได้จำแนกพฤติกรรมที่ผ่านการเรียนรู้มาแล้ว เป็น 3 ด้าน ใหญ่ๆ คือ ประการแรก ด้านสติปัญญา (cognitive domain) เป็นความสามารถทางด้านสมอง ในการคิดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีพฤติกรรมแยกย่อยเป็น 6 ขั้น คือ ความรู้ ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า ประการที่สอง ด้านจิตใจหรือความรู้สึก (affective domain) เป็นความสามารถ ในการรู้สึกต่อสิ่งต่างๆ รวมทั้ง



### ขั้นตอนการจัดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน

สำหรับขั้นตอนการจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน เริ่มต้นจาก “รวมคน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสรุปบทเรียน และร่วมรับผลจากการกระทำ” ถ้า “วงจรแห่งการเรียนรู้” ของชุมชนใด หมุนเร็วหรือมี “พลวัต” สูง แสดงว่าชุมชนนั้นมี “พลังการเรียนรู้” สูง ดังนี้(กระทรวงศึกษาธิการ, 2543, น. 9-13)

1)รวมคนการรวมคนมีวัตถุประสงค์เพื่อรวม “พลังใจ” เป็นการเสริมใจซึ่งกันและกัน สมาชิกขององค์กรมีความสนใจและมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทำให้เกิด จิตสำนึกร่วม ในการแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่น เกิดความรัก ความสามัคคี และความเอื้ออาทร องค์กรชุมชนที่มีสมาชิก หลากหลายทั้ง เพศ วัย และอาชีพ และพบปะกันอย่างต่อเนื่อง องค์กรชุมชนนั้นย่อมมีความเข้มแข็งเพื่อกระตุ้นให้เกิดการระดมทุนทางสังคมจาก ภายในชุมชนควรสร้าง กิจกรรมที่บุคคลในชุมชนสามารถมีส่วนร่วมเช่น การออมทรัพย์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประเพณีพื้นบ้าน หรือ ประวัติศาสตร์หมู่บ้าน เป็นต้น หรือทำให้เกิดการเชื่อมต่อกิจกรรมในชุมชนเข้าด้วยกัน เช่น กลุ่มป่าชุมชน กลุ่มสมุนไพร กลุ่มออมทรัพย์กลุ่มแปรรูปอาหาร หรือกลุ่มวัฒนธรรม วัด โรงเรียน เป็นต้นการรวมคนเป็น กลุ่มและการเชื่อมต่อกิจกรรมเป็น เครือข่ายสามารถกระทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในแต่ละท้องถิ่น วิธีที่ได้รับความนิยมได้แก่ การจัดเวที อาจเรียนว่าเวทีชาวบ้าน หรือเวทีประชาคม เป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคม แล้วนำประเด็นที่ชุมชนให้ความสนใจมาเป็นเครื่องมือ ในการ “รวมคน”และการสืบค้นผู้นำ เช่น การเลี้ยงชีพ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาสุขภาพ การรักษาสุขภาพ พิธีกรรมและประเพณี คนตรีพื้นบ้าน ประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นต้น ชุมชนหลายแห่งใช้ ผู้นำ ในชุมชนเป็นเครื่องมือ ในการรวมคน อาจเป็น พระภิกษุ ครู หมอพื้นบ้าน ผู้นำทางจิตวิญญาณด้านพิธีกรรม หรือผู้นำภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผู้นำเหล่านี้มักเป็น ผู้นำตามธรรมชาติ ซึ่งมีคุณธรรม ซื่อสัตย์ เสียสละ อดทน อดกลั้น และมีจิตใจอาสาสมัคร

การจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชนใช้ คนเป็นทั้ง ปัจจัย และ เป้าหมายของการเรียนรู้ ดังนั้น “รวมคน” จึงเป็นขั้นตอนที่ สำคัญที่สุด การรวมคนด้วย ความคิด จะสามารถรวมพลังใจ ของผู้นำจิตวิญญาณ ได้เป็นอย่างดีทำให้ได้คนที่ มี คุณภาพมี พลังและเป็นการรวมตัวกันที่มี ความยั่งยืนซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานในขั้นต่อไปประสบความสำเร็จ

2) **ร่วมคิดมีวัตถุประสงค์เพื่อระดม “พลังความคิด”** ให้รู้แจ้งแทงตลอด โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการระดมสมอง เพื่อระดมความคิด สร้างความเข้าใจร่วมกัน ปรับกระบวนการทัศน สร้างวิสัยทัศน์ร่วม แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ วิเคราะห์ปัญหาและโอกาสอย่างรอบด้าน จัดลำดับความสำคัญของปัญหา(เรียนรู้อะไร) กำหนดแนวทาง วิธีการ และแผนงานในการแก้ปัญหา(เรียนรู้อย่างไร เรียนรู้กับใคร เรียนรู้ที่ไหน)

3) **ร่วมทำมีวัตถุประสงค์เพื่อรวม “พลังการจัดการ”** ตามแผนงานที่กำหนดโดยใช้หลักสหกรณ์การฝึกฝนจากการทดลองทำ และการปฏิบัติในพื้นที่จริง กิจกรรมจริง สถานการณ์จริง ประกอบกับการใช้หลักการ ทฤษฎี เทคโนโลยีและระบบการบริหารจัดการที่ดีมาสร้างความเชื่อมโยงกัน ซึ่งการจัดแบ่งบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของภาคีการพัฒนาต่างๆ อย่างเหมาะสมยอมทำให้การใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดมีวัตถุประสงค์

4) **ร่วมสรุปบทเรียนเพื่อสร้าง “พลังภูมิปัญญา”** โดยเริ่มต้นจากการประเมินตนเอง และประเมินผลงานผ่านเวทีกลุ่ม และเครือข่ายทำให้เกิดการเชื่อมต่อทักษะ องค์ความรู้ และประสบการณ์นำไปสู่การพัฒนา “องค์ความรู้ใหม่” ขององค์กร จากนั้นเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อไปสู่องค์กรชุมชนอื่นๆ

5) **ร่วมรับผลจากการกระทำ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง “พลังปิติ”** โดยการยกย่อง ชื่นชม และให้กำลังใจคนที่เสียสละและทำงานให้กับชุมชนและสังคม ทำให้เกิดการภาคภูมิใจและมีความสุข จากการทำงานร่วมกัน ส่วนผลจากการกระทำอาจได้รับในมิติที่แตกต่างกัน เช่น สมาชิก องค์กร ชุมชนได้รับผลทางด้านเศรษฐกิจ นักเรียนได้เรียนรู้วิถีคิดและการทำงานเป็นทีม ส่วนครูได้เรียนรู้ศักยภาพของท้องถิ่นซึ่งนำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น และการปฏิรูปการเรียนการสอนในโรงเรียน

นอกจากนี้งานวิจัยของอดุลย์ วังศรีคุณ เรื่อง การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง:การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาอภิมาณ(2543: บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่าลำดับขั้นตอนกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง ประกอบด้วย7 ลำดับขั้นตอนคือ (1) ชุมชนรับรู้และตระหนักในปัญหา(2) สมาชิกชุมชนร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา(3) สมาชิกชุมชนร่วมกันแสวงหาและ(4) สมาชิกชุมชนเลือกแนวทางแก้ปัญหา(5) สมาชิกชุมชนร่วมกันดำเนินการ(6) สมาชิกชุมชนร่วมกันประเมินผลการดำเนินงาน (7) สมาชิกชุมชนร่วมกันปรับปรุงหากดำเนินการไม่สำเร็จ ชุมชนส่วนใหญ่รับรู้และตระหนักถึงปัญหา จากการที่สมาชิกในชุมชนประสบปัญหาที่รับรู้เองเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสมาชิกในชุมชนทั้งหมดหรือส่วนใหญ่ เป็นปัญหาเกี่ยวกับการทำมาหากิน การวิเคราะห์ปัญหาของชุมชน จะร่วมกันวิเคราะห์เป็นกลุ่มย่อย หรือที่ประชุมหมู่บ้าน ชุมชนเลือกแนว

### องค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน

ในส่วนองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนนั้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ(ม.ป.ป., น. 41-42) ได้แสดงทัศนะโดยกล่าวไว้ว่า รากฐานที่สำคัญของชุมชนที่เป็นองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนมี 3 ประการ คือ

(1) เครือข่ายและองค์กรชาวบ้าน การจัดการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ของชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้การส่งเสริมและสนับสนุนเครือข่ายและองค์กรชาวบ้าน เครือข่ายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมส่วนต่างๆเข้าหากัน ส่วนองค์กรชาวบ้านเป็นเครื่องมือในการจัดการทั้งในด้านผลผลิตทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และการเรียนรู้ของชุมชน เครือข่ายและองค์กรชาวบ้านจึงมีบทบาทเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกันในกระบวนการเรียนรู้

(2) ระบบข้อมูลและสารสนเทศ การเรียนรู้ของชุมชนจำเป็นต้องอาศัยข้อมูล ข่าวสารและความรู้ ในระยะแรกการเรียนรู้อาจใช้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ในชุมชน เมื่อกระบวนการเรียนรู้เข้มแข็งและกว้างขวางขึ้น ข้อมูลข่าวสารและความรู้จากภายนอกก็เป็นสิ่งจำเป็น

(3) สถาบันการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่ง หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่มีความมั่นคงต่อเนื่อง อันเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การเรียนรู้ของชุมชน

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (ม.ป.ป., น. 69-72) ยังกล่าวถึงองค์ประกอบหรือกลไกที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนดังนี้

(1) ฐานการเรียนรู้ หมายถึง แหล่งการเรียนรู้ของชุมชนที่มีอยู่รอบตัว ทั้งในครอบครัว หมู่บ้าน ชุมชน และต่างชุมชน ในธรรมชาติ เช่นเดียวกับผู้ให้การเรียนรู้มีมากมายทั้งพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย เพื่อน พระหรือผู้นำทางศาสนา ครู ช่าง พ่อค้า หมอชาวบ้าน ตลอดจนสถาบันการเรียนรู้ของชุมชน และทรัพยากรอื่นๆ

(2) เนื้อหา/องค์ความรู้ เนื้อหาองค์ความรู้ของชุมชนจะกำหนดจากความต้องการและความจำเป็นของชุมชนเป็นหลักและเนื้อหาในเชิงปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี คือ เป็นรูปธรรมมากกว่านามธรรม เพราะหวังผลในการนำไปใช้ในวิถีชีวิตจริงด้านต่างๆ ซึ่งหากพิจารณาโดยผิวเผินแล้ว อาจคิดว่าการเรียนรู้ของชุมชนไม่มีเนื้อหา แต่ในความเป็นจริงแล้ว กลับครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วน เพียงแต่เนื้อหาเหล่านั้นไม่ได้แยกเป็นรายวิชา หากแต่แทรกอยู่ในการดำรงชีวิตแต่ละด้าน

(3) กิจกรรมการเรียนรู้มีหลากหลายวิธี ทั้งการสอน การสังเกต การอ่าน การถาม การทดลอง ทำ การเลียนแบบ การคิดไตร่ตรอง การแลกเปลี่ยน กิจกรรมการเรียนรู้ทั้งหลายเหล่านี้มีความยืดหยุ่น เหมาะสมกับเนื้อหาที่ไม่เหมือนกัน ตามความถนัดที่ไม่เหมือนกันของผู้เรียนและผู้สอน

อรรถิ งามวิทยาพงศ์ (2549, น.4-10) กล่าวถึง กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนเกิดขึ้นผ่าน ช่องทางสำคัญ ดังองค์ประกอบต่อไปนี้คือ

(1) วิธีการ หรือ ช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลาย เช่น การศึกษาประสบการณ์จากบุคคลชุมชน การศึกษาดูงานหรือทัศนศึกษา การสนทนา ปรัชญาหรือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การประชุมอย่างเป็นทางการ การปฏิบัติจริง

(2) ฐานการเรียนรู้ที่หลากหลาย ซึ่งมีทั้งภายในและ ภายนอก ภายใน ได้แก่ สมาชิกชุมชน ผู้นำ ชุมชน และภายนอก ได้แก่ บุคคล องค์กรภายนอก

(3) เนื้อหาหรือองค์ความรู้ที่หลากหลาย เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับการทำมาหากิน การแก้ปัญหาหรือ การพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวกับการทำมาหากิน การดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติ การเรียนรู้ของ มนุษย์เกิดขึ้นตลอดเวลา ที่บุคคลปฏิสัมพันธ์กับสิ่งภายนอกที่ยังมีชีวิตอยู่ การปรับตัวจึงเกี่ยวข้องกับ เนื้อหา แหล่งเรียนรู้ และช่องทาง วิธีการ เครื่องมือ การเรียนรู้ที่หลากหลายมากมายที่อยู่ในชีวิตจริง ที่สำคัญคือ โดยธรรมชาติแล้วบุคคลแต่ละคนก็มีความหลากหลายแตกต่างกันเป็นพื้นฐานด้วย ดังนั้น การถ่ายทอดความรู้จึงเป็นการถ่ายทอดของเดิมและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพราะมีความยืดหยุ่น ครอบคลุม เนื้อหา วัตถุประสงค์ที่ไม่เหมือนกัน และความสามารถ ความถนัดที่ไม่เท่ากันของบุคคลแต่ละคนได้

(4) บริบทแวดล้อม และกลไกต่างๆ ที่เอื้อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ มีโครงสร้างของความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ แบบแนวนอน (horizontal) มากกว่าแบบแนวตั้ง (vertical) และมีระบบความสัมพันธ์เชิงสังคม (social relations) มากกว่าความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรือ ผลประโยชน์(power relations)

(5) มีกลไกส่งเสริมการเรียนรู้ สืบเนื่องจากลักษณะของกระบวนการเรียนรู้ที่มีความแตกต่าง หลากหลาย มีผลให้กระบวนการเรียนรู้พัฒนาสร้างใหม่ในสิ่งที่ถ่ายทอดไปด้วย เนื่องจากการเรียนรู้ แบบปฏิสัมพันธ์ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม คือปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล และระหว่างบุคคลกับ ตนเอง เกิดทำความเข้าใจกับสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดและมีการเชื่อมโยงหรือสังเคราะห์ขึ้นเป็นความรู้ชุด

นอกจากองค์ประกอบดังกล่าวแล้วกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนยังมีเงื่อนไขอื่นๆ ประกอบอีก คือ

(1) เงื่อนไขของเวลาที่พอเพียงแก่กระบวนการเรียนรู้ กระบวนการเรียนรู้จำเป็นจะต้องใช้เวลาที่เพียงพอในการทำความเข้าใจ การตกผลึกทางความคิด จิตใจของตนเอง และเชื่อมโยงกับภายนอก

(2) เงื่อนไขการจัดการ กระบวนการเรียนรู้มีเป้าหมายเพื่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่นอกจากการผลิตซ้ำสิ่งเดิม ดังนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการ (management) เข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อให้องค์ประกอบต่างๆ ที่กล่าวมาเกิดขึ้น หรือที่มีอยู่มีคุณภาพเพิ่มขึ้น

(3) เงื่อนไขของกระบวนการทัศน์ โดยกระบวนการทัศน์ที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ คือ กระบวนทัศน์ที่เชื่อว่ามนุษย์มีศักยภาพและความสามารถในการเรียนรู้สูงกว่าสัตว์โลกทั่วไป เนื่องจากมีจินตนาการ และจิตสำนึกแห่งความดีงาม ที่สามารถพัฒนาให้สูงมากขึ้นไปได้เรื่อยๆ และธรรมชาติมีความหลากหลายเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน

(4) เงื่อนไขของกลไกการเรียนรู้ กลไกการเรียนรู้ มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่รวบรวมส่งผ่านเนื้อหาของการเรียนรู้ โดยอาศัยแหล่งเรียนรู้ และช่องทางเครื่องมือ วิธีการต่างๆ กลไกการเรียนรู้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลักดันหรือขับเคลื่อน “กระบวนการ” หรือทำให้ “กระบวนการ” เกิดและพัฒนาขึ้น

โดยสรุปกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ฐานการเรียนรู้ เนื้อหาองค์ความรู้ และกิจกรรมการเรียนรู้ โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขของเวลาที่พอเพียงแก่กระบวนการเรียนรู้ การจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีเป้าหมายเพื่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยกระบวนการทัศน์ที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ และเงื่อนไขกลไกการเรียนรู้ที่มีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่รวบรวมส่งผ่านเนื้อหาของการเรียนรู้ โดยอาศัยแหล่งเรียนรู้ และช่องทางเครื่องมือวิธีการต่างๆ เพื่อผลักดันขับเคลื่อนกระบวนการเรียนรู้

#### **ความสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน**

การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คนในสังคม ในความหมายของการถ่ายทอดวิชาความรู้ที่ใช้ในการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพจากคนรุ่นหนึ่งไปยัง อีกรุ่นหนึ่ง หรือที่เรียกว่า การถ่ายทอดทางวัฒนธรรม การพัฒนาความเข้มแข็งให้ชุมชนอย่างยั่งยืนและต่อเนื่องการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในชุมชน จึงต้องอาศัยความร่วมมือของทุกส่วนในสังคม ทั้งการสนับสนุนของนโยบายภาครัฐ การร่วม

1. ถ้ารัฐมีความจริงใจในการพัฒนาแบบยั่งยืน ต้องมีนโยบายที่ชัดเจนที่จะส่งเสริมสนับสนุนระบบเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งต้องตั้งอยู่บนฐานความรู้ ไม่ใช่ฐานเงิน และอำนาจอย่างที่รัฐใช้อยู่ เพราะทำให้อ่อนแอและต้องพึ่งพารัฐตลอดไปไม่รู้จบ ต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ และส่งเสริมสหกรณ์อย่างเหมาะสม โดยปรับบทบาทการไปกำกับแบบ “นายอำนาจ” (dictator แปลว่าผู้สั่งการ) มาเป็น “นายอำนวย” (facilitator) จากพวกช่างชุด ช่างรื้อมาเป็น “ช่างเชื่อม” (catalyst) จากนักสร้างกำแพง มาเป็นนักสร้างสะพาน จากนักสร้างอาณาจักรมาเป็น “ผู้ประสานให้เกิดเครือข่าย” (networker) ให้ความรู้ทางวิชาการที่ชาวบ้านขาดอยู่

2. ในชุมชนหมู่บ้านมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากมาย เปรียบเหมือนต้นไม้หลายต้น ที่ไม่มีป่า ไม่มี “ระบบเศรษฐกิจชุมชน” ระบบที่เกิดจากการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน จนเกิดพลังและสามารถขับเคลื่อนได้ด้วยตัวมันเอง กิจกรรมเศรษฐกิจชุมชนวันนี้จึงมีแต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบเดี่ยวๆ ไม่ก่ออย่างวนเวียนอยู่ชั่ววนาตาปี หนี้สินเพิ่มขึ้นทุกวัน โครงการพัฒนาต่างๆ ที่ใครต่อใครส่งเข้ามาในหมู่บ้านถ้าหากยังอยู่ ก็อยู่แบบ “ของใครของมัน” ขึ้นอยู่กับว่าหน่วยงานไหนส่งเข้ามา

3. การพัฒนาที่ผ่านมาได้ทำลายระบบเศรษฐกิจชุมชนแบบเดิมไปจนหมด เศรษฐกิจชุมชนแบบดั้งเดิมนั้น เป็น “ระบบ” เพราะทุกอย่างสัมพันธ์กัน เกื้อกูลกัน เป็นวิถีที่ชุมชนพึ่งตนเองได้ พึ่งพาธรรมชาติและพึ่งพากันเอง

4. ความล้มเหลวของชาวบ้านเกิดจากการขาดความรู้ และไม่มีใครช่วยให้เกิดการเรียนรู้จริงๆ การช่วยให้ชุมชนเรียนรู้ไม่ได้ หมายถึงการช่วยให้หายโง่ หายเจ็บแบบเดิมๆ อีกต่อไป แต่หมายถึงการช่วยให้พวกเขาค้นพบศักยภาพที่แท้จริงของตนเอง และพัฒนาศักยภาพดังกล่าวไปสู่การพึ่งตนเอง

5. วิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ ที่เรียกว่า “ประชาพิชญ์” คือชาวบ้านวิจัย ตนเอง เรียนรู้ รู้จักตนเอง ชุมชน และโลก เรียนรู้เอกลักษณ์และรากเหง้าความรู้ภูมิปัญญา บทบาทของรัฐคือช่วยให้พวกเขาได้เรียนรู้และเติมเต็มให้พวกเขาพึ่งตนเองได้ การตั้งคำถาม ทำให้ชาวบ้านรู้ว่า เป็นหนี้เท่าไร มีปัญหาอะไร และควรหาทางออกอย่างไร ข้อมูลชุมชนทำให้ชุมชนต่างๆ เริ่มเข้าใจว่าพวกเขาอยู่แบบเดิมไม่ได้แล้ว และต้องสร้าง “ระบบเศรษฐกิจชุมชน” ขึ้นอย่างจริงจัง เป็นระบบที่ขับเคลื่อนด้วยตัวเอง และสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจใหญ่แบบเกื้อกูลกัน ไม่ใช่อุปถัมภ์ เหมือนไม้เลื้อยในป่าใหญ่ที่อยู่ได้โดยการเกื้อกูลกันกับไม้ใหญ่รอบๆ และสรรพสิ่งในป่าแห่งนั้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในชุมชน จะต้องอาศัยความร่วมมือของทุก ส่วนในสังคม ทั้งการสนับสนุนภาครัฐ การจัดระบบสนับสนุนในชุมชน รวมทั้ง การรวมพลังของทุก ส่วนในสังคม โดยตั้งอยู่บนฐานของความรู้ ที่ชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

จากการทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดของกระบวนการเรียนรู้ข้างต้น สามารถนำไปใช้ เป็นกรอบแนวคิดกระบวนการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนได้ ตั้งแต่การ นิยามความหมายของกระบวนการเรียนรู้ และกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน มีลักษณะการเรียนรู้ ขั้นตอนการเรียนรู้ รวมถึงองค์ประกอบและเงื่อนไขใดบ้าง เพื่อนำกระบวนการเรียนรู้ในกรอบดังกล่าว ไปพัฒนาหรือเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนให้เข้มแข็งได้ เพราะถือได้ว่ากระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ ของการพัฒนาในทุกระดับ โดยเฉพาะชุมชนที่มีการเรียนรู้แล้ว จะเกิดกระบวนการพัฒนาที่มีความ ยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนนั้นได้ ทั้งด้านเศรษฐกิจและด้านอื่นๆ กระบวนการเรียนรู้ คือ กลไกสำคัญที่สุดซึ่งมนุษย์ใช้ในการปรับตัวในการดำรงชีวิต และเป็นกระบวนการต่อเนื่อง “ตลอด ชีวิต” โดยเน้นที่ผู้เรียนเป็นผู้รู้จักคิด พิจารณา และแสวงหาความรู้ความเข้าใจด้วยตนเอง การเรียนรู้ ดังกล่าว เป็นกระบวนการเรียนรู้ในวิถีการดำรงชีวิต กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน มีขั้นตอนการเรียนรู้ จากการรวมคน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสรุปบทเรียน และร่วมรับผลจากการกระทำ และมีองค์ประกอบ หรือกลไกของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ประกอบด้วย ฐานการเรียนรู้ เนื้อหาองค์ความรู้ และ กิจกรรมการเรียนรู้ โดยผ่านช่องทางสำคัญคือ วิธีการหรือช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลายจากแหล่ง เรียนรู้ต่างๆและจากการปฏิบัติ เช่น จากการทัศนศึกษา ดูงาน การสนทนา พูดคุย การประชุมหารือ และ การลงมือปฏิบัติจริงเป็นต้น โดยเงื่อนไขของกระบวนการเรียนรู้ ขึ้นอยู่กับ เงื่อนไขของเวลาที่พอเพียง เงื่อนไขการจัดการ เงื่อนไขกระบวนการทัศน์ และเงื่อนไขของกลไกการเรียนรู้ ส่วนการสร้างเครือข่ายการ เรียนรู้ในชุมชน ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสามารถสร้างองค์ความรู้ ได้อย่าง ต่อเนื่องและยั่งยืน

## ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

### แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

จากพระราชดำรัสปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้ ทรงพระราชทาน เป็นปรัชญาที่ชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทาง

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2541) วิเคราะห์ไว้ใน ทฤษฎีใหม่ : มิติที่ยิ่งใหญ่ทางความคิด ว่า ทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในบริบทของเศรษฐกิจพอเพียงอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นสัมมาทฤษฎีที่อยู่เหนือระนาบแนวความคิดในทฤษฎีของการพัฒนาต่าง ๆ ที่ขาดและบกพร่องทางจริยธรรม โดยเห็นว่า มิติทางจริยธรรมของทฤษฎีใหม่และแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียงนั้น มีอยู่ในพุทธปรัชญาแล้ว เพียงแต่ยังไม่มีผู้ใดนำมาจัดระบบและนำมาเสนออย่างเป็นรูปธรรมแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ สามารถนำมาศึกษาการทำเกษตรของชุมชน และการพัฒนาตามลำดับขั้นเป็นเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเชื่อมโยงจากระดับเล็กสุดในไร่นาเกษตรกร ไปจนถึงระดับชุมชนและระดับสังคม การจัดการบนพื้นฐานข้อมูล เพื่อความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ และเป้าหมายสุดท้ายคือ ทรัพยากรต้องยั่งยืน คู่คุณค่า อนุรักษ์และพัฒนา ซึ่งได้มีการพัฒนาตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงตามขั้นตอนทฤษฎีใหม่มี 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 พึ่งตนเอง คือ พอเพียงในระดับครอบครัว สมดุลพอดี พออยู่ พอกิน เน้นผลิตให้เพียงพอกับความต้องการบริโภคในครัวเรือน สามารถเลี้ยงตัวเองได้ มีชีวิตที่ประหยัด

ขั้นที่ 2 พึ่งพากัน ร่วมมือกัน คือ พอเพียงในระดับชุมชน มีการรวมกลุ่มหรือสหกรณ์ ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ร่วมมือในการพัฒนาการผลิต การตลาด คุณภาพชีวิต ดูแลสวัสดิการ การศึกษา สังคม และสิ่งแวดล้อม มีการทำงานร่วมกัน ร่วมปรึกษาหารือ ร่วมแก้ปัญหา ทำให้คนในชุมชนรู้จักการให้และการรับ

ขั้นที่ 3 ร่วมมือกับองค์กรอื่นๆภายนอกชุมชน คือ พอเพียงในระดับประเทศมีปริมาณการผลิตมากขึ้น สามารถป้อนออกสู่ตลาดสากล เป็นการร่วมมือที่เป็นพันธมิตรกับเอกชน และภาครัฐบาลอย่างเสมอภาค พร้อมทั้งจะเข้าสู่สภาพการแข่งขันในระดับประเทศและระหว่างประเทศได้

เศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล หมายถึง ความสามารถในการดำรงชีวิตได้อย่างไม่เดือดร้อน กำหนด ความเป็นอยู่อย่างพอประมาณตนตามฐานะ ตามอัธยาศัย และที่สำคัญไม่หลงใหลในวัตถุนิยม มีอิสรภาพ เสรีภาพ ไม่พัวพันการอยู่กับสิ่งใด ยึดทางสายกลางในการดำรงชีวิต เศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นพื้นฐานของความมั่นคงในการดำรงชีวิต ส่งผลให้สามารถใช้หลักการพึ่งตนเอง โดยยึดหลักสำคัญ 5 ประการ คือ(สุเมธ ดันติเวกุล, 2543, น. 3)

1.ด้านจิตใจ ทำคนให้เป็นที่พักของตนเอง มีจิตสำนึกที่ดี สร้างสรรค์ให้ตนเองและชาติโดยรวม เอื้ออาทร ประณีประนอม และเห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง



2.ด้านสังคม แต่ละชุมชนต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นอิสระ อยู่บนพื้นฐานของเมตตาธรรม

3.ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ใช้และจัดการอย่างชาญฉลาด พร้อมหาทางเพิ่มคุณค่า โดยยึดอยู่บนหลักของความยั่งยืน

4.ด้านเทคโนโลยี เลือกใช้เฉพาะสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการและสภาพแวดล้อมและการพัฒนาเทคโนโลยีของเราด้วย

5.ด้านเศรษฐกิจ ยึดหลักความพออยู่ พอกิน พอใช้ หลังจากนั้นคิดหารายได้เพิ่มในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป หลีกเลี่ยงการก่อหนี้

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ให้ดำเนินไปในทางสายกลาง ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี โดยมีเงื่อนไข 2 ประการ คือมีความรู้และมีคุณธรรม

## ตอนที่ 7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์(2556) ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้าน เศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้าน เทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและ อุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การ พัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุน วิสาหกิจชุมชน

รังสรรค์ ปิติปัญญา (2542) ได้อธิบายว่าธุรกิจชุมชน เป็นธุรกิจของชุมชน โดยมีคนในชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบผลที่เกิดจากการดำเนินงาน ถือว่า เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน การส่งเสริมให้

ปัทมาวดี ชูชุกิ (2552, น. 20-21) ได้อธิบายไว้ว่า องค์การการเงินใน ชุมชน เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ชาวบ้านใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ด้วยการกู้ยืมแหล่งเงินที่ดอกเบี้ยต่ำ ที่สุดมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรม เช่น การเกษตร อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านยังคงจำเป็นต้องกู้เงินจากหลายแหล่ง เพราะองค์การการเงินในชุมชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการทางการเงิน ให้แก่ชาวบ้านได้อย่างเพียงพอ

Promsaka Na Sakolnakorn (2010) ได้อธิบายถึงปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลาง และขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยได้ว่า ปัญหาของผู้ประกอบการ คือ 1) เกิดจากนโยบายภาครัฐ และสิ่งที่มีรัฐสนับสนุน ไม่สามารถตอบสนองความต้องการและความเป็นจริง ของการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมวิสาหกิจได้ 2) มีปัญหาทางการเงิน เช่น ไม่สามารถยืมเงินจาก สถาบันการเงินได้ 3) ขาดความรู้ความสามารถด้านต่างๆ 4) ปัญหาด้านแรงงาน โดยเฉพาะทักษะ แรงงานที่หายาก และแรงงานมีอัตราการเข้าออก จากงานสูง และ 5) ขาดความรู้ความเข้าใจ ทางด้านการตลาด

เฉลิมพล จตุพร สุภพร ไทยภักดี ปราโมทย์ สฤษดิ์นิรันดร์ และ สาวิตรี รังสิภัทร์ (2550) ได้ศึกษาการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเกษตรกร ชุมชน และวิสาหกิจชุมชน ที่ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี โดยผลการศึกษาพบว่าในส่วนของวิสาหกิจชุมชน จะต้องปรับปรุงการดำเนินงานในเรื่อง การตลาด การบริหารการผลิต กระบวนการจัดการสินค้า และความรับผิดชอบต่อชุมชน

สุดาณี คาคี และคณะ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้เพื่อขยายผลการผลิต แปรรูปน้ำมันงาปลอดสารเคมี ผู้วิสาหกิจชุมชนพึ่งตนเอง ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลวิจัยพบว่าองค์ ความรู้ ในการปลูกงาและสกัดน้ำมันงา ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวไทยใหญ่ โดยสถาบันครอบครัวเป็นแหล่งก่อเกิดการเรียนรู้สั่งสมจนกลายเป็นองค์ความรู้ และมีการพัฒนา ต่อเนื่ององค์ความรู้ในการสกัดน้ำมันงาจากเดิมโดยอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยพัฒนา กระบวนการสกัดน้ำมันงาจากเดิม แบบใช้ครกไม้กับแรงงานวัว ควาย ในการสกดมาเป็นการใช้ครกไม้ กับพลังงานหรือกังหันน้ำ และแบบประยุกต์โดยใช้ครกไม้กับพลังงานไฟฟ้าในการสกัดน้ำมันงา

สำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่ (2554, น. 58) ได้รายงานสถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแพร่ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานรัฐไว้ว่า 1) มีปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะด้านเจ้าหน้าที่และระบบการทำงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2) หน่วยงานภาคียังไม่ให้การสนับสนุนส่งเสริมเท่าที่ควร 3) การบันทึกข้อมูลในระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนช้า 4) เนื้อหาแบบประเมินศักยภาพมีมากเกินไป ควรปรับให้กระชับเพื่อสะดวกและรวดเร็วและเข้าใจง่ายและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง 5) แบบรายงานวิสาหกิจมีมากเกินไปควรจัดหมวดหมู่ที่เป็นข้อมูลที่สำคัญนำไปใช้ได้จริง 6) เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูลมีงานบันทึกปริมาณมากทำให้เกิดความล่าช้าในการบันทึกข้อมูล 7) การติดตามการดำเนินงานกลุ่มหน่วยงานภาคีระดับอำเภอให้ความร่วมมือน้อย 8) หน่วยงานภาคีไม่ได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลการประเมินศักยภาพหรือข้อมูลอื่น ๆ ในระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนในการพิจารณาส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และ 9) วิสาหกิจชุมชนมีจำนวนมากและเจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนน้อยทำให้การติดตามความก้าวหน้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่ทั่วถึง

สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก (2554, น. 45) ได้วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคใน การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดพิษณุโลก ไว้ดังนี้ 1) กรมส่งเสริมการเกษตรและหน่วยงานภาคี ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนน้อย ไม่จริงจัง และแนวทางการส่งเสริมไม่ชัดเจนและต่อเนื่องอีกทั้งยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่องานส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภาคีหลายหน่วยงานและมีการใช้ชื่ออื่นในการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งที่เป็นกลุ่มเดียวกัน ทำให้เกิดการสับสนและเข้าใจผิดระหว่างหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน 3) วิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้และยังต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิต และเงินทุนจากภายนอก 4) หน่วยงานภาคีในระดับ อำเภอ และจังหวัด ยังทำงานแบบไม่บูรณาการและยังไม่เห็นความสำคัญเนื่องจากมีความเข้าใจว่าวิสาหกิจชุมชนเป็นงานของกรมส่งเสริม การเกษตร และ 5) วิสาหกิจชุมชนบางแห่งที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ไม่ได้เกิดจากปัญหา หรือความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แต่มาจดทะเบียนเพื่อรับการส่งเสริมสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ และเพื่อหวังกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งมีได้ประกอบกิจกรรมอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง

วิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอ กันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ได้กล่าวว่า สำหรับปัจจัยที่ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญ สำหรับการนำแนวทางเลือกวิสาหกิจชุมชน นำไปปรับใช้กับกลุ่ม เพื่อผลต่อความสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการผลิตถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ในการตัดสินใจทำการผลิต



มนเทียร โรหิตเสถียร (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การดำเนินงาน ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์จากผ้าในจังหวัดเชียงใหม่ ได้กล่าวว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของวิสาหกิจคือ การบริการลูกค้า ความเร็วของตลาด และนวัตกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้ จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ความแตกต่างและกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า สามารถวัดค่าปัจจัยแห่งความสำเร็จได้โดยการแบ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จออกเป็นปัจจัยด้านการเงิน ด้านลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ การเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่และปัจจัยอื่น ๆ เพื่อ สามารถติดตามวัดผลการดำเนินงานด้านต่างๆ และยังมีปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น ความสัมพันธ์กับรัฐบาล การให้บริการของภาครัฐ การสื่อสาร ก็ล้วนแต่เป็น ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจเช่นกัน

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ประกอบไปด้วย 1) ลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเกี่ยวกับลักษณะผู้รับผิดชอบ ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนและโอกาสทางธุรกิจ และ 2) ลักษณะของผู้รับผิดชอบ โดยเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของ วิสาหกิจชุมชน และพบว่ารูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม คือ การจัดวาง ระบบการจัดการในแต่ละกิจกรรมทางธุรกิจให้มีระบบมากขึ้น พร้อมกับเพิ่มศักยภาพทางการจัดการ โดยเฉพาะทางด้านการเงินและการบัญชี

ณัฐพล นิมมานพัชรินทร์ (2552) ได้อภิปรายถึงรายงานสถานการณ์วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งรวมไปถึงวิสาหกิจชุมชน ที่ได้ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2552 ไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการได้แก่ ลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย เนื่องจากความ วิตกกังวลเรื่อง การลงทุน ความเชื่อมั่น และความสามารถในการส่งออก ลำดับที่ 2 สถานการณ์ทาง การเมือง เนื่องจาก SMEs ยังคงวิตกกังวลเรื่อง ความขัดแย้งที่ยืดเยื้อและยาวนาน อันจะส่งกระทบ ต่อความเชื่อมั่น การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจไทย จนทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหันกลับมาเก็บออม แทนการบริโภคที่น่าจะเป็นตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยเฉพาะ SMEs ในพื้นที่ภาค กลาง ลำดับที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค โดยคาดว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคภายในประเทศน่าจะเป็น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการธุรกิจเนื่องจาก SMEs มีความวิตกกังวลว่าเหตุการณ์ทางการเมืองจะส่งผลการอ้อมมากกว่าบริโภคตามปกติ ลำดับที่ 4 เศรษฐกิจโลก ลำดับที่ 5 การแข่งขัน ภายในประเทศ เนื่องจาก SMEs ประเมินว่าเหตุการณ์ภายในประเทศในปัจจุบันน่าจะส่งผลให้เกิด การชะลอการลงทุนด้านการตลาด ยังคงวิตกกังวลเรื่องการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจาก ผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือผู้ที่มีศักยภาพ จนทำให้ตนเองไม่สามารถอยู่รอดได้

วรวิทย์ หล้าทุม (2540) ได้อธิบายไว้ว่า กลุ่มเกษตรกรการผลิตที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้ 1) คณะกรรมการของกลุ่มต้องเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง ทำตามระเบียบข้อบังคับ และสามารถวิเคราะห์ปัญหาของกลุ่มได้ 2) สมาชิกกลุ่มต้องเข้าใจและ ปฏิบัติตามระเบียบของกลุ่ม ให้ความคิดเห็นเพื่อพัฒนากลุ่มและให้ความร่วมมือในการดำเนิน กิจกรรมต่างๆ 3) การเงินต้องมีความรัดกุม มีการวางแผน และปฏิบัติตามข้อบังคับอย่างเคร่งครัด 4) มีการดำเนินการวางแผนด้านปัจจัยการผลิตเป็นอย่างดี และ 5) มีระบบการจัดการกลุ่มที่ดีเช่น การ วางแผน การพัฒนาความรู้สมาชิก และการสนับสนุนการทำงานและขวัญ กำลังใจ ความรู้ความเข้าใจทางด้านบัญชีเป็น

## 7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

ชาคริต เกตุเรืองโรจน์ (2553) วิจัยเรื่องการออกแบบเลนซิลป็นบนบรรจุภัณฑ์อาหารส่งออกในประเทศแถบตะวันออกกลาง เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านวัฒนธรรม และ การศึกษาข้อมูลด้านอาหารส่งออกในประเทศแถบตะวันออกกลาง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเลนซิลป็นบนบรรจุภัณฑ์ โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและภาคสนาม พร้อมกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เพื่อใช้สรุปแนวทางในการออกแบบ จากนั้นทำ การออกแบบผลงาน โดยแบ่งกลุ่มแนวคิดด้านวัฒนธรรม ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เอกลักษณ์ทางด้าน สถาปัตยกรรม, เอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ด้านการแต่งกาย รวมผลงานออกแบบ 15 ชิ้น จากนั้นทำ การประเมินผล โดยผู้เชี่ยวชาญสาขาต่าง ๆ ได้แก่ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านออกแบบเลนซิลป็นและด้านสินค้าส่งออก รวม 7 ท่าน พร้อมสัมภาษณ์และรับฟังข้อเสนอแนะ จนนำมาสู่ สรุปผลการวิจัย ด้วยสถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบเลนซิลป็นทางด้านวัฒนธรรมนั้น มีส่วนช่วยสร้างการยอมรับโดยในภาพรวมผลงานการออกแบบภายใต้ แนวคิดด้านวัฒนธรรม 15 ชิ้น มีผลประเมินค่าเฉลี่ยในระดับดี ( $\bar{X} = 3.23$ ) โดยพิจารณาตาม เอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม 3 กลุ่มคือ ลำดับที่ 1 กลุ่มเอกลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม ซึ่งมีผลประเมิน ค่าเฉลี่ยในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 3.33$ ) ลำดับที่ 2 กลุ่มเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตมีผลประเมินค่าเฉลี่ยในระดับดี ( $\bar{X} = 3.19$ ) และลำดับที่ 3 กลุ่มเอกลักษณ์ด้านการแต่งกาย มีผลประเมินค่าเฉลี่ยในระดับดี ( $\bar{X} = 3.16$ ) ตามลำดับ จากผลการวิจัยทำให้สรุปได้ว่า ในการนำแนวคิดด้านวัฒนธรรมมา ประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความเชื่อและทัศนคติของผู้คนนั้นจะช่วยสร้างการยอมรับและนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป

จักรพันธุ์ พันธุ์พฤษย์(2550) ได้วิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียว ประเภทขวดพลาสติกด้านรูปทรงและสีของฉลาก ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคเครื่องดื่มชาเขียวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา นิสิต และประชาชนทั่วไป มีอายุระหว่าง 15-30 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวที่ผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้น จำนวน 30 แบบ และให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกเหลือ 10 แบบ แล้วนำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 40 คน เพื่อคัดเลือก บรรจุภัณฑ์ตัวอย่างที่มีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และจัดอันดับ จำแนกตามเพศ และกลุ่มอายุ

สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์ (2552) ได้วิจัยเรื่ององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้สามารถ เพิ่มมูลค่าสินค้า ได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 104 คน โดยมีภาพบรรจุภัณฑ์จำนวน 200 ชิ้น โดยใช้แบบสอบถาม เพศชาย-หญิง อายุ 20-60 ปี รายได้ประมาณ 30,000 บาทขึ้นไป โดยแบ่งหัวข้อคือ ตัวสินค้า ยี่ห้อ เลขชนิดปีบนบรรจุภัณฑ์ ความเรียบร้อยของการผลิตบรรจุภัณฑ์ เทคนิคพิเศษ จำนวนชั้นการหีบห่อบรรจุภัณฑ์ วัสดุ รูปทรง ช่องที่ออกแบบเฉพาะเพื่อการบรรจุผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับตัวสินค้าและยี่ห้อ ที่ส่งผลต่อราคา คิดเป็นร้อยละ 100 เลขชนิดปีบนบรรจุภัณฑ์สามารถส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น โดยมีตัวอักษร สี ภาพประกอบ หรือลวดลายเชิงกราฟฟิก การจัดองค์ประกอบ สรุปลักษณะบน บรรจุภัณฑ์เป็นตัวอักษรที่ทำให้ความรู้สึกหรูหรา เป็นทางการ มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และง่ายต่อการอ่าน

สุนิษา มรรคเจริญ (2553) จากการวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก โดยทำ การศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โดยประยุกต์ใช้เทคนิคการ กระดาษหน้าที่เชิงคุณภาพ (quality function deployment) เข้ามาช่วยในการออกแบบและพัฒนา บรรจุภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมในกระบวนการผลิต การขนส่ง โดยการส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่ม ตัวอย่าง มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของกรณีศึกษานี้คือผู้ค้าปลีก (retailer) ของบริษัท ที่อยู่ในทวีปยุโรป และประเทศออสเตรเลีย ซึ่งทีมงานของบริษัททั้งฝ่ายผลิต และฝ่ายการตลาด ร่วมกับผู้วิจัย ผลจาก การสำรวจทั้งหมดลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาใหม่มากถึงมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์พลาสติกหลังจากการพัฒนา เท่ากับ 4.16 เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ให้คะแนนความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ก่อนพัฒนามีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งเพิ่มขึ้น 0.47 นั้นคือมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.82

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแง่มุมต่างๆรวมทั้งแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่สามารถนำมาใช้ในการศึกษา และเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในงานวิจัยนี้ได้



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งได้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาศภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ตอนที่ 1 ผลการศึกษาศภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี**

การดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในช่วงแรก เป็นการศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรีตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาศภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี ตามขั้นตอนการศึกษาดังต่อไปนี้

### การเข้าถึงพื้นที่กรณีศึกษา

การเข้าถึงพื้นที่วิจัย ตามที่นักวิจัยได้เลือกกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน 2 แห่ง ที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุยลายวิจิตร ทีมผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองแห่งเข้าใจแนวทางในการศึกษา บทบาทของผู้วิจัย และประโยชน์ที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะได้รับ การบูรณาการตัวผู้วิจัยให้เข้าถึงชุมชนโดยใน การลงพื้นที่ของผู้วิจัยได้นำนักศึกษาสาขาวิชาสังคมศึกษาคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่เรียนในรายวิชาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ลงพื้นที่ปฏิบัติการร่วมกับทีมผู้วิจัยด้วย ในช่วงประมาณเดือน ธันวาคม 2557 – กุมภาพันธ์ 2558 เพื่อศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

### ผลการศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรี

#### กรณีศึกษาที่ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมมบดิน

##### 1. ความเป็นมาและวิธีการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมมบดิน

จากการลงพื้นที่ศึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมมบดิน การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและการสังเกตการณ์อย่างไม่มีส่วนร่วม สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ชื่อวิสาหกิจชุมชนขนมมบดิน เขตรนบุรี รหัสทะเบียน 1-10-15-03/1-0001 ผู้มีอำนาจทำการแทน : 1. นางยุพิน น้อยปลา 2. นางสุนิษฐ์ ฆ้องวงษ์ กลุ่มชุมชนมัสยิดสวนพลู ที่ตั้ง 78 ซ.เทอดไท 9 ถนนเทอดไท แขวงบางยี่เรือ เขตรนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10600 โทร : 02 4663907, 4663998, 0815828523



ภาพ 5 วิสาหกิจชุมชนขนมขบถ

สำนักงานเขตธนบุรี เป็นหนึ่งในเขตของกรุงเทพมหานคร มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อสนับสนุนประชาชนในชุมชนรวมกลุ่มเพื่อสร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็งให้แก่ ชุมชนมัธยมสวนพลู เขตธนบุรี เป็นชุมชนที่รวมกลุ่มของประชาชนผลิตและจัดจำหน่ายขนมขบถ ซึ่งมีต้นกำเนิดดั้งเดิมจากชุมชนมัธยมสวนพลู กรุงเทพมหานคร

**นโยบายของชุมชน** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมขบถ ชุมชนมัธยมสวนพลู สร้างชุมชนให้เป็นชุมชนที่มีเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้ ประชาชนมีรายได้ สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เป็นที่รู้จัก โดยการส่งเสริมไปจัดแสดงสินค้า ณ ที่ต่างๆ อนุรักษ์ขนมขบถให้เป็นขนมของชาวชุมชนสวนพลู มุ่งให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

**ด้านคุณค่าความเชื่อ** ขนมขบถเป็นขนมที่หาทางยากมากในปัจจุบัน ซึ่งขนมขบถนี้เป็นขนมที่เป็นที่นิยมในหมู่ชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพ เพชรบุรี เชียงใหม่ แต่ก็เชื่อว่าขนมขบถนี้มีแหล่งกำเนิดมาจากชุมชนมัธยมสวนพลู ขนมขบถซึ่งมักจะเห็นได้มากในพิธีการต่างๆ ของศาสนาอิสลาม อาทิ ในงานแต่งงาน งานมงคลต่างๆ ซึ่งชาวมุสลิมจะนิยมทำขนมขบถกันในงานมงคลต่างๆ เหล่านี้

**ด้านเครือข่ายทางสังคม** การร่วมกับองค์กรต่างๆ ในการออกแสดงสินค้า การร่วมมือกับผู้คน

ในชุมชนมัสยิดสวนพลูในการร่วมผลิตสินค้า และความร่วมมือกับชุมชนใกล้เคียงในการร่วมพัฒนาสินค้า การกระจายสินค้าการส่งนมไปขายยังชุมชนใกล้เคียง เช่นชุมชนบ้านแขก ในเขตธนบุรี เป็นต้น

**การดำเนินตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** วิสาหกิจชุมชนขนมบดินเป็นเศรษฐกิจชุมชนที่ดำเนินตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การรวมกลุ่มของชุมชนมุสลิม มัสยิดสวนพลู ทำให้เกิดความเข้มแข็ง การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การใช้รูปแบบเศรษฐกิจที่พึ่งตนเอง การพอประมาณ พอมีพอกิน ภายในครัวเรือนและชุมชน ก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย อาทิเช่น ความมีจิตสำนึกร่วมกันและความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกัน อันเนื่องมาจากมีภูมิหลังทางวัฒนธรรม ศาสนาและประเพณีร่วมกัน ความช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างกันของคนในชุมชน สร้างความสัมพันธ์ภายในชุมชนและการแสดงออกต่อกันเป็นไปอย่างสมัครใจ โดยไม่ต้องมีบังคับ เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน จากการยึดโยงความผูกพันของกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลาม

**ประวัติขนมบดิน** เดิมจะทำรับประทานในงานของชาวมุสลิม ซึ่งต้นกำเนิดของขนมบดินมาจากพ่อครัวชาวมุสลิมคนหนึ่งไปเป็นพ่อครัวในห้องอาหารฝรั่ง ทำให้ได้เรียนรู้วิธีทำเค้ก แล้วนำมาปรับปรุงใส่นมข้นหวาน เนยแบบอาหารมุสลิมอื่นๆ ชื่อ"ขนมบดิน" คาดว่าได้มาจากกระบวนการทำขนมในอดีตที่ใส่ในหม้อดินอบโดยเอาถ่านมาวางบนฝาหม้อเป็นไฟบน ทำให้เรียกกันว่าขนมหม้อดิน ต่อมาเลกกลายเป็น ขนมบดิน ฮัจยะห์ยุพิน น้อยปลา หรือเป็นที่รู้จักในนาม“ ป้าเล็ก ” วัย 67 ปี ได้เริ่มทำขายในชุมชนมัสยิดสวนพลูและชุมชนใกล้เคียง เป็นเวลากว่า 30 ปีแล้ว จนเป็นที่รู้จักและได้รับคัดเลือกให้เป็นขนมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ป้าเล็กและลูกๆ ได้พัฒนาปรับปรุงรูปแบบขนมให้มีหลากหลายรูปแบบ และใช้หีบห่อที่สวยงาม เพื่อให้เข้ากับยุคสมัย ป้าเล็ก เล่าว่า

“ขนมบดินมีตั้งแต่เราโตขึ้นมาก็เห็นขนมแล้ว รุ่นผู้ใหญ่เขาทำกัน ญาติพี่น้องลุงป้าน้าอาทำกัน มาหลายสิบปี เราก็ช่วยเขาทำเวลาว่างบุญ ผู้ใหญ่เขาจะทำขนมบดินขึ้นมา เราเป็นรุ่นที่สองแล้ว ช่วงแรกทำอยู่ในบ้านยังไม่มีหน้าร้าน มีคนมาสั่งซื้อ สั่งทำบุญ พอได้รับเลือกให้เป็นขนม ๑ ตำบล ๑ ผลิตภัณฑ์ เราจึงทำเป็นหน้าร้านที่บ้าน ทำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น”

(ยุพิน น้อยปลา,สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2558)

## 2.การบริหารจัดการของกลุ่ม

### ด้านการผลิต

**ลักษณะผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการผลิตของขนมบดิน** ขนมบดินเป็นขนมที่มีกลิ่นหอมและผิวหน้ากรอบนิดๆ คล้ายขนมไข่ แต่เนื้อขนมจะนุ่มแน่นที่อยู่ระหว่างเคี้ยวกับเคี้ยวสปองจ์ เนื้อขนมจะไม่ร่วนเท่าขนมไข่กุ๊กจิ้น ซึ่งชุมชนมัสยิดสวนพลู ธนบุรี เป็นต้นกำเนิดขนมชนิดนี้ วัตถุดิบที่ใช้ในการทำขนมบดินประกอบด้วย แป้งอเนกประสงค์ร่อน 200 กรัม (ร่อนก่อนชั่ง) นมข้นหวาน 1 กระป๋อง น้ำตาลทรายละเอียด 120 กรัม เนย 100 กรัม ไข่ไก่ 5 ฟอง (เบอร์ 1) มีขั้นตอนการทำโดยคร่าวๆ คือผสมส่วนผสมเข้าด้วยกัน บรรจุใส่ถาด นำไปอบ และแต่งหน้า บรรจุผลิตภัณฑ์ตามขนาดที่ต้องการ เคล็ดลับในการทำขนมบดินสูตรโบราณ คือ น้ำตาลทรายต้องผสมกับไข่แล้วตีให้เข้ากัน เนยต้องใช้น้ำมันสุตรเฉพาะและ ต้องละลายเนยให้อุ่น ๆ ส่วนแป้งต้องหมักทิ้งไว้ให้ได้ 4 ชั่วโมงพอดี และขนมบดินสูตรโบราณนี้ไม่ใช่สารผงฟู ยีสต์ สารกันชื้น กันรา ทำให้เป็นขนมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพ 6 ขั้นตอนการทำขนมบดิน

### ด้านการเงิน

จากการสัมภาษณ์ด้านการเงิน เกี่ยวกับการวางแผนการทำบัญชี การควบคุมเกี่ยวกับการเงินและระบบบัญชี กลุ่มจะดำเนินการอย่างไม่เป็นทางการและไม่เป็นระบบ ผู้แทนกลุ่มได้ให้ข้อมูลว่า เนื่องจากการขายเป็นเพียงการขายหน้าร้านและการตั้งสินค้าตามการสั่งซื้อของลูกค้าจำนวนไม่มากนัก ดังนั้นเมื่อมีการผลิตก็จะช่วยกันทำในกลุ่มสมาชิก และลูกหลาน รายได้หักค่าใช้จ่ายแล้วก็แบ่งกันบ้างตามสัดส่วน การลงทุนต่างๆ จะไม่ใช่ระบบสินเชื่อจะเป็นการลงทุนด้วยเงินสดที่บริหารจัดการจากเงินทุนที่มีและที่ลูกค้านำมาให้ ทั้งค่าวัตถุดิบ หีบห่อต่างๆ แล้วก็จ่ายค่าจ้างสมาชิกที่มาช่วยกันทำ

### ด้านการตลาด

**การตั้งราคาขาย** ราคาสินค้าขนมมดดินจะไม่แพง เมื่อเทียบกับขนมเบเกอรี่อื่นๆ โดยการตั้งราคาสินค้าตามขนาดของกล่องที่ขาย จะตั้งโดยคิดจากต้นทุนทั้งหมด บวกกำไรที่ต้องการ เป็นราคาขาย ตัวอย่างเช่น ขายเป็นชิ้น ชิ้นละ 10 บาท ถ้าเป็นกล่องมี 3 ขนาด กล่องไซขนาดเล็ก กล่องละ 35 บาท และ 40 บาท กล่องไซขนาดใหญ่ กล่องละ 170 บาท (ปริมาณขนาด 1 ถาด) กล่องกระดาษขนาดใหญ่ กล่องละ 200 บาท

**การจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า** ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้จากหน้าร้านที่ตั้งอยู่ในชุมชนมัสยิดสวนพลู งานจัดแสดงสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าที่จัดโดยสำนักงานเขตธนบุรี ตลาดบริเวณชุมชนใกล้เคียง

**การส่งเสริมการตลาด** ในเรื่องของการส่งเสริมการตลาดนั้นส่วนใหญ่ ตัวแทนผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมมดดินเล่าว่า ได้จากการประชาสัมพันธ์เวลาไปจัดงานสินค้าที่ทางสำนักงานเขตจัดขึ้น มีการแจกใบปลิวแก่ผู้ที่มาชมงาน และให้นามบัตรสำหรับผู้สนใจสินค้า อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง เว็บไซต์ [www.thaitambon.com](http://www.thaitambon.com) และเว็บไซต์ของสำนักงานเขตธนบุรี และเคยมีทีวีมาทำรายการ ของดีเขตธนบุรี และถ่ายทอดออกอากาศทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

**ช่องทางการจำหน่าย** การขายโดยผ่านสำนักงานเขตธนบุรีนำไปขายในงานแสดงสินค้า ถือได้ว่าเป็นของดีของชุมชนเขตธนบุรี จากการได้ไปออกบูธงานต่างๆ ได้ทำให้ขนมมดดินเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น โดยมีคนจีน และคนที่นับถือศาสนาพุทธเริ่มให้ความสนใจ และเริ่มมาแวะเวียนสั่งซื้อ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเปิดตลาดให้กับบุคคลอื่นนอกเหนือจากเป็นขนมเฉพาะบุคคลที่นับถือศาสนาอิสลาม และปัจจุบันมีขายหน้าร้านในบริเวณชุมชนด้วย ชื่อร้านบ้านขนมมดดินมัสยิดสวนพลู จำหน่ายขนมมดดินทั้ง ปกติ และส่ง ตั้งอยู่ เลขที่ 78 ซ.เทอดไท 9 แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี

เนื่องจากการผลิตขนมบดินซึ่งเป็นขนมโบราณที่ทำสืบทอดกันมาหลายรุ่น และมีสูตรเฉพาะที่พัฒนาสูตรกันเองในครอบครัว ดังนั้นต้องมีเทคนิค ใช้ทักษะและฝีมือในการทำขนมให้มีความพอดี และรสชาติอร่อย จึงทำกันในครอบครัว ในปัจจุบันสมาชิกหลักมีเพียง 3 คน การรับออเดอร์มากๆ หรือจ้างคนเพิ่มก็จะไม่คุ้ม ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่กล่าวว่า

“ขนมบดินมีตั้งแต่เราโตขึ้นมาก็เห็นขนมแล้วรุ่นผู้ใหญ่เขาทำญาติพี่น้องลุงป้ามาทำกันมาหลายสิบปี เราก็ช่วยเขาทำเวลาว่างงานบุญ งานแต่ง ผู้ใหญ่เขาจะทำขนมบดินขึ้นมา เป็นรุ่นที่สองแล้ว... ตอนนี่ก็มีลูกสาวที่ลงมาทำต่อเพื่อสืบทอด ก็ทำกันในครอบครัวและพี่น้องกัน ถ่ายทอดเทคนิค สูตรต่างๆ ให้เราไม่ได้จ้างคนนอกเพราะจะไม่รู้เทคนิค ไม่คุ้มค่าจ้าง” (ยุพิน น้อยปลา, สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2558)

### 3. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน

ผลิตภัณฑ์ขนมบดิน ไม่ได้มีการออกแบบภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่สวยงามและสื่อถึงขนมโบราณที่เป็นของชาวมุสลิม การบรรจุขนมใช้กล่องพลาสติกใส ขนาดต่างๆ รวมทั้งกล่องกระดาษที่มีราคาสูงในการบรรจุสินค้า ไม่มีตราสัญลักษณ์ ทำให้ลักษณะของขนม ยังไม่มีความโดดเด่นและไม่มีเอกลักษณ์ของสินค้า ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพ 7 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมบดินเดิมก่อนที่จะพัฒนาจากการวิจัย

#### 4. ปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชนมบดิน

ผลการศึกษาโดยการสัมภาษณ์สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน พบว่า การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการ ดังนี้

1) ขั้นตอนการทำงานชนมบดินแตกต่างจากการทำขนมทั่วไป การทำขนมบดินต้องใส่ใจทุกขั้นตอนอย่างละเอียด มีการลองผิดลองถูกอยู่หลายครั้งกว่าจะได้สูตรขนมบดินที่อร่อยและรักษาความเป็นขนมบดินสูตรดั้งเดิม จึงหาคนที่จะมาทำการผลิตยาก

2) บุคคลภายนอกยังไม่รู้จักขนมบดินและร้านขายขนมบดินที่อยู่ในชุมชนมีสัดส่วนลูกค้าที่น้อย

3) ขาดสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

4) ขาดช่องทางการตลาดใหม่ๆ และ ช่องทางการวางขายสินค้าในโอกาสต่างๆ

5) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ

6) ปัญหาเศรษฐกิจโดยภาพรวมไม่ค่อยดี ทำให้ผู้คนซื้อสินค้าน้อย บริโภคเฉพาะอาหารที่จำเป็น ยอดขายขนมได้น้อย

7) การสนับสนุนจากภาครัฐยังมีน้อยและขาดความต่อเนื่อง

8) สถานที่ไม่เอื้ออำนวย ถนนทางเข้าชุมชน ค่อนข้างแคบ ไม่มีที่จอดรถลูกค้าที่มาซื้อสินค้าต้องจอดด้านนอกแล้วเดินเข้าซอยมา

9) ขาดการจัดการระบบบัญชีการเงินที่ดี มีการลงบัญชีบ้างเพียงบางรายการและไม่ต่อเนื่อง ขาดการวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริง

#### กรณีศึกษาที่ 2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายจิตร

##### 1. ความเป็นมาและวิธีการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายจิตร

จากการลงพื้นที่ศึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและการสังเกตการณ์อย่างไม่มีส่วนร่วม สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายจิตร ที่ตั้ง: เลขที่ 1415 แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10600 โทรศัพท์ 0-2891-3894



E-mail address: NATTATON@yahoo.com , chadanang@hotmail.com ได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน  
ตามพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 รหัสทะเบียน 1-10-15-05/1-0001 เมื่อวันที่ 4 เดือน  
พฤศจิกายน พ.ศ.2549 ผู้นำกลุ่ม คือ คุณฉัตรพร แดงสีผล(คุณเปิ้ล)



ภาพ 8 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาดะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร

**ด้านคุณค่าความเชื่อ** ปลาดะเพียนเป็นสัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์ เพราะช่วงที่ปลาโตเต็มที่กินได้อร่อยเป็นช่วงที่ข้าวตกรวงพร้อมเก็บเกี่ยวพอดี เรียกว่าเป็นช่วง “ข้าวใหม่ปลามัน” ด้วยความเชื่อดังกล่าว จึงมีผู้นิยมนำไปทานแห่งมาสานขดเป็นปลาดะเพียนจำลองขนาดต่างๆ แล้วผูกเป็นพวงแขวนไว้เหนือเปลนอนของเด็กอ่อนเพื่อให้เด็กดูเล่นและถือเป็นสิ่งมงคลสำหรับชีวิตเด็ก

**ด้านเครือข่ายทางสังคม** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาดะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรโดยคุณฉัตรพร แดงสีผล ผู้นำกลุ่ม ได้มีเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ผลิตปลาดะเพียนที่อยู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาหลายกลุ่ม เข้ามาทำปลาดะเพียนร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายความร่วมมือในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตชนบทและพื้นที่ใกล้เคียงในการออกบูทแสดงสินค้าในงานต่างๆ ร่วมกัน ทั้งกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและมูลนิธิต่างๆ

**การดำเนินการตามปรัชญาเศรษฐกิจ** จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาดะเพียน ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตเรียบง่าย ไม่มีหนี้สิน มีรายได้จากการทำงานของบุคคลในครอบครัว

### ประวัติความเป็นมา

การสานปลาตะเพียนโบราณเป็นอาชีพเก่าแก่ที่ทำสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษนานกว่า 100 ปี โดยสันนิษฐานว่าชาวไทยมุสลิมซึ่งล่องเรือขายเครื่องเทศอยู่ตามแม่น้ำเจ้าพระยาและอาศัยอยู่ในเรือ เป็นผู้ประดิษฐ์ปลาตะเพียนสานด้วยไบลานขึ้นเป็นครั้งแรก แรงบันดาลใจอาจจะมาจากความผูกพันกับท้องน้ำและความคุ้นเคยกับรูปร่างหน้าตาของปลาตะเพียนเป็นอย่างดี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ได้ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนตลาดพลู เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ปลาตะเพียน โดยได้ส่งประกวดครั้งแรก เมื่อปี 2550 ได้ระดับ 3 ดาว มีสมาชิกเริ่มต้น 10 คน และต่อมาเมื่อ ปี 2553 ได้มีเครือข่ายการร่วมมือจากผู้ผลิตปลาตะเพียนที่อยู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาหลายกลุ่มเข้ามาทำปลาตะเพียนสีร่วมกันจนถึงปัจจุบัน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผลิต สินค้าประเภทเครื่องสานโบราณ โดยนำไบลานมาสานเป็นรูปปลาตะเพียน และตกแต่ง เป็นลวดลายฉลุ มีสีสันสวยงาม เป็นเครื่องแขวนประดับตามบ้าน หรือแขวนที่เปลนอนเด็ก ซึ่งเอกลักษณ์ ของสินค้าในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร คือปลาตะเพียนที่สานด้วยไบลานฉลุเป็นลวดลายที่มีความประณีต งดงาม ลักษณะของการดำเนินงานของกลุ่ม จะมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าโดยผู้นำกลุ่มรับสั่งสินค้าจากลูกค้าและส่งคำสั่งซื้อสินค้าไปให้แก่กลุ่มสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนเพื่อทำการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อที่ได้รับ ลูกค้าของกลุ่มแบ่งออกเป็นลูกค้าที่สั่งสินค้าครั้งละจำนวนมาก เพื่อนำไปประดับตกแต่ง สถานที่ ได้แก่ โรงแรม ที่พัก และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากการออกร้านแสดงสินค้าตามงานต่างๆที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ งานแสดงสินค้าโอท็อป เป็นต้น

ปัจจุบันได้จดทะเบียนสินค้า OTOP ที่เขตนนบุรี ใช้ชื่อ กลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ผลงานได้ที่ 2 จากการจัดประกวดของสมาคมคหกรรมแห่งประเทศไทย และได้ถวายปลาตะเพียนแด่ ทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา ถวายปลาตะเพียนแด่พระองค์เจ้าโสมสวลี และถวายเต่าไบลานแด่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี คุณฉัตรกร แดงสีพล ผู้ก่อตั้งกลุ่มได้เป็นวิทยากรในการประชุมระดับชาติและนานาชาติ ได้แก่ งานประชุมใหญ่ไอลอนด์ งาน TCEB10 เป็นต้น

## 2.การบริหารจัดการของกลุ่ม

### ด้านการผลิต

ลักษณะผลิตภัณฑ์ปลาตะเพียนลายฉลุ จากการศึกษาสัมภาษณ์ คุณณัฐธร แดงสีผล ผู้นำกลุ่มซึ่งมาอำนาจทำการแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ได้ให้ข้อมูลลักษณะของผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการผลิตปลาตะเพียนลายฉลุโดยเล่าว่า ปัจจุบันการสานปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรมีการใช้วัสดุทั้งใบลาน พลาสติก และผ้าไหม แต่ที่นิยมทำกันมากคือใช้พลาสติก เพราะวัสดุหาง่าย เก็บได้นาน และง่ายต่อการสาน สามารถทำปลาได้หลายขนาด โดยเฉพาะปลาตะเพียนสานขนาดใหญ่ การตกแต่งลวดลายก็สามารถทำได้ง่าย สวยงามเหมือนกับการใช้ใบลานซึ่งหายากและมีราคาแพงกว่าการใช้พลาสติก ส่วนการทำโดยใช้ผ้าไหมจะทำเฉพาะในโอกาสพิเศษเท่านั้น เนื่องจากวัสดุมีราคาแพง การฉลุลายเดิมจะไม่มีการฉลุ คุณณัฐธรเป็นคนแรกที่จัดทำปลาตะเพียนที่ฉลุลาย ซึ่งได้พัฒนามาเรื่อยๆ ตอนนี้ได้นำลายฉลุที่คิดขึ้นไปจดลิขสิทธิ์แล้ว

**ขั้นตอนการผลิตปลาตะเพียนลายฉลุ** วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบด้วย ใบลาน พลาสติก กระดาษหรือผ้าไหม เครื่องรีดเส้น คีม กาวชนิดไม่ละลายน้ำ กรรไกร กระดิ่ง ห่วง และเข็ม ขั้นตอนการผลิต การสานปลาตะเพียนลายฉลุ มีขั้นตอนการผลิตโดยการสานส่วนประกอบต่างๆตามขั้นตอนดังนี้

1) กระจง มีรูปร่างคล้ายดาวนูนทั้งสองด้าน มี 8 แฉก อยู่ด้านบนสุด ช่วยเพิ่มความสมดุลของแผงปลาตะเพียนที่อยู่ในรูปโมบาย ตัวแม่ปลา เป็นส่วนที่เด่นที่สุด ทำให้ต้องพิถีพิถันในการสานมากกว่าส่วนประกอบอื่น รวมทั้งการตกแต่งลวดลายที่สวยงาม ใช้สีที่สดใสสะดุดตา วิธีสาน เริ่มจากการรีดพลาสติก 4 เส้น ให้ได้ขนาดกว้าง 1 นิ้ว แล้วนำพลาสติกทั้งสี่เส้นมาพับทบครึ่ง สอดขัดกันตั้งให้ตึง พับซ้อนขึ้นไปอีกชั้นหนึ่ง สานส่วนที่เป็นแฉกให้เป็นรูปดาว

2) กระจงเกล็ดหรือดาวห้าแฉก เป็นส่วนที่ใช้สำหรับแขวนลูกปลาตะเพียนใบลานเพื่อเข้าสู่หรือเข้าพวงปลาโดยการแขวนลูกปลาต่อจากแม่ปลาตะเพียนในพวง ให้ห่างจากตัวแม่ปลาพอสมควร โดยแขวนลูกปลาตะเพียนได้กระจงเกล็ดเหมือนกับแม่ปลา แล้วก็ตกแต่งดาวห้าแฉกให้สวยงาม วิธีสานกระจงเกล็ด เริ่มจากรีดพลาสติก 2 เส้น ขนาดตามต้องการ แล้วนำพลาสติกมาซ้อนกัน โดยให้ปลายข้างใดข้างหนึ่งทับซ้อนกัน ทำมุม 45 องศา พับพลาสติกทั้งสองเส้นทับกันไปมา 6 ครั้ง ใช้หัวแม่มือกดกึ่งกลางจับให้เป็นรูปกรวย ต่อจากนั้นใช้พลาสติกพับสามเหลี่ยมโดยรอบให้ได้ห้าเหลี่ยมจะได้ดาวห้าแฉกหรือกระจงเกล็ดตามต้องการ

3) ปักเป้าหรือเม็ด เป็นส่วนตกแต่งในการเข้าชุดปลาตะเพียน ปักเป้าหรือเม็ด เป็นเครื่องประดับตกแต่งที่สำคัญที่ช่วยกำหนดระยะห่างระหว่างตัวปลาตะเพียนแม่ปลากับกระโجمปลา และระยะห่างระหว่างลูกปลาตะเพียนกับกระทงเกลื้อ รวมทั้งใช้ในการตกแต่งในส่วนปลายแฉกทั้งปลายกระโجمปลา ปลายกระทงเกลื้อ และด้านล่างของลูกปลาตะเพียนด้วย วิธีสาน โดยการนำพลาสติก 1 เส้น มาพันงอระหว่างกลางให้ริมเส้นทางขวาทับริมทางซ้าย สอดริมเส้นทางซ้ายลอดลงมาแล้วบิดกลับจับให้เป็นรูป ดิ่งให้ตึง แล้วพับพลาสติกในลักษณะเดียวกันทับซ้อนอีกครั้ง

4) ตั้งดิ่ง เป็นส่วนประกอบหนึ่งในการตกแต่งกระโجمปลา และกระทงเกลื้อ โดยห้อยไว้ด้านล่างสุดต่อจากปักเป้า

5) หางปลาตะเพียน นับว่าเป็นอีกส่วนที่สำคัญของการสานปลาตะเพียน ซึ่งในการสานปลาตะเพียนที่ใช้พลาสติกสองเส้นมาขึ้นรูปได้ปลาตะเพียนพลาสติกกลมๆที่ครีบบนและครีบล่างสองครีบ ดังนั้นขั้นตอนต่อมาคือการสานส่วนหางปลาตะเพียน โดยใช้ขนาดเดียวกันมาเย็บต่อกันด้านกว้างสองใบให้สมดุลเป็นส่วนหางปลา วิธีทำ คือ นำพลาสติกเส้นเล็กๆหรือเศษพลาสติกที่เหลือจากการสานแม่ปลามาใช้เป็นวัสดุ ใช้กรรไกรตัดพลาสติกนั้นให้มีลักษณะคล้ายหางปลาในขนาดที่สมดุลกับตัวปลาแล้วนำไปต่อตรงส่วนท้ายของตัวปลาเป็นหางของปลาตะเพียน จะได้ปลาตะเพียนที่มีส่วนประกอบที่สมบูรณ์

6) ใบโพธิ์ เครื่องตกแต่งในส่วนที่ช่วยให้ชุดปลาตะเพียนดูสวยงามมากขึ้น โดยใบโพธิ์จะแขวนไว้ได้ปักเป้าหรือเม็ดที่ระดับอยู่บริเวณปลายแฉกทั้งของกระโجمปลา ปลายกระทงเกลื้อ และได้ลูกปลาตะเพียนด้วย วิธีทำ นำพลาสติกเส้นเล็กๆหรือเศษพลาสติกที่เหลือมาเป็นวัสดุ ใช้กรรไกรตัดพลาสติกให้มีลักษณะคล้ายใบโพธิ์ ตามขนาดที่ต้องการเท่าๆกัน

7) ลูกปลาตะเพียน เป็นส่วนประกอบของชุดปลาตะเพียนที่มีแม่ปลาและลูกปลา โดยลูกปลาตะเพียนต้องมีขนาดเหมาะสมกับแม่ปลา เพื่อให้เกิดความสมดุลเมื่อนำมาร้อยชุดกัน ลูกปลาตะเพียนจะมีจำนวนเท่าไรขึ้นอยู่กับขนาดของแม่ปลาตะเพียน วิธีทำลูกปลาตะเพียน ใช้วิธีสานเหมือนกับแม่ปลา แต่ใช้ใบลานหรือขนาดพลาสติกที่มีความกว้างน้อยกว่า สานตามจำนวนที่ต้องการ

เมื่อได้ส่วนประกอบตามรายการข้างต้นครบแล้วก็สามารถนำมาร้อยเป็นชุดปลาตะเพียนในลักษณะโอบาย หรือเป็นพวงกุญแจ โดยร้อยกระดิ่งเข้ากับเส้นด้าย นำเข็มมาเจาะได้ท้องปลาเพื่อนำกระดิ่งมาติดไว้แล้วแทงทะลุขึ้นไปบนหลังปลาเสร็จแล้วนำห่วงมาร้อยเข้าไปบนหลังปลาใช้สำหรับห้อยพวงกุญแจ เป็นต้น ก็จะได้ชุดปลาตะเพียนตามต้องการ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 9 แสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ปลาคะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร

### ด้านการเงิน

จากการสัมภาษณ์ด้านการเงิน เกี่ยวกับการวางแผนการเงิน การควบคุมเกี่ยวกับการเงิน และระบบบัญชี กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาคะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร โดยคุณฉัตร แดงสีพล ผู้นำกลุ่ม จะเป็นเจ้าของเงินทุน และจัดการด้านการเงินของกลุ่ม โดยจะดำเนินการอย่างไม่เป็นทางการและยังไม่มีระบบบัญชีที่ดี ผู้นำกลุ่มได้ให้ข้อมูลว่า เนื่องจากการขายเป็นการขายโดยออกร้านในงานแสดงสินค้าต่างๆ และการส่งสินค้าตามการสั่งซื้อของลูกค้าโดยตรง หรือผ่านสมาคม ชมรมต่างๆ ดังนั้นเมื่อมีการผลิตก็จะช่วยกันทำในกลุ่มสมาชิก และลูกหลาน บางครั้งออเดอร์เข้ามามากก็จะผลิตไม่ทัน รายได้เมื่อหักค่าใช้จ่ายแล้วก็แบ่งกันตามสัดส่วน การลงทุนต่างๆ จะไม่ใช่ระบบสินเชื่อจะเป็นการลงทุนด้วยเงินสดที่บริหารจัดการจากเงินทุนที่มี จะไม่กู้ยืมเพราะจะทำให้มีหนี้สินดังกล่าวให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“จะใช้เงินทุนส่วนตัวในการซื้อของที่เป็นวัตถุคิปต่างๆ มีการลงบัญชีบ้าง แต่ยังไม่เป็นระบบ เคย อบรมหลายครั้ง แต่ไม่ค่อยมีเวลาทำ การซื้อของต่างๆก็ใช้เงินสดไม่กู้เงิน ไม่ชอบมีหนี้สิน” (ฉัตร แดงสีพล,สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2558)

### ด้านการตลาด

การตั้งราคาขาย ปลาคะเพียนฉลุลายจะเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ผลิตโดยใช้ฝีมือที่ปราณีต และใช้เวลาในการทำ การประดิษฐ์มีหลายขนาด หลายลวดลาย และมีวัสดุหลายประเภท ถ้าทำจาก

**การจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า** ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้จากงานจัดแสดงสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าที่จัดโดยสำนักงานเขตธนบุรี และงานศิลปหัตถกรรมต่างๆที่จัดโดยภาครัฐ เอกชน ชมรมต่างๆ หรือจากการที่แจกนามบัตร ในงานต่างๆและมีการบอกต่อจึงมีคำสั่งซื้อเข้ามาเรื่อยๆ ตอนนี้ลูกค้านิยมซื้อเป็นของที่ระลึก ตกแต่งประดับบ้าน ร้านค้า หรือตามที่פקโรงแรม รีสอร์ทต่างๆ ชาวต่างชาติจะชอบมาก

**การส่งเสริมการตลาด** ในการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียน ญุไทยลายวิจิตรเล่าว่า ส่วนใหญ่ได้จากการประชาสัมพันธ์เวลาไปจัดงานสินค้าที่หน่วยงานต่างๆจัด รวมทั้งที่ทางสำนักงานเขตธนบุรีจัดขึ้น มีการแจกใบปลิวแก่ผู้ที่มาชมงาน และให้นามบัตรสำหรับผู้สนใจสินค้า อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง เว็บไซต์ [www.thaitambon.com](http://www.thaitambon.com) และเว็บไซต์ของสำนักงานเขตธนบุรี และการมีเครือข่ายในกลุ่มผู้ผลิตปลาตะเพียนสถานที่อยู่ในพื้นที่เขตธนบุรี และกลุ่มที่อยู่จังหวัดอยุธยา จะช่วยเหลือส่งเสริมด้านการตลาดกัน ถ้ามีคำสั่งซื้อเข้ามาและกลุ่มที่อยู่ในเขตธนบุรีผลิตไม่ทัน ก็จะส่งออเดอร์ให้กับกลุ่มที่อยู่อยุธยาช่วยดำเนินการผลิต เป็นต้น

**ช่องทางการจำหน่าย** การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนญุไทยลายวิจิตร โดยการนำไปขายในงาน แสดงสินค้า ถือได้ว่าเป็นสินค้าโอท็อปของดีของชุมชนเขตธนบุรี การได้ไปออกบูธงานต่างๆ ที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน การรับคำสั่งซื้อหรือออเดอร์เพื่อจัดแสดงและรับไปจำหน่ายโดยลูกค้าของสมาคมและมูลนิธิต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าที่จัดโดยรัฐบาลที่คลองผดุงกรุงเกษม งานจัดแสดงสินค้าของสโมสรไลออนส์ การแสดงสินค้าในงานประชุมนานาชาติ สมาคมศิลปหัตถกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น



ภาพ 10 การออกร้านแสดงสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร

### ด้านบุคลากร

ตอนนี้ในกลุ่มจะมีสมาชิกที่สานปลาตะเพียนน้อยลง ส่วนใหญ่จะทำเป็นรายได้เสริม ผู้นำกลุ่ม ได้เล่าว่า ถ้าคำสั่งซื้อมีจำนวนมาก จะจ้างคนในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วยในการผลิตเพิ่มขึ้น และการถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานที่เป็นทายาททางธุรกิจไว้ จะได้สืบสานภูมิปัญญาการสานปลาตะเพียนไม่ให้หายไป เป็นการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมให้คงอยู่ต่อไปด้วย และต้องการให้ทายาทที่สืบต่อมีการศึกษาในระดับสูง เพื่อช่วยพัฒนางานในด้านต่างๆ ให้ก้าวหน้าขึ้น ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“ตอนนี้ลูกชายที่เรียนด้านวิทยาศาสตร์ สนใจมาทำเรื่องสานปลาตะเพียนต่อ จะเป็นทายาททางธุรกิจจะได้สืบต่อการสานปลาตะเพียนแล้วก็เป็นการอนุรักษ์ด้วย ลูกชายเรียนทางด้านวิทยาศาสตร์ตอนนี้ก็กำลังคิดหาวิธีเก็บรักษาใบลานที่ทำปลาตะเพียนให้อยู่ได้นาน จะส่งเสริมให้ลูกมีความรู้สูงจบปริญญาโทแล้วจึงจะมาทำด้านนี้ให้มากขึ้น เพราะคิดว่าพื้นฐานการศึกษา มีความสำคัญ ตอนนี้ลูกกำลังเรียนปริญญาโทอยู่”

(ณัฐร แดงสีพล, สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2558)

### 3. การออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร

จากการศึกษาพบว่า การออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ปลาตะเพียนสาน ผู้ประกอบการมีองค์ความรู้ภูมิปัญญาในการสานปลาตะเพียนและออกแบบลวดลายตัวปลาตะเพียน แต่กลุ่มวิสาหกิจไม่มี





ภาพ 11 ปลาตะเพียนสานในบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกใสก่อนการพัฒนาการออกแบบในงานวิจัยนี้

#### 4. ปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียน ฉลุไทยลายวิจิตร

ผลการศึกษาโดยการสัมภาษณ์สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรพบว่า การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1) การสานปลาตะเพียนต้องใช้ฝีมือและความปราณีต จึงมีสมาชิกของกลุ่มที่มาร่วมสานปลาตะเพียนน้อยลง และคนรุ่นใหม่ไม่นิยมสานปลาตะเพียน
- 2) รายได้จากการสานปลาตะเพียนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ สมาชิกจึงต้องหารายได้เสริมอื่นๆควบคู่ไปด้วย
- 3) ขาดสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ในสื่อต่างๆที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้า
- 4) ขาดช่องทางการตลาดใหม่ๆและ ช่องทางการวางขายสินค้าในโอกาสต่างๆที่เพิ่มมากขึ้น
- 5) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ ยังไม่ได้แสดงเอกลักษณ์ของสินค้า



- 6) ปัญหาเศรษฐกิจโดยภาพรวม ทำให้ผู้คนซื้อสินค้าที่เป็นสิ่งประดิษฐ์หัตถกรรม  
น้อยลง
- 7) การสนับสนุนจากภาครัฐยังมีน้อยและขาดความต่อเนื่อง
- 8) สถานที่ตั้งของกลุ่มไม่เอื้ออำนวย ต้องทำในบ้านของสมาชิกที่มีพื้นที่น้อยค่อนข้าง  
แคบ ไม่มีที่แสดงสินค้าในชุมชน
- 9) ยังขาดการจัดการระบบบัญชีการเงินที่ดี มีการลงบัญชีบ้างเพียงบางรายการและไม่  
ต่อเนื่อง สมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้านการเงิน การวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริง และระบบภาษี

**โดยสรุป** จากการศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์  
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลา  
ตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร พบว่า มีสภาพการบริหารงานในชุมชนที่มีทั้งด้านองค์ความรู้ภูมิปัญญา ด้าน  
คุณค่าความเชื่อดั้งเดิมที่สืบทอดกันมารวมทั้งความเชื่อด้านศาสนา มีเครือข่ายทางสังคมที่เชื่อมโยง  
สัมพันธ์กับกลุ่มองค์กรต่างๆ ที่ช่วยหนุนเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ การดำเนินชีวิตเรียบง่าย  
ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในด้านความพอเพียง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมทั้ง  
ด้านความรู้และคุณธรรม การบริหารจัดการ ด้านการผลิตตามองค์ความรู้ที่สืบทอดมาและพัฒนาต่อยอด  
ด้านการเงิน การบริหารงานไม่เป็นระบบ ยังขาดการบันทึกบัญชี ด้านการตลาด มีการตั้งราคา การวาง  
จำหน่ายตามสถานที่จัดแสดงสินค้า ด้านบุคลากร มีการดำเนินงานสืบทอดกันในครอบครัว ส่วนปัจจัยที่  
ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหรือเงื่อนไขในการบริหารงานของกลุ่มมีหลายประการ ด้านปัจจัยที่  
ส่งเสริม ได้แก่ องค์ความรู้ภูมิปัญญาที่มี ด้านความสัมพันธ์ในกลุ่มและชุมชน ด้านคุณค่าความเชื่อใน  
ศาสนาและศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น ส่วนด้านปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์  
สินค้า การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ยังขาดการส่งเสริมจากภาครัฐที่จริงจังและต่อเนื่อง ขาดการ  
ขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยนี้ จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงได้ร่วมพัฒนา  
กระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดีและการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์  
เพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจ  
พอเพียง และมีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม มีเอกลักษณ์

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้ดำเนินการตามขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ 1.ขั้นการวางแผน(plan) 2.ขั้นการปฏิบัติการและสังเกตผล(act and observe) 3. ขั้นสะท้อนความคิด(reflect)ในการบริหารจัดการ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากร โดยมีผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

### 1. ขั้นการวางแผน (plan)

โดยศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์และวางแผนร่วมกันของคณะผู้วิจัยและผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่ง ในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีทั้ง 4 ด้าน โดยร่วมกันวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการก่อนการเข้าร่วมโครงการ และวางแผนเพื่อการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีในแต่ละด้าน สรุปได้ดังต่อไปนี้

#### 1.1 วิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก่อนการเข้าร่วมโครงการวิจัย

##### กรณีศึกษาที่ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน

##### 1) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านการผลิต

องค์ความรู้ ในการผลิตขนมบดิน มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา การลองผิดลองถูก การทดลองทำ การสังเกต และพัฒนาสูตรขนมจนได้ขนมบดินที่มีความอร่อย และยังคงรักษาความเป็นขนมโบราณที่เป็นของท้องถิ่น และขนมที่นิยมของศาสนาอิสลาม ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการมีองค์ความรู้ในด้านการผลิตขนมบดินที่มีความเข้มแข็ง

กิจกรรมการเรียนรู้ มีกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการถ่ายทอดให้กับลูกหลาน เครือญาติและเพื่อน รวมทั้งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่ม มีการเปิดหน้า

ฐานการเรียนรู้ ฐานการเรียนรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดินมีทั้งฐานการเรียนรู้ภายในชุมชน และฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน ฐานการเรียนรู้ภายในชุมชน เกิดจากฐานการผลิตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมัสดสวนพลู ซึ่งเป็นแหล่งผลิตชนมบดินแห่งแรก ส่วนฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน ผู้ประกอบการต้องการศึกษาการทำขนมเบเกอรี่สมัยใหม่เพื่อนำไปพัฒนาและประยุกต์ในการทำชนมบดินให้มีหน้ารสชาติต่างๆและตกแต่งให้สวยงามน่ารับประทานเพิ่มขึ้น

### 2) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านการเงิน

องค์ความรู้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน ขาดองค์ความรู้ด้านการเงิน มีการทำบัญชีครัวเรือนบ้าง แต่ไม่ต่อเนื่อง ไม่ได้ทำบัญชีรับจ่ายทางธุรกิจ ทำให้ไม่รู้ต้นทุนที่แท้จริง และขาดเงินทุนในการขยายกิจการ

กิจกรรมการเรียนรู้ ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน ส่วนใหญ่เคยเข้าอบรมด้านการทำบัญชีจากหน่วยงานต่างๆจัดอบรมให้ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เข้าใจ มีความคิดว่าการทำบัญชีมีความยุ่งยากและซับซ้อนที่ผ่านมามีไม่ได้นำระบบบัญชีเข้ามาพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ฐานการเรียนรู้ จากการจัดอบรมโดยหน่วยงานภายนอก ได้แก่ สำนักงานเขตธนบุรี และหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรี

### 3) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านการตลาด

องค์ความรู้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน มีองค์ความรู้ด้านการตลาดน้อย เป็นการตลาดแบบดั้งเดิม แบบพอเพียง ทำขายเฉพาะกลุ่มในชุมชน และเป็นขนมตามเทศกาลของศาสนาอิสลาม ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต้องการขยายตลาดออกไปสู่ภายนอก แต่ยังขาดองค์ความรู้ในการขยายตลาด และช่องทางการตลาดใหม่ๆ

กิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ด้านการตลาดเกิดจากการสอบถาม พูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่ม และการส่งเสริมจากสำนักงานเขตธนบุรีบ้างตามโอกาส เช่น การให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปจัดจำหน่ายสินค้าในงานต่างๆบ้าง แต่ไม่ต่อเนื่อง ทำให้วิสาหกิจชุมชนชนมบดินขาดการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง

ฐานการเรียนรู้ ฐานการเรียนรู้ด้านการตลาด เกิดจากกิจกรรมภายในชุมชน เช่น ตลาดในชุมชน ร้านค้า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน ส่วนฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน เกิดจากการได้ไปร่วมงานที่จัดโดยภาครัฐ และสถานศึกษาเชิญไปร่วมแสดงสินค้าบ้าง แต่ไม่บ่อยนัก

#### 4) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านการบุคลากร

องค์ความรู้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีองค์ความรู้ในการบริหารงานด้านบุคลากร อย่างไม่เป็นทางการ โดยการใช้ความสัมพันธ์ในชุมชนในเครือข่าย กลุ่มเพื่อน และลูกหลาน มีการชักชวนกลุ่มเพื่อนหรือคนในชุมชนที่มีความสนิทสนมเข้ามาร่วมกลุ่มในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมการเรียนรู้ การบริหารงานบุคคลในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการแบ่งงาน และมอบหมายความรับผิดชอบอย่างไม่เป็นทางการ กิจกรรมการเรียนรู้เกิดจากการร่วมกิจกรรมการพบปะสังสรรค์กันในชุมชน การประกอบพิธีกรรมทางศาสนาด้วยกัน

ฐานการเรียนรู้ ด้านบุคลากรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดินมีฐานการเรียนรู้ด้านการบริหารบุคลากรจากฐานการเรียนรู้การอยู่ร่วมกันในชุมชน และฐานการเรียนรู้จากการได้ไปร่วมประชุมกับสำนักงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและนำมาปรับใช้ในการบริหารงานในกลุ่ม

### กรณีศึกษาที่ 2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร

#### 1) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านการผลิต

องค์ความรู้ การสานปลาตะเพียน ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ มีองค์ความรู้ ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา การฝึกปฏิบัติ การลองผิดลองถูก การสังเกต และการเรียนรู้จากครูพี่เลี้ยง

กิจกรรมการเรียนรู้ มีกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการถ่ายทอดให้กับเพื่อน ลูกหลานและเครือข่าย รวมทั้งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่มและต่างกลุ่ม ที่สานปลาตะเพียนในพื้นที่อื่น มีการจัดแสดงและสาธิตให้กับผู้สนใจศึกษาเรียนรู้การสานปลาตะเพียนให้แก่ นักเรียน นักศึกษาที่สนใจ ซึ่งทางโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาได้ขอให้เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้การสานปลาตะเพียนอยู่เสมอ

ฐานการเรียนรู้ ฐานการเรียนรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรมีทั้งฐานการเรียนรู้ภายในชุมชน และฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน ฐานการเรียนรู้ภายในชุมชน เกิดจากฐานการผลิตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่จะสานปลาตะเพียนที่บ้านและลูกหลาน หรือผู้สนใจก็สามารถไปขอเรียนรู้ได้ถือเป็นฐานการเรียนรู้ในชุมชน ส่วนฐานการเรียนรู้

## 2) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านการเงิน

องค์ความรู้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร มุ่งองค์ความรู้ด้านการเงินและระบบบัญชีเบื้องต้นจากการเข้ารับการอบรมกับหน่วยงาน มีการทำบัญชีครัวเรือนไม่ต่อเนื่อง ทำบัญชีรับจ่ายแต่ยังไม่มีระบบที่ดี ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมในเรื่องระบบการเงินและภาษี เพื่อพัฒนากิจการให้มีการบริหารจัดการด้านการเงินที่มีประสิทธิภาพ

กิจกรรมการเรียนรู้ ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ส่วนใหญ่เคยเข้าอบรมด้านการทำบัญชีจากหน่วยงานต่างๆ จัดอบรมให้ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจการอบรมที่ใช้ภาษาที่ยากและการจัดอบรมเป็นการอบรมบัญชีสำหรับธุรกิจทั่วไป บางเนื้อหาไม่สามารถใช้กับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ และสมาชิกบางคน มีความคิดว่าการทำบัญชีมีความยุ่งยากและซับซ้อนจึงไม่ได้นำระบบบัญชีเข้ามาพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ฐานการเรียนรู้ จากการจัดอบรมโดยหน่วยงานภายนอก ได้แก่ สำนักงานเขตธนบุรี และหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรีและสถาบันการศึกษา

## 3) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านการตลาด

องค์ความรู้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร มุ่งองค์ความรู้ด้านการตลาดจากการบอกต่อและความสัมพันธ์ในกลุ่มวิสาหกิจต่างๆ รวมทั้งความสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนต้องการองค์ความรู้ที่ทันสมัยเหมาะกับยุคปัจจุบัน เพื่อขยายตลาดออกไปสู่ภายนอก และมีช่องทางการตลาดใหม่ๆ

กิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ด้านการตลาดเกิดจากการสอบถาม พูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่ม และการส่งเสริมจากสำนักงานเขตธนบุรี เช่น การให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปจัดจำหน่ายสินค้าในงานต่างๆบ้าง การมีโอกาสดำเนินไปร่วมงานกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านหัตถกรรม ทำให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านการตลาดกับกลุ่มต่างๆ

ฐานการเรียนรู้ ฐานการเรียนรู้ด้านการตลาด เกิดจากกิจกรรมภายในชุมชน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน ส่วนฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน เกิดจากการได้ไปร่วมงานที่จัดโดยภาครัฐ และสถานศึกษาเชิญไปร่วมจัดแสดงสาธิตเป็นต้น

#### 4) กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ: ด้านบุคลากร

องค์ความรู้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีองค์ความรู้ในการบริหารงานด้านบุคลากร อย่างไม่เป็นทางการ โดยการใช้ความสัมพันธ์ในชุมชนในเครือข่าย กลุ่มเพื่อน และลูกหลาน มีการชักชวนกลุ่มเพื่อนหรือคนในชุมชนที่มีความสนิทสนมเข้ามาร่วมกลุ่มในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมการเรียนรู้ การบริหารงานบุคคลในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการแบ่งงาน และมอบหมายความรับผิดชอบจากความสัมพันธ์และความสามารถของแต่ละบุคคล กิจกรรมการเรียนรู้เกิดจากการร่วมกิจกรรมการพบปะสังสรรค์กันในกลุ่มและในชุมชน

ฐานการเรียนรู้ ด้านบุคลากรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร มีฐานการเรียนรู้ด้านการบริหารบุคลากรจากฐานการเรียนรู้การอยู่ร่วมกันและความสัมพันธ์ในชุมชน และกลุ่มปลาตะเพียนในพื้นที่อื่น และฐานการเรียนรู้จากการได้ไปร่วมประชุมกับสำนักงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและนำมาปรับใช้ในการบริหารงานของกลุ่ม

## 1.2 การวางแผนพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาที่เข้าร่วมโครงการวิจัย

จากการวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้ด้านองค์ความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และฐานการเรียนรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองกลุ่ม คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมอบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ในการบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาดและด้านบุคลากร มีการประชุมวางแผนร่วมกันระหว่างทีมผู้วิจัยและกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการบริหารจัดการที่ดี โดยให้กลุ่มวิสาหกิจเสนอโครงการกิจกรรมที่ต้องการได้รับการส่งเสริม พบว่า ทั้งสองกลุ่มได้เสนอแนวทางในการพัฒนาในด้านต่างๆร่วมกัน สรุปได้ดังนี้

1.2.1. ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมโดยการศึกษาดูงานการดำเนินงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อนำมาประยุกต์ในการพัฒนาการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และมีความยั่งยืน

1.2.2.การเรียนรู้และฝึกปฏิบัติการเพื่อพัฒนาระบบการเงิน การบัญชี ให้มีประสิทธิภาพโดยสามารถใช้กับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้โดยตรง และความรู้เกี่ยวกับภาษี เพื่อรองรับการที่จะต้องมีการจ่ายภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

1.2.3.การเรียนรู้การจัดการด้านการตลาดสมัยใหม่โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1.2.4.การบริหารงานบุคคลโดยการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มเพื่อเป็นทรัพยากรบุคคลรุ่นใหม่ที่สามารถดำเนินการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนต่อไป

## 2.การปฏิบัติการและสังเกตผล(act and observe)

ในการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ลงมือปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยจัดโครงการกิจกรรมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่มีความต้องการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีการลงมือปฏิบัติการและสังเกตผลในโครงการกิจกรรม ที่จัดขึ้น ดังต่อไปนี้

### 2.1 การศึกษาดูงานโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา

คณะผู้วิจัยได้จัดทำโครงการศึกษาดูงานโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดาขึ้น ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2558 ตามที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเสนอ ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมโดยการศึกษาดูงานการดำเนินงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นต้นแบบนำมาประยุกต์ในการพัฒนาการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และมีความยั่งยืน โดยมีผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร จำนวน 9 คน เข้าร่วมโครงการพร้อมด้วยนักศึกษาที่เรียนในรายวิชาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์ผู้สอน และเป็นผู้ช่วยวิจัยในงานวิจัยนี้ เดินทางไปศึกษาดูงานโครงการส่วนพระองค์ ซึ่งตั้งอยู่ในพระตำหนักจิตรลดารโหฐาน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้จัดทำโครงการและหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าศึกษาดูงานโครงการ ซึ่งได้รับหนังสือตอบรับจากสำนักพระราชวัง รวมทั้งการจัดวิทยากรของโครงการส่วนพระองค์เพื่อให้ความรู้แก่คณะศึกษาดูงาน จากการดำเนินงานโครงการดังกล่าว พบว่า คณะผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับความรู้ในการดำเนินการธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในฐานะการเรียนรู้ ของโครงการ เช่น แปลงนา การเลี้ยงโคนม โรงผลิตนมจิตรลดา การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การทำน้ำผลไม้กระป๋อง การทำขนมเบเกอรี่ จากการที่มี

ผลการดำเนินโครงการดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ทั้งด้านองค์ความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และฐานการเรียนรู้จากภายนอก ในการบริหารจัดการด้านต่างๆ การสังเกต และประเมินผลโครงการ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ไปศึกษาดูงานสรุปได้ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่กล่าวว่าไม่เคยมีโอกาเข้าไปเยี่ยมชมโครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาก่อน รู้สึกตื่นเต้นดีใจ และปลาบปลื้มมากที่มีโอกาสได้เข้ามาศึกษาดูงานในวังสวนจิตรลดา
- 2) ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจวิธีดำเนินธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่มี ความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน และมีคุณธรรม ตามที่ในหลวงทรงพระราชทานเป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิต และดำเนินธุรกิจ
- 3) ได้เห็นกระบวนการในการผลิตสินค้าซึ่งสามารถทำขายเป็นอาชีพได้ เช่น น้ำผลไม้ ขนมอบเกอรี่สูตรต่างๆ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมอบดินสนใจ การทำขนมอบเกอรี่ การแต่งหน้าขนมโดยใช้ผลไม้แห้ง การใช้วัตถุดิบในโครงการเช่น นม ครีมเทียม ในกระบวนการผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร สนใจการทำกระดาษสาประดิษฐ์เป็นชิ้นงานต่างๆ ได้ รวมทั้งการวาดลวดลายบนกระดาษสา การใช้สี การทำเทียนจากโรงหล่อเทียนของโครงการ การแกะสลักเทียนลวดลายวิจิตรที่ใช้ในพิธีต่างๆ ซึ่งการศึกษาดูงานในครั้งนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล่าวว่าได้รับประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่ม
- 4) ผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล่าวว่า การศึกษาดูงานในครั้งนี้ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการดำเนินการและพัฒนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตนให้มีความก้าวหน้าต่อไป





ภาพ 12 ศึกษาฐานโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา

## 2.2 การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การกำหนดประเด็นหัวข้อในการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้มีการประชุมหารือร่วมกันระหว่างทีมวิจัยและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ พร้อมทั้งการเสนอชื่อวิทยากรที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการเป็นผู้ให้ความรู้ เนื่องจากผู้เข้าร่วมโครงการต้องการองค์ความรู้ที่ไม่ยากเกินไป เข้าใจง่าย นำไปใช้ได้จริง และมีการฝึกปฏิบัติการควบคู่ไปด้วย และต้องการเรียนรู้กับวิทยากรเป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจากการพิจารณาร่วมกันได้หัวข้อในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเงิน ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

1. กลยุทธ์ธุรกิจ/ การวางแผนธุรกิจ สำหรับวิสาหกิจชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. การจัดทำระบบบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3. การลดต้นทุน/การบันทึกบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพ
4. การจัดทำงบการเงิน
5. ระบบภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน

ผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการการบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น เมื่อวันที่ 18 – 19 กรกฎาคม 2558 ณ อาคาร 2 ชั้น 13 ห้องคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดย ผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการประกอบไปด้วยวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม



ภาพ 13 การอบรมเชิงปฏิบัติการบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

### ความพึงพอใจต่อการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ ประเมินความพึงพอใจต่อการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยสรุปผลการประเมิน ได้ดังตารางต่อไปนี้

**ตาราง 2** การประเมินความพึงพอใจในการอบรมเชิงปฏิบัติการการบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1.เนื้อหาองค์ความรู้/ความรู้ที่ได้รับ	4.67	.48	มากที่สุด
2.ความรู้ความสามารถของวิทยากร	4.67	.48	มากที่สุด
3.การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร	4.67	.48	มากที่สุด
4.การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เข้ารับการอบรม	4.44	.73	มาก
5.การฝึกปฏิบัติการด้านการบัญชีสามารถเข้าถึงการปฏิบัติจริงของวิสาหกิจชุมชน	4.44	.73	มาก
6.การวางแผนทางการเงินสามารถประยุกต์ใช้กับการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชน	4.47	.64	มาก
7.ความรู้ที่ได้รับด้านระบบภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน	4.67	.48	มากที่สุด
8.ความรู้ในการลดต้นทุน /การบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ	4.20	.42	มาก
9.การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน	4.33	.53	มาก
10.การบริหารงานด้านการเงินยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	4.44	.73	มาก
11.สถานที่การจัดอบรม การบริการและเอกสารประกอบการอบรม	4.20	.68	มาก
12.ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม	4.67	.48	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.49	.57	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพบว่า มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ที่ระดับความพึงพอใจ 4.49 โดยเนื้อหาองค์ความรู้/ความรู้ที่ได้รับ ความรู้ความสามารถของวิทยากร การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร ความรู้ที่ได้รับด้านระบบภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 4.67 นอกจากนี้ ความพึงพอใจต่อการวางแผนทางการเงินสามารถประยุกต์ใช้กับการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชน มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในลำดับรองลงมาโดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47

## 2.3 การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาความต้องการของวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการเรียนรู้การจัดการด้านการตลาดสมัยใหม่โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คณะผู้วิจัยจึงได้ประชุมหารือร่วมกันกับผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนขึ้น โดยได้กำหนดประเด็นหัวข้อในการอบรมร่วมกันดังนี้

- 1.การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางการตลาดสมัยใหม่
- 2.การสร้างตลาดด้วยการสร้างแบรนด์สินค้า/การสร้างเอกลักษณ์สินค้า
- 3.พฤติกรรมผู้บริโภค/การบริหารจัดการตลาดด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 4.การบริหารจัดการเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนขึ้น เมื่อวันที่ 25- 26 กรกฎาคม 2558 ณ อาคาร 2 ชั้น 13 ห้องคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดย ผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการประกอบไปด้วยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มขนมบดิน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุลายไทยวิจิตร และผู้สนใจ จำนวน 11 คน โดยมีทีมวิทยากร คือ น.ส ภัทธมน เกิดสมพงษ์ ผู้ตรวจสอบบัญชีและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกำลังศึกษาปริญญาเอกที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม และอาจารย์ ดร.สมจินตนา จิรายุกุล ผู้วิจัยซึ่งเป็นอาจารย์ผู้สอนในวิชาการจัดการคุณภาพ และวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค และอาจารย์วรรณภา โพธิ์ผล อาจารย์ผู้สอนที่เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นวิทยากรหลัก และวิทยากรกลุ่มฝึกปฏิบัติการ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวมีการฝึกปฏิบัติการโดยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมอบรมร่วมกันศึกษากรณีศึกษา และนำเสนอแนวทางการสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์ของสินค้าของกลุ่ม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการส่งเสริมการตลาด (ตารางการอบรมในภาคผนวก ข)

ซึ่งการอบรมในหัวข้อเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาดนั้น ตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรได้เคยเข้าร่วมรับการอบรมแล้ว เมื่อวันที่ 16 – 17 พฤษภาคม 2558 อาคาร 2 ชั้น 7 ห้อง 274 มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ซึ่งจัดโดยทีมวิจัยในโครงการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้การ



ภาพ 14 บรรยายการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการเรียนรู้ด้านการตลาดสำหรับ  
วิสาหกิจชุมชน

### ความพึงพอใจต่อการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ประเมินความพึงพอใจต่อการเข้ารับการฝึกอบรม เชิงปฏิบัติการ พัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยสรุปผลการประเมิน ได้ดังตาราง ต่อไปนี้

**ตาราง 3** การประเมินความพึงพอใจในการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1.เนื้อหาองค์ความรู้/ความรู้ที่ได้รับ	4.33	.67	มาก
2.ความรู้ความสามารถของวิทยากร	4.57	.62	มากที่สุด
3.การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร	4.57	.71	มากที่สุด
4.การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เข้ารับการอบรม	4.20	.64	มาก
5.การฝึกปฏิบัติการด้านการตลาดการสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์สินค้าสามารถนำสู่การปฏิบัติจริงของวิสาหกิจชุมชน	4.67	.48	มากที่สุด
6.การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางการตลาดสมัยใหม่สามารถประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดของวิสาหกิจชุมชน	4.67	.48	มากที่สุด
7.ความรู้ที่ได้รับด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถนำไปใช้ในการบริหารด้านการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.44	.62	มาก
8.ความรู้ในการบริหารจัดการเชิงคุณภาพสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชน	4.44	.62	มาก
9.การนำความรู้ที่ได้รับด้านการบริหารจัดการตลาดด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน	4.57	.71	มากที่สุด
10.เอกสารประกอบการประชุมมีเนื้อหาสาระดี	4.20	.64	มาก
11.สถานที่การจัดอบรม และการบริการ	4.20	.64	มาก
12.ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม	4.67	.48	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.46	.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพบว่า มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย = 4.46 โดยการฝึกปฏิบัติการด้านการตลาด การสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์สินค้าสามารถนำสู่การปฏิบัติจริงของวิสาหกิจชุมชน การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางการตลาดสมัยใหม่สามารถประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดของวิสาหกิจชุมชน และ ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย = 4.67 ความรู้ความสามารถของวิทยากร การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร การนำความรู้ที่ได้รับด้านการบริหารจัดการตลาดด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจรองลงมา ที่ค่าเฉลี่ย = 4.57

**1.2.4.การพัฒนาด้านบุคลากร** โดยการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มเพื่อเป็นทรัพยากรบุคคลรุ่นใหม่ที่สืบทอดการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการดำเนินงานในด้านการพัฒนาบุคลากรโดยสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1) การพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองกลุ่มส่งบุตร ซึ่งจะเป็นทายาททางธุรกิจ เข้ารับการอบรมบ่มเพาะความรู้ในทุกโครงการที่ผู้วิจัยจัดขึ้น ได้แก่ โครงการศึกษาดูงานโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน การอบรมในหัวข้อเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน ผู้นำกลุ่ม นางยุพิน น้อยปลาได้ส่งบุตรสาว นางสาวสุพัตรา หมดมันใจ เข้าร่วมการพัฒนาบ่มเพาะความรู้ในการอบรมเชิงปฏิบัติการในทุกโครงการ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร นางฉัฐธร แดงสีพล ผู้นำกลุ่ม ได้ส่งบุตรชายนายธนาพัทธ แดงสีพล เข้าร่วมรับการอบรมบ่มเพาะความรู้ในทุกโครงการเช่นเดียวกัน โดยผู้วิจัยได้ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงในการบ่มเพาะความรู้ให้กับทายาทธุรกิจดังกล่าว

2) การจัดงานกิจกรรมเพื่อให้ทายาททางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมถ่ายทอดความรู้เพื่อเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนางานของกลุ่ม อาทิเช่น ผู้วิจัยได้จัดโครงการสืบทอดภูมิปัญญาสานปลาตะเพียนขึ้นในงานสัปดาห์วิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยเชิญนางฉัฐธร แดงสีพลและนายธนาพัทธ แดงสีพล บุตรชายมาเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับ



ภาพ 14 การเข้าร่วมโครงการของทายาททางธุรกิจของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนนมบดิน





ภาพ 15 ทายาททางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาดิบทะเลเพ็ญร่วมกิจกรรมถ่ายทอดความรู้การสานปลาดิบทะเลเพ็ญและการสานโปลานเป็นรูปสัตว์ต่างๆ เช่น นก เต่า เป็นต้น

### ผลจากการพัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมอบดิน จากการส่งเสริมและพัฒนาทายาทของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมอบดินเพื่อให้มีกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการ พบว่า ทายาทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมอบดินได้นำความรู้ด้านระบบบัญชีและการตลาด จากการบ่มเพาะความรู้ในการอบรมตามโครงการวิจัย ไปดำเนินการโดยมีการบันทึกบัญชีที่เป็นระบบ รวมทั้งการสร้างช่องทางการตลาดชุมชนมอบดินผ่านทาง facebook และการผลิตขนมเบเกอรี่อื่นๆควบคู่กันไปด้วยทำให้มีลูกค้าเข้ามาสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น และชุมชนมอบดินเป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย

การ

ได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการ บ่มเพาะความรู้จากการอบรมในโครงการวิจัยนี้ ทำให้สามารถจัดระบบการเงินของกลุ่มและพัฒนาการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ทั้ง facebook และ lineshop รวมทั้ง สามารถเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้การสานปลาตะเพียนในงานต่างๆ และสามารถประยุกต์การสานใบลานเป็นรูปสัตว์อื่นๆ และกำลังศึกษาวิธีนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาช่วยในการรักษาสภาพของใบลาน และการซ่อมสืบใบลานที่ติดทนนานอีกด้วย

**การสังเกตผล(observe)** ผู้วิจัยได้สังเกต ติดตาม และประเมินผลลัพธ์จากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง ในกระบวนการวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม สรุปการสังเกตผล จากการปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการ ด้านต่างๆ ได้ดังนี้

#### การบริหารจัดการด้านการผลิต

จากการศึกษาฐานโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา กลุ่มวิสาหกิจได้นำแนวคิดในการพัฒนากระบวนการผลิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำมาต่อยอดองค์ความรู้เดิมได้เช่น กลุ่มขนมบดินสามารถนำกระบวนการผลิตขนมเบเกอรี่ในโครงการสวนพระองค์มาพัฒนาการทำขนมให้มีรูปแบบที่น่ารับประทานมากขึ้น โดยเพิ่มหน้าขนมมีหลากหลายชนิดมากขึ้น ได้แก่ หน้าเมี่ยงมะม่วง หิมะพานต์ หน้าลูกเกด หน้าเมี่ยงบัว และหน้าชอคโกแลต เป็นต้น รวมทั้งวัตถุดิบที่ใช้จากโครงการสวนพระองค์ที่มีราคาไม่แพงมาก เช่น นม ครีมเทียม มาใช้เป็นส่วนผสม รวมทั้งเพิ่มการทำขนมเบเกอรี่สมัยใหม่ขายเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตร ก็ได้รูปแบบการแกะสลักลวดลายที่สวยงาม จากการทำกระดาษสา การลงสี และการแกะสลักเทียนของโครงการนำมาประยุกต์เข้ากับลวดลายของปลาตะเพียนสาน ทำให้สวยงามมากขึ้น ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“ได้รู้วิธีทำขนมเบเกอรี่สมัยใหม่ วัตถุดิบที่ใช้ในโครงการ มาเสริมการทำขนมบดินให้มีรูปแบบหน้าขนมที่น่ารับประทานมากขึ้น เช่น ผลไม้แห้งที่นำมาตกแต่งบนหน้าขนม แล้วก็จะศึกษาวิธีทำขนมเบเกอรี่สมัยใหม่เพิ่มเติมเพื่อเสริมรายได้ในการขายขนมให้ได้มากขึ้น”

(นายยุพิน น้อยปลา, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2558)

“ได้แนวคิดการลงสีและลวดลายในการทำกระดาษสาของโครงการส่วนพระองค์มาประยุกต์ในการลงสีตัวปลาตะเพียนให้มีลวดลายสวยงาม และการแกะสลักเทียนในโครงการก็นำมาเป็นรูปแบบการฉลุลายไทยบนใบลาน ก็ทำให้ได้ปลาตะเพียนที่สวยงามวิจิตรขึ้นด้วยค่ะ”

(นางณัฐธร แดงสีพล, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2558)

### การบริหารจัดการด้านการเงิน

การสังเกตและ ติดตามผลด้านการเงิน โดยคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ไปสังเกตการบริหารจัดการด้านการเงินของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม พบว่า หลังจากที่ถูกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านการเงิน การทำบัญชีรับจ่าย การจัดทำงบการเงิน และระบบภาษี สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ให้ข้อมูลว่า ได้นำไปประยุกต์ใช้ได้ผลดี และมีการทำบัญชีที่ต่อเนื่องขึ้น ดังคำให้สัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“ตอนนี้พยายามบันทึกบัญชีรับจ่ายทุกวัน ตามแบบฟอร์มที่ได้รับจากการอบรม ก็ทำได้ไม่ยาก บางครั้งก็ยุ่งไม่ได้ลงบัญชี แต่ไม่เกินสามวันก็ลงให้ทัน พอลงไปเรื่อยๆ รู้สึกว่าดีมาหลายรู้ว่ามีรายได้อะไร ไหม ควรลดต้นทุนตรงไหน จากตอนแรกที่ทำ เงินปนกัน ไม่ได้แยกประเภทเลย ”

(สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2558)

“จริงๆเมื่อก่อนก็อบรมนะเรื่องบัญชี แต่อบรมแล้วไม่ได้ทำเพราะไม่ค่อยเข้าใจ พอมาอบรมครั้งนี้รู้สึกว่าการทำบัญชีการเงินเป็นเรื่องจำเป็นที่เราต้องทำให้ได้แล้วก็ไม่ยาก พอเข้าใจก็ทำได้ ตอนนี้ก็พยายามทำตลอด เพื่อต่อไปมีรายได้มากขึ้นต้องเสียภาษี ก็ต้องยื่นแสดงบัญชีด้วยจะได้มีหลักฐาน”

(นางณัฐธร แดงสีพล, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2558)

### การบริหารจัดการด้านการตลาด

การสังเกตและ ติดตามผลด้านการตลาด โดยคณะผู้วิจัยได้สังเกตผลลัพธ์การบริหารจัดการด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มหลังจากผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านการตลาดแล้ว พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดินได้พัฒนาช่องทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ได้แก่ ในเว็บไซต์เฟสบุ๊ค และมีการเพิ่มสินค้าขนมเบเกอรี่อื่นๆให้ลูกค้าสั่งผ่านระบบ มีการลงรูปภาพ กระบวนการผลิตขนม ทำให้หน้าเฟสบุ๊คของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดินมีความน่าสนใจ เพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ๆที่เพิ่มยอดขายได้ด้วย ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร มีการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ๆในเว็บไซต์เฟสบุ๊คโดยใช้ชื่อในเฟสบุ๊ค ว่า Apple Chada Nang ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 16 การพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ในเฟสบุ๊กของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน



ภาพ 17 การพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ในเฟสบุ๊ค ของกลุ่มวิสาหกิจปลาตะเพียนจตุไทย  
ลายวิจิตร โดยใช้ชื่อใน เฟสบุ๊ค ว่า Apple Chada Nang

## การบริหารจัดการด้านบุคลากร

**การสังเกตผล** จากการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกรณีศึกษาทั้งสองกลุ่ม พบว่า ทายาททางธุรกิจทั้งสองกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ได้นำความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาดำเนินการ และถ่ายทอดให้กับสมาชิกในกลุ่ม รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่สนใจ ทำให้เกิดขวัญ กำลังใจในการพัฒนางานวิสาหกิจชุมชน และมีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น จากการตั้งกลุ่มแลกเปลี่ยนความรู้

ประสบการณ์และส่งข่าวสารการแสดงสินค้าต่างๆในกลุ่ม ทำให้การบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

### 3. การสะท้อนความคิดเพื่อการพัฒนา (reflect)

หลังจากที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดี ผู้วิจัยได้จัดประชุมอภิปรายกลุ่ม(focus group discussion)ขึ้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2558 เวลา 13.00 น.-16.30 น. ณ ห้องประชุมคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยเชิญสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะผู้วิจัย เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวนรวม 12 คน ได้ร่วมกันสะท้อนความคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สรุปบทเรียนปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรีตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และข้อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนให้มีการพัฒนาต่อยอดต่อไป โดยสามารถสรุปผลการสะท้อนความคิดจากการสนทนากลุ่ม ตามประเด็นคำถามในการสนทนา สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคจากการได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยอะไรบ้าง

1.1 ปัจจัยที่ส่งเสริมสนับสนุนจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีสามารถสรุปจากการสะท้อนความคิดได้ดังนี้

1) การสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่เข้ามาทำวิจัยช่วยเหลือส่งเสริมการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้กลุ่มมีความภาคภูมิใจในการที่มีสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้กับเขตธนบุรี มีส่วนในการส่งเสริมพัฒนาการบริหารงานของกลุ่มให้ดีขึ้นเพื่อผลิตสินค้าชุมชนที่ดีมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ออกจำหน่ายในงานต่างๆ

2) การดำเนินการพัฒนาโดยทีมนักวิจัยที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ที่ลงพื้นที่วิจัย ได้ช่วยส่งเสริมพัฒนา ให้คำแนะนำในด้านการบริหารจัดการต่างๆทำให้สมาชิกของกลุ่มมีความกระตือรือร้นและได้รับความรู้อย่างต่อเนื่อง เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างกัน ทำให้กลุ่มวิสาหกิจมีการบริหารจัดการเป็นระบบที่ดีขึ้น

3) การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีโอกาสพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ร่วมกัน ได้แก่ การศึกษาดูงานโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา มีส่วนใน

การเป็นปัจจัยส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีมุมมองในการบริหารจัดการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพขึ้นจากการได้เห็นการบริหารจัดการที่ดีตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำมาเป็นต้นแบบในการบริหารจัดการในด้านต่างๆของกลุ่ม และเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความก้าวหน้า ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

1.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดี สามารถสรุปจากการสะท้อนความคิดได้ดังนี้

1) ปัญหาในการบริหารเวลา สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพอื่นและร่วมดำเนินงานของกลุ่มเป็นอาชีพเสริม รวมทั้งภารกิจส่วนตัวอื่นๆทำให้สมาชิกมีเวลาไม่ตรงกันและมีเวลาจำกัด การพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการบริหารจัดการกลุ่ม และการเข้ารับการอบรมรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ใหม่ๆจึงทำได้ไม่เต็มที่

2) การส่งเสริมสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆขาดความต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่ ที่ต้องใช้เทคโนโลยีต้องอบรมเรื่อยๆ และมีความรู้อื่นๆที่ต้องการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีรายได้จากผลประกอบการค่อนข้างน้อย ทำให้มีเงินทุนในการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มค่อนข้างจำกัด ทั้ง ด้านพัฒนาการผลิต การตกแต่งหน้าร้านต่างๆที่สวยงาม ซึ่งต้องใช้เงินทุนมากทำให้บางครั้ง มีความคิดในการพัฒนาแต่ไม่มีทุนดำเนินการก็ไม่สามารถพัฒนาได้ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่ดี เพื่อเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ควรมีแนวทางการพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร สามารถสรุปจากการอภิปรายสะท้อนความคิดจากการประชุมได้ดังนี้

2.1 ด้านการผลิต ควรมีแนวทางการส่งเสริมพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน ต้องการส่งเสริมพัฒนาเพิ่มขึ้นในกระบวนการผลิตในเรื่องการเก็บรักษาขนมบดิน ซึ่งปัจจุบันเก็บได้เพียง 4 วัน ต้องการส่งเสริมพัฒนาให้มีการเก็บรักษาให้นานมากขึ้น แต่คงสภาพความนุ่ม หอม อร่อย เช่น กระบวนการอบแห้ง เป็นต้น

2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตร ต้องการพัฒนาเพิ่มในด้านความทนทานของชิ้นงาน การพัฒนาของสีที่ทาเป็นแบบนาโน การกำจัดเชื้อราในโบราณ เป็นต้น

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการพัฒนาเพิ่มขึ้นในการนำสินค้าไปจดลิขสิทธิ์ ซึ่งกระบวนการในการจดลิขสิทธิ์มีความยุ่งยาก ซับซ้อนจึงทำให้ที่ผ่านมากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่นำสินค้าไปจดลิขสิทธิ์ จึงต้องการให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องช่วยส่งเสริมในเรื่องนี้

## 2.2 ด้านการเงิน ควรมีแนวทางการส่งเสริมพัฒนาต่อยอดอย่างไร

หลังจากที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้ารับการฝึกอบรมเรื่องการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการเงินและนำไปใช้ในการบริหารจัดการ แล้วนั้น ควรมีแนวทางการพัฒนาต่อไปอย่างไร สรุปการสะท้อนความคิดในเรื่องนี้ได้ดังนี้

1) ต้องการรับการพัฒนาระบบบัญชีเพิ่มขึ้น จากการที่ได้มาอบรมทำให้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น และมีความต้องการในการอบรมในเรื่องระบบบัญชีอีก โดยต่อยอดเจาะลึกเนื้อหาและกระบวนการ เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังไม่เคยเสียภาษี ดังนั้นต้องการให้มีการพัฒนาเรื่อยๆเพื่อสามารถดำเนินการได้

2) ความต้องการด้านเงินทุนในการขยายกิจการ จากการอบรมเรื่องระบบบัญชี ทำให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถลดต้นทุนบางประเภทที่ไม่จำเป็นลงได้ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีความต้องการแหล่งเงินทุนในการขยายกิจการเพิ่มขึ้นด้วย

## 2.3 ด้านการตลาด ควรมีแนวทางการพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

จากการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้ารับการฝึกอบรมเรื่องการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดและมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ไปใช้ในการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแล้วนั้น ควรมีแนวทางการพัฒนาต่อไปอย่างไร สรุปการสะท้อนความคิดในเรื่องนี้ได้ดังนี้

1) .ต้องการพัฒนาการประชาสัมพันธ์สินค้า กิจกรรมการออกร้านต่างๆที่ลง ผ่านทางเว็บไซต์เฟสบุ๊ก นอกจากเป็นภาษาไทยแล้ว ต้องการจัดทำภาษาอื่นๆ ด้วย เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เพื่อให้ลูกค้าต่างชาติที่เข้ามาสั่งซื้อสินค้าสามารถติดต่อสื่อสารกันได้เข้าใจ และวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างชาติมากขึ้นจากการที่เข้าสู่ประชาคมอาเซียน ส่งผลให้มีคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต

๖ จ

ชุมชนโดยเข้าร่วมบริหารงานกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสมาชิกกลุ่มที่ทำอยู่มีอายุมากขึ้น และบางคนก็มีปัญหาเรื่องสุขภาพ และมีสมาชิกน้อยลง

2) ต้องการให้ส่งเสริมโดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับทายาทธุรกิจหรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น ให้มีโอกาสดแสดงผลงานทางธุรกิจเพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจในการดำเนินงานสืบทอดกิจการ และสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

**โดยสรุป** จากผลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดี ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการทั้งด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบุคลากร เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากการสังเกตผลและการสะท้อนความคิด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำความรู้ที่ได้รับจากการพัฒนาไปปฏิบัติ ทำให้มีองค์ความรู้มากขึ้น และนำไปปรับปรุงพัฒนาจากการติดตามผลของคณะผู้วิจัย สามารถเห็นผลจากการพัฒนาได้จากการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีความสวยงามน่ารับประทาน และในส่วนของ การประดิษฐ์ชิ้นงานก็ได้แนวคิดการจัดทำสวดลายของสินค้าที่วิจิตรมากขึ้น มีระบบการเงินที่ดีขึ้นจากการที่มีการลงบัญชีรับจ่ายอย่างต่อเนื่อง และวิธีการลดต้นทุน มีระบบการตลาดสมัยใหม่ผ่านทางสื่อสารสนเทศสมัยใหม่ เช่น เฟสบุ๊ค มีการพัฒนาทายาททางธุรกิจให้กับกลุ่มวิสาหกิจที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีการสะท้อนความคิดที่เป็นปัจจัยส่งเสริมจากภาครัฐ การพัฒนาจากทีมวิจัย และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ เรื่องการ



บริหารเวลา ความต่อเนื่องในการพัฒนา และเงินลงทุนที่จำกัด และได้เสนอแนวทางในการพัฒนาเพิ่มเติม ด้านการผลิต ต้องการพัฒนาด้านการเก็บรักษาสินค้า การคงสภาพของสินค้า ด้านการตลาด ต้องการพัฒนาให้มีภาษาอื่นในการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ลงผ่านเว็บไซต์เฟสบุ๊ก การจัดทำเรื่องราว (story) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อลงในยูทูบให้เป็นที่ยึดกันกว้างขวาง รวมทั้งการพัฒนาทายาทธุรกิจและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มากขึ้น จัดเวทีเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีขวัญกำลังใจและสืบทอดกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ก้าวหน้าต่อไป



ภาพ 18 บรรยายภาพการจัดประชุมอภิปรายกลุ่ม (focus group discussion)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรี

ผลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

การวิจัยในส่วนนี้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรุนบุรีใช้กรณีศึกษาในการวิจัยเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่มคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ขนมอบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร กรณีศึกษาเดียวกับการศึกษาในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากการศึกษาวิจัยการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 กลุ่มคือ กลุ่มขนมอบดินและกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร และในการวิจัยนี้การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์มีขอบเขตของการวิจัยโดยกำหนด **การออกแบบผลิตภัณฑ์** หมายถึง การออกแบบภาพลักษณ์(image) ของผลิตภัณฑ์ต่างๆของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการส่งข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ ผ่านรูปแบบการออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ รูปแบบทัศนศิลป์ที่สนับสนุนการรับรู้การตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งของวิสาหกิจชุมชน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ 1.การวางแผน(plan) 2.การปฏิบัติการและการสังเกตผล(act and observe) 3.สะท้อนความคิด(reflect) มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

**1.การวางแผน(plan)** มีการวางแผนกระบวนการในการวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ดังนี้

**ด้านองค์ความรู้** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สืบทอดกันมา ส่วนกลุ่มผู้วิจัยมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นให้มีจุดเด่น ดังนั้นจึงมีการบูรณาการองค์ความรู้ทั้งสองส่วนเข้าด้วยกัน โดยมีการวางแผนขั้นตอนการพัฒนาองค์ความรู้ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อศึกษาความเป็นมาและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าของผลิตภัณฑ์ ถอดองค์ความรู้ร่วมกันระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์และผู้วิจัยเพื่อพัฒนาสู่แนวทางการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

**ด้านกิจกรรมการเรียนรู้** คณะผู้วิจัยวางแผนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดยวิเคราะห์จากความต้องการและพื้นฐานความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยประชุมร่วมกันกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยวางแผนจัดอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้าน

**ด้านฐานการเรียนรู้** คณะผู้วิจัยได้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศึกษาฐาน โครงการสวน พระองค์สวนจิตรลดา ซึ่งมีผลงานผลิตภัณฑ์ของโครงการพระราชดำริ รวมทั้งศึกษาผลงานการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆของโครงการ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้ในการ พัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้วย และการเรียนรู้ เพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศิลป์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ซึ่งได้เข้าร่วมให้ความรู้แก่กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาด้วย

## **2.การปฏิบัติการและสังเกตผล(act and observe)**

### **2.1 การปฏิบัติการ(act)**

ในการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับชุมชนโดยจัดโครงการ กิจกรรมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับวิสาหกิจชุมชน ตามที่กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนได้ร่วมวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้และมีความต้องการในการพัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่สวยงาม โดดเด่น จึงได้จัดโครงการกิจกรรมพัฒนา ดังต่อไปนี้

#### **2.1.1 จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบ**

**ผลิตภัณฑ์**เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้าใจและเกิดกระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ โดยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 3 สิงหาคม 2558 เวลา 09.00 – 17.00 น ที่ ห้องคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยมีวิทยากร คือ ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์ อาจารย์สาขานิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ซึ่งอยู่ใน คณะผู้วิจัยนี้ด้วย ได้ให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการเบื้องต้น โดยนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง สองกลุ่มมาวิเคราะห์และพัฒนาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ร่วมกัน โดยวิทยากรได้ให้แนวคิดทฤษฎีใน การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการประกอบด้วย ผู้ประกอบการของ วิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม จำนวนรวม 11 คน และหลังจากการอบรมให้ความรู้แล้วคณะผู้วิจัยได้ ประชุมวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม ดังภาพบรรยายการ อบรมเชิงปฏิบัติการและการประชุมกลุ่ม ต่อไปนี้



ภาพ 19 บรรยายการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์



ภาพ 20 การประชุมวิเคราะห์ภาพลักษณ์สินค้าและร่วมกันออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าของกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชนชนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาดูไทยลายวิจิตร

### 2.1.2 การพัฒนาารออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

กระบวนการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนชนมบดิน และวิสาหกิจชุมชนปลาดูไทยลายวิจิตร เริ่มกระบวนการด้วยการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในมิติต่างๆ เพื่อร่วมกันแสวงหาจุดเด่น (position) ของสินค้า ในการที่จะนำจุดเด่นมาสู่กระบวนการออกแบบทัศนศิลป์หรือองค์ประกอบพื้นฐานที่จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ อีกทั้งสร้างองค์ความรู้ความเข้าใจเรื่องหลักการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์กับเจ้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นผู้ที่ต้อง ดูแลและสร้างระบบ

ภาพลักษณ์ที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับสินค้าของตนในระยะยาว ผลของการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ มีประเด็นสำคัญดังนี้ 1) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์และทัศนศิลป์อัตลักษณ์สำหรับสินค้า 3) การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ โดยมีผลการพัฒนาดังนี้

1) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ผลิตจะต้องมีความเข้าใจ บทบาทความสำคัญของการสื่อสารภาพลักษณ์ ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ผลิตภัณฑ์เมื่อมีการลงทุนและสื่อสารด้านภาพลักษณ์ออกไป ในกระบวนการเรียนรู้สร้างความเข้าใจในเรื่องนี้ ได้มีการจัดประชุมผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจใน หลักการสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดย อาจารย์ ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์ ผู้วิจัยได้เป็นวิทยากรอธิบายพร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความเห็นในประเด็น ความหมาย ความสำคัญของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกับการตลาดปัจจุบัน องค์ประกอบที่ทำให้ผู้บริโภค จดจำและเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ตราสินค้า (logo) สี (color) ตัวอักษรและการจัดวางอักษร (typeface & typography) ภาพ (visual style) เรื่องราว (product story) ผ่านศาสตร์ศิลป์การสื่อสาร จนกลายเป็นอัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยให้เกิดการจดจำได้ของผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1) ความสำคัญของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกับการตลาด ปัจจุบันสินค้าประเภทหรือชนิดเดียวมีมากมายหลายยี่ห้อ ผู้บริโภคมีอิสระที่จะเลือกซื้อได้มากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ จะต้องสร้างสิ่งที่โดดเด่นและนำเสนอความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของตนเองให้เป็นที่ ประจักษ์แก่ผู้บริโภค การกำหนดเอกลักษณ์ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ต่อกลุ่มเป้าหมายจึงถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่นิยมใช้ มีตัวอย่างสินค้ามากมายที่ประสบความสำเร็จในเรื่องยอดขาย จากการใช้กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จึงมีความจำเป็นต้องสร้างขึ้นและนำเสนอความแตกต่างต่อผู้บริโภค เพราะโดยพื้นฐานของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กล่าวคือ การผลิตผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน มีการใช้ทักษะฝีมือคนเป็นหลัก ไม่ได้พึ่งพาเทคโนโลยีเครื่องจักร ดังนั้น ทำให้สิ่งที่ผลิตโดยฝีมือคน จะมีเอกลักษณ์เฉพาะ บางครั้งแต่ละชิ้นไม่ซ้ำกัน มีความเป็นหัตถกรรมซึ่งมีนัยยะทางคุณค่าสูง ด้วยจุดเด่นดังกล่าว การผลิตผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถยกเอากรรมวิธี การผลิตนี้เป็นจุดเด่น และสิ่งแสดงความแตกต่างเป็นประเด็นในการนำเสนอภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้

เนื่อง การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภค นั้นเกิดจากหลายปัจจัย ซึ่งส่วนหนึ่งนั้นเกิดจากคุณภาพสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการ ราคาที่สามารถจ่ายได้ มีความคุ้มค่า นอกจากนี้ ผู้บริโภคสามารถจดจำ แยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียว จากแต่ละยี่ห้อได้ ซึ่งการสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์จะช่วยให้มีจุดจดจำของผู้บริโภคได้ โดยองค์ประกอบที่ทำให้ ผู้บริโภคจดจำและเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์มีดังนี้

**1.2.1) ตราสินค้า หรือเครื่องหมายการค้า** ไม่เพียงแต่เป็นข้อกำหนดในการจดทะเบียนพาณิชย์เท่านั้น แต่ยังสามารถช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันได้ง่าย จาก ชื่อ รูปลักษณ์และความงาม

**1.2.2) สี** สามารถสร้างความแตกต่าง ความเป็นเอกลักษณ์ได้ง่าย เนื่องจากเป็น องค์ประกอบที่สามารถรับรู้และระลึกถึงได้โดยไม่มีความซับซ้อน เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบ ด้านการมองเห็นอื่นๆ

**1.2.3) ตัวอักษรและการจัดวางอักษร รูปลักษณ์ของอักษร (type style)** ที่มีการใช้อย่างต่อเนื่องในผลิตภัณฑ์หนึ่งๆนั้น เป็นเครื่องช่วยในการจดจำความเป็นผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งควรเป็น อักษร/ตัวพิมพ์ที่มีการออกแบบขึ้นเพื่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยเฉพาะ ซึ่งผู้ประกอบการอาจต้องลงทุนจ้าง นักออกแบบตัวพิมพ์เพื่อสร้างตัวพิมพ์เฉพาะ (custom font) ขึ้นมา โดยนักออกแบบตัวพิมพ์จะมีการ วิเคราะห์ บุคลิกผลิตภัณฑ์ เพื่อกำหนดลักษณะ โทนของตัวพิมพ์ขึ้นเป็นน้ำหนักต่างๆ (weight) ทั้งนี้ใน กระบวนการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร และภาพลักษณ์ที่มองเห็นต่างๆ จะต้องมีการใช้ตัวพิมพ์ดังกล่าว อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภค

**1.2.4) ภาพหรือทัศนศิลป์อัตลักษณ์** องค์ประกอบอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ก็คือภาพ ซึ่งภาพสามารถทำให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีความคมชัดมากขึ้น ระบุความเป็น ตัวตนที่แตกต่าง ชักจูงความรู้สึกนึกคิดผู้รับสาร ไปยังความหมายที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการสื่อสารได้ อย่างตรง ประเด็น การสร้างภาพหรือทัศนศิลป์อัตลักษณ์ สามารถกำหนดแนวทางของภาพได้ดังนี้ เช่น การวาดภาพประกอบผลิตภัณฑ์ ลวดลายกราฟิก ภาพพื้น (pattern) เป็นต้น โดยเนื้อหาหรือรูปแบบ (style) จะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารลักษณะ (manner) ของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

**1.2.5) เรื่องราว ผลิตภัณฑ์** วิสาหกิจชุมชนต่างๆ มักจะมีเรื่องราวการกำเนิด พัฒนาการ

ของตนเอง รวมทั้ง การใช้วัตถุดิบ ความรู้ ทักษะ ภูมิปัญญาที่มีการสั่งสมจากบุคคลในการออกแบบ การผลิตผลิตภัณฑ์นั้นๆ การให้เรื่องราวของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคช่วยให้ผู้บริโภคจำผลิตภัณฑ์

## 2) การพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์และทัศนศิลป์อัตลักษณ์สำหรับสินค้า

การพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์และทัศนศิลป์อัตลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดีน และผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ได้มีการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบและการพัฒนาขึ้นร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและเจ้าของผลิตภัณฑ์ โดยได้ร่วมกันวิเคราะห์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อแสวงหาจุดเด่น สร้างความแตกต่าง โดยผลการพัฒนาการออกแบบแต่ละผลิตภัณฑ์มีดังนี้

### 2.1) ตราสัญลักษณ์และทัศนศิลป์อัตลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนชนมบดีน

**2.1.1) ตราสัญลักษณ์** การออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดีน เกิดจากการทำงานร่วมกันในการวิเคราะห์คุณลักษณะ รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชนมบดีน ซึ่งเป็นขนมเค้กพื้นบ้านที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อีกทั้งผู้ผลิตมีลักษณะความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ คือเป็นชาวมุสลิม การใช้รูปหรือสัญลักษณ์ที่แสดงกลุ่มชาติพันธุ์หรือทางศาสนาจึงเป็นทางเลือกที่ได้รับการกำหนดขึ้นร่วมกัน ดังนั้น จากรูปร่างผลิตภัณฑ์ขนมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ผู้ผลิตมีความเป็นลักษณะเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งผู้ผลิตและผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบก็เห็นพ้องกันว่า เอกลักษณ์ดังกล่าวนี้สามารถนำมากำหนดเป็นตราสัญลักษณ์ได้ โดยใช้กระบวนการลดทอน ปรับรูปแบบรายละเอียดให้มีความเรียบง่าย เมื่อเป็นรูปตราสัญลักษณ์แล้วสามารถนำไปใช้งานได้ง่าย หลากหลายวัตถุประสงค์ ทั้งการขยาย การพิมพ์ การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น รูปร่างตราสัญลักษณ์ มีโครงสร้างกรอบรอบนอกเป็นรูปโดมของมัสยิด มีสัญลักษณ์ทางศาสนาอิสลามเป็นรูปดาว เดือน และรูปลักษณ์ของขนมเค้กพื้นบ้าน ซึ่งโครงสร้างและเอกลักษณ์ดังกล่าว เมื่อพัฒนาเป็นรูปกราฟิกแล้ว มีการลดทอนองค์ประกอบที่ซับซ้อน มีรายละเอียดขยับลงตามหลักการออกแบบตราสัญลักษณ์ ผลการออกแบบตามภาพประกอบต่อไปนี้





**ภาพ 21** แสดงแบบตราสัญลักษณ์สีและขาวดำ ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบดิน  
จากการออกแบบร่วมกันระหว่างผู้วิจัย ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์และผู้ประกอบการ

ตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบแล้วได้รับความเห็นชอบจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ และ ผู้เชี่ยวชาญแล้วมีความสอดคล้องกับบุคลิกสินค้า มีเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ขนมเค้กพื้นบ้านอื่นๆ อีกหลายยี่ห้อ โครงสร้างลวดลายเรียบง่าย อักษรประดิษฐ์มีความเรียบง่ายเป็นกันเอง สบาย สอดคล้องกับลักษณะความเป็นขนม ที่ใช้บริโภคเพื่อเป็นอาหารว่าง หรือการผ่อนคลาย

### 2.1.2 )ทัศนศิลป์อัตลักษณ์

ทัศนศิลป์อัตลักษณ์ สำหรับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบดิน ประกอบด้วยลวดลายที่พัฒนาขึ้นจากองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ โดยใช้วิธีการตัดทอนรายละเอียดเพื่อให้สามารถนำมาใช้งานได้ง่าย ดังนี้

(1) สีอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ขนมบดิน ใช้สีอัตลักษณ์ ประกอบด้วย สีเหลืองส้ม สีส้มตาล ซึ่งสีทั้งสองนั้นเป็นสีที่สะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นขนมเค้ก



พื้นบ้าน อีกทั้งเป็นสีที่ทำให้อาหารชนิดต่างๆ น่ารับประทาน ดังภาพต่อไปนี้

**ภาพ 22** แสดงแบบสีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบดิน

(2) ภาพ ภาพอัตลักษณ์จะช่วยให้เกิดมโนทัศน์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

ชนมบดินที่มีความชัดเจนมากขึ้น ภาพอัตลักษณ์เหล่านี้กำหนดขึ้นเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ สื่อสาร  
ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ดังภาพต่อไปนี้



**ภาพ 23** แสดงแบบภาพอัตลักษณ์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์  
วิสาหกิจชุมชนชนมบดิน ชุดที่ 1



**ภาพ 24** แสดงแบบภาพอัตลักษณ์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

## วิสาห์กิจกรรมชนนมนดิน ชุดที่ 2

### 2.2) ตรายัญลักษณ์และทัศนศิลป์อัครลักษณ์สำหรับผลิถันท์กลุ่มวิสาห์กิจกรรมชนปลาตะเพียน ฉลุไทยลายวิจิตร

#### 2.2.1) ตรายัญลักษณ์

การพัฒนาการออกแบบตรายัญลักษณ์ผลิถันท์กลุ่มวิสาห์กิจกรรมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร เกิดจากการร่วมกันสร้างกระบวนการเรียนรู้โดยวิเคราะห์คุณลักษณะ รัปลักษณ์ของผลิถันท์ปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร โดยรูปร่างผลิถันท์มีความเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถนำมากำหนดเป็นตรายัญลักษณ์ได้ โดยใช้กระบวนการลดทอน ปรับรูปแบบรายละเอียดให้มีความเรียบง่ายเมื่อเป็นรูปตรายัญลักษณ์แล้วสามารถนำไปใช้งานได้ง่าย หลากหลายวัตถุประสงค์ และผู้ผลิตปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ใช้คำว่า “ชฎานาง” เป็นตรายัญลักษณ์ประกอบกับปลาตะเพียน

รูปร่างผลิถันท์จริง มีโครงสร้างส่วนลำตัว (ปลา) เป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน เป็นเส้นถักสาน ครีบนและหางมีการฉลุฉลุลายวิจิตร ซึ่งโครงสร้างและเอกลักษณ์ดังกล่าว เมื่อพัฒนาเป็นรูปกราฟิกแล้ว มีการลดทอนองค์ประกอบที่ซับซ้อนรายละเอียดขยับย่อยลงตามหลักการออกแบบตรา



สัญลักษณ์ ดังภาพต่อไปนี้

ภาพ 25 แสดงแบบตรายัญลักษณ์สี่-ขาวดำ ตรายัญลักษณ์ผลิถันท์วิสาห์กิจกรรมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์ ออกแบบร่วมกับผู้ประกอบการ

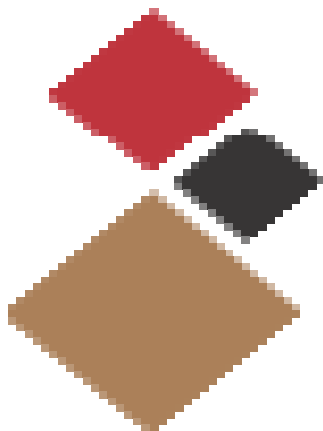
ตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาและออกแบบขึ้น เกิดจากการประชุมและออกแบบร่วมกันได้รับความเห็นชอบจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญได้ลงความเห็นว่าคุณลักษณะของตราสัญลักษณ์มีความสอดคล้องกับลักษณะสินค้า ประกอบด้วยความงาม ความหมาย และเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ปลาตะเพียนสายรายอื่นๆ อีกหลายยี่ห้อ โครงสร้างลวดลายวิจิตร อักษรประดิษฐ์มีความอ่อนช้อยเป็นไปตามการกำหนดบุคลิกลักษณะไทยประเพณี

### 2.2.2) ทศนศิลป์อัตลักษณ์

ทศนศิลป์อัตลักษณ์ สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตร ประกอบด้วยภาพของวัตถุศิลป์ที่ใช้ในการผลิตปลาตะเพียนสายลาย โดยใช้วิธีการตัดทอนรายละเอียดเพื่อให้สามารถนำมาใช้งานได้ง่าย ดังนี้

(1) สัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตร ใช้สัญลักษณ์

ประกอบด้วย สีแดงชาด สีรัก และสีทอง ซึ่งสีทั้งสามนั้นเป็นสีที่สะท้อนเอกลักษณ์ไทย สามารถพบได้  
ในงานศิลปะไทยแบบดั้งเดิม ดังภาพตัวอย่างต่อไปนี้



**ภาพ 26** แสดงแบบสีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตร  
โดย ดร. วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์

**ภาพ 27** แสดงแบบภาพอัตลักษณ์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์



ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนลุ่มไทยลายวิจิตร โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์  
ออกแบบร่วมกับผู้ประกอบการ

(2) ภาพ ภาพอัตลักษณ์จะช่วยให้เกิดมโนทัศน์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่มีความ

ชัดเจนมากขึ้น ภาพอัตลักษณ์เพื่อใช้ประกอบการออกแบบสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน  
 ปลายะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ออกแบบและพัฒนาขึ้นจากภาพที่เป็นวัตถุดิบ หรือบรรยากาศที่เกี่ยวข้อง  
 กับผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องมือจักสาร ใบจาก กระไกร เป็นต้น ดังภาพ

ภาพ 28 แสดงแบบภาพอัตลักษณ์เมื่อใช้ร่วมกับกราฟิกตราสัญลักษณ์ ปลายะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร



โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์

### 3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

กระบวนการเรียนรู้ในการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้อาศัยบรรจุภัณฑ์เป็นหนึ่งในเครื่องมือ  
 สื่อสารภาพลักษณ์ที่สำคัญ และมีพลังในแง่การชูภาพลักษณ์รวมทั้งให้เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ได้เป็น  
 อย่างดี ในการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ได้ผลการออกแบบ  
 และพัฒนาภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์ดังนี้

#### 3.1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบดิน

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบดิน เป็นผลิตภัณฑ์ขนมแบบผลิตด้วยแรงงานคนแบบ  
 คราวเรือน ดังนั้นต้นทุนและปริมาณการผลิตจึงไม่มากนัก ทำให้ประเด็นดังกล่าวเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการ  
 ผลิตบรรจุภัณฑ์ ซึ่งไม่สามารถลงทุนผลิตบรรจุภัณฑ์ได้ทุกระบวนการ กล่าวคือ ไม่สามารถผลิต  
 โครงสร้างหีบห่อ ขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ได้ เนื่องจากจะต้องผลิตทีละมากๆ อีกทั้งจะต้องใช้เงินลงทุน

ทำแม่พิมพ์สูง จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องใช้บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีขายอยู่ทั่วไป ดังนั้น สิ่งที่กระบวนการวิจัยนี้สามารถร่วมพัฒนาภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ได้คือการออกแบบกราฟิกภายนอกบรรจุภัณฑ์ได้เท่านั้น ซึ่งผลการพัฒนาการออกแบบดังตัวอย่างภาพแสดงแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบ้านบดิน



ภาพ 29 แสดงแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบ้านบดิน  
โดย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์

### 3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุยลายวิจิตร

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุยลายวิจิตร ผู้ผลิตต้องการที่จะใช้ถุงบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปทำให้เป็นเงื่อนไขหนึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น สิ่งที่กระบวนการวิจัยนี้สามารถร่วมพัฒนาภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ได้คือการออกแบบกราฟิกภายนอกบรรจุภัณฑ์ได้เท่านั้น ซึ่งผลการออกแบบดังนี้





ภาพ 30 แสดงแบบภาพอัตลักษณ์เมื่อนำไปใช้ร่วมกับสื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร  
โดย ดร. วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์

  
 เครือข่ายงานวิจัย  
**ชฎานาง**  
 THE CARP WEAVE  
 ปลายะเหียนสาหนจุลลายุ

A carp of palm leaves with faith to weave carp Palm is the oldest profession that continually since, Father's more than 400 years. Thailand and intimate familiarity with the carp for a long time and intently believed that fish. Carp is a symbol of fertility. Because of the mature fish are delicious eaten the rice grains fall with harvest enough. Better known as the "Newlywed" With faith in the matter. It is used in dry leaf cut weave together a scale model of carp. Then tie a small bunch Hanging over the crib of the baby to see children playing. And is considered auspicious for children. Owing the children have grown wedding as plentiful as the fish in the rice grains fall, some have believed that. Carp is prosperity Make money God some say that if you hang carp home in front of the house to make a home and Prosperous made trade Additionally, the carp also has connotations that imply about perseverance as well.

**ปลายะเหียน**โบราณถือเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นอีกอย่างหนึ่งของ ชฎานาง 400 ปี ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่า โดยเชื่อกันว่าผู้ที่ได้มีชฎานางคู่บ้านคู่เมือง จะมีความสุขและเจริญรุ่งเรืองไปชั่วลูกหลาน ชฎานาง (ซึ่งโบราณใช้ทำผ้าไหมในเขต สหะราชูท) มีความเป็นมงคล อีกทั้งยังถูกใช้ในงานพิธีมงคลอันใหญ่ เป็นวันสำคัญและขึ้นวันใหม่ ไม่ถือเป็นงานมงคล

<b>วิสัย</b> ปลายะเหียนสาหนจุลลายุชฎานางโบราณ ได้สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่า โดยเชื่อกันว่าผู้ที่ได้มีชฎานางคู่บ้านคู่เมือง จะมีความสุขและเจริญรุ่งเรืองไปชั่วลูกหลาน	<b>ความสำคัญ</b> ปลายะเหียนสาหนจุลลายุชฎานางโบราณ มีความเป็นมงคลและความเชื่ออันดีงาม ซึ่งมีความสำคัญต่อชีวิต
---	---

ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม : ปลายะเหียนสาหนจุลลายุชฎานางโบราณ  
 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม  
 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม  
 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม

  
 เครือข่ายงานวิจัย  
**ชฎานาง**  
 THE CARP WEAVE  
 ปลายะเหียนสาหนจุลลายุ

A carp of palm leaves with faith to weave carp Palm is the oldest profession that continually since, Father's more than 400 years. Thailand and intimate familiarity with the carp for a long time and intently believed that fish. Carp is a symbol of fertility. Because of the mature fish are delicious eaten the rice grains fall with harvest enough. Better known as the "Newlywed" With faith in the matter. It is used in dry leaf cut weave together a scale model of carp. Then tie a small bunch Hanging over the crib of the baby to see children playing. And is considered auspicious for children. Owing the children have grown wedding as plentiful as the fish in the rice grains fall, some have believed that. Carp is prosperity Make money God some say that if you hang carp home in front of the house to make a home and Prosperous made trade Additionally, the carp also has connotations that imply about perseverance as well.

**ปลายะเหียน**โบราณถือเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นอีกอย่างหนึ่งของ ชฎานาง 400 ปี ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่า โดยเชื่อกันว่าผู้ที่ได้มีชฎานางคู่บ้านคู่เมือง จะมีความสุขและเจริญรุ่งเรืองไปชั่วลูกหลาน ชฎานาง (ซึ่งโบราณใช้ทำผ้าไหมในเขต สหะราชูท) มีความเป็นมงคล อีกทั้งยังถูกใช้ในงานพิธีมงคลอันใหญ่ เป็นวันสำคัญและขึ้นวันใหม่ ไม่ถือเป็นงานมงคล

<b>วิสัย</b> ปลายะเหียนสาหนจุลลายุชฎานางโบราณ ได้สืบทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่า โดยเชื่อกันว่าผู้ที่ได้มีชฎานางคู่บ้านคู่เมือง จะมีความสุขและเจริญรุ่งเรืองไปชั่วลูกหลาน	<b>ความสำคัญ</b> ปลายะเหียนสาหนจุลลายุชฎานางโบราณ มีความเป็นมงคลและความเชื่ออันดีงาม ซึ่งมีความสำคัญต่อชีวิต
---	---

ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม : ปลายะเหียนสาหนจุลลายุชฎานางโบราณ  
 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม  
 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม  
 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม 100% ขนสัตว์ไหม

ภาพ 31 แสดงแบบปกฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน  
ปลายะเหียนสาหนจุลลายุ สำหรับขนาดบรรจุที่ 1 โดย ดร. วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์





ภาพ 32 แสดงแบบฉลากบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ปลาตะเพียนหลากสีไทยลายวิจิตร สำหรับขนาดบรรจุที่ 2 โดย ดร. วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์

## 2.2 การสังเกตผล(observe)

ผู้วิจัยได้สังเกต ติดตาม และประเมินผลลัพธ์จากการพัฒนากระบวนการ เรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ ในกระบวนการวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม สรุปการสังเกตผลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้ผลผลิตการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาร่วมกันระหว่างผู้วิจัย ดร.วิสิทธิ์ โพธิ์วัฒน์ และคณะ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สังเกต ติดตาม ประเมินผลการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ประกอบการได้นำไปใช้จริง ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ และนำไปวางขาย จัดแสดงสินค้าในงานต่างๆ สรุปผลการพัฒนาได้ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน ได้นำตราสัญลักษณ์สินค้า และการออกแบบ ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา ไปจัดทำในรูปของกล่องบรรจุขนมบดินขนาดต่างๆ และติดตราสัญลักษณ์สินค้า ซึ่งมีคณะผู้วิจัยได้แนะนำและช่วยเหลือในการจัดทำจนได้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ นำชิ้นงานไปวางขายที่หน้าร้าน และผู้วิจัยได้ช่วยเหลือด้านการตลาดโดยช่วยติดต่อร้านมินิมาร์ทรับสินค้าไปวางขายให้ส่วนหนึ่งด้วย และการรับออเดอร์ในการสั่งขนมสำหรับอาหารว่างและเครื่องดื่มในการอบรมของหน่วยงานต่างๆด้วย ทำให้มียอดขายมากขึ้น ดังที่ตัวแทนผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า

“มีลูกค้าชมว่าออกแบบกล่องได้สวยงาม คู่มือ เป็นแบบขนมโบราณที่หาทานได้ยาก คนเห็นก็บอกต่อทำให้อยากลองซื้อไปรับประทานดู แล้วราคาที่ยากก็ไม่แพง นำรูปไปลงในเฟซบุ๊ก คนก็สนใจเข้ามาดูแล้วก็สั่งของเยอะขึ้นค่ะ”

(นางสาวสุพัตรา หมัดมันใจ, ทายาทกลุ่มขนมบดิน, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

ขนมบดินในกล่องบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาและนำออกวางจำหน่าย ดังภาพต่อไปนี



ภาพ 33 ขนมบดินในกล่องบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ออกแบบจากกระบวนการวิจัยนี้



ภาพ 34 ขนบดินในกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนางานจำหน่าย

กลุ่มปลาคะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ได้ผลผลิตการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาร่วมกันระหว่างผู้วิจัย ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์ และคณะ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สังเกต ติดตาม ประเมินผลการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ประกอบการได้นำไปใช้จริง ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ และนำไปวางขาย จัดแสดงสินค้าในงานต่างๆ สรุปผลการพัฒนาได้ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาคะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ได้นำตราสัญลักษณ์สินค้า และการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา ไปจัดทำในรูปของการบรรจุปลาคะเพียนสานขนาดต่างๆ และติดตราสัญลักษณ์สินค้า ซึ่งมีคณะผู้วิจัยได้แนะนำและช่วยเหลือในการจัดทำจนได้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีเอกลักษณ์ นำชิ้นงานไปวางแสดงในงานต่างๆ ทั้งที่จัดโดยสถาบันต่างๆและที่ได้รับเชิญไปสาธิตการสานปลาคะเพียน พบว่ามีคนสนใจและชื่นชอบในการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ความ

เป็นไทย สื่อสารเรื่องราวรายละเอียดเรื่องราวของปลาคะเพียนสานทำให้มียอดขายมากขึ้น ดังที่ตัวแทนผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า

“นำไปแสดงที่งานหัตถกรรมที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีลูกค้าสนใจ ถ่ายรูปและสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น และมีชาวต่างชาติสนใจซื้อสินค้าเป็นของที่ระลึก ยอดขายก็ได้มากขึ้นกว่าการวางขายแบบเดิมที่ไม่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์”

(นางณัฐธรา แดงสีพล,สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2559)

ผลิตภัณฑ์ปลาคะเพียนสานในบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นจากกระบวนการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และการนำไปจำหน่ายและจัดแสดงในงานแสดงสินค้าต่างๆ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 35 ปลาคะเพียนในบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ออกแบบจากกระบวนการวิจัยนี้



ภาพ 36    ภาชนะเพียนสานในบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้าที่ได้จากการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์    และนำไปจำหน่ายและจัดแสดงในงานต่างๆ

### 3. สะท้อนความคิดเพื่อการพัฒนา (reflect)

หลังจากที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้แบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้จัดประชุมสนทนากลุ่ม(focus group discussion)ขึ้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2558 เวลา 13.00 น.-16.30 น. ณ ห้องประชุมคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยเชิญกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะผู้วิจัย เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวนรวม 12 คน ได้ร่วมกัน สะท้อนความคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สรุปบทเรียนปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรอนบุรีตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และข้อเสนอแนะทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชน ให้มีการพัฒนาต่อไป โดยสามารถสรุปผลการสะท้อนความคิดจากการสนทนากลุ่ม ตามประเด็นคำถามในเรื่องการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ในการสนทนา สรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยอะไรบ้าง

3.1.1 ปัจจัยที่ส่งเสริมสนับสนุนในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปจากการสะท้อนความคิดได้ดังนี้

(1) การดำเนินการพัฒนาการออกแบบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โดยทีมนักวิจัยที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้โดยจัดอบรมและลงพื้นที่วิจัย ได้ช่วยส่งเสริมพัฒนา ให้คำแนะนำช่วยเหลือในด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ของสินค้า ทำให้สมาชิกของกลุ่มได้รับความรู้ และนำไปพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและคงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ถือเป็นปัจจัยที่ช่วยหนุนเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาในด้านนี้มากขึ้น

(2) การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีโอกาสดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ร่วมกัน ได้แก่ การศึกษาดูงานโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา มีส่วนในการเป็นปัจจัยส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีมุมมองในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถนำมาเป็นต้นแบบในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความสวยงาม และโดดเด่นยิ่งขึ้น



3.1.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปจากการสะท้อนความคิดได้ดังนี้

(1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ ต้องใช้เงินลงทุนมากขึ้น ต้นทุนของสินค้าจะเพิ่มขึ้น และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ขาดเงินทุนและอุปกรณ์ในการออกแบบ เช่น คอมพิวเตอร์ในการออกแบบกราฟฟิค เป็นต้น

(2) การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่บูรณาการกับองค์ความรู้ภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าของคนรุ่นเก่า ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงมีความต้องการคนรุ่นใหม่สืบทอดกิจการ และพัฒนาต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆให้พัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน

3.2 ข้อเสนอแนะทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรมีแนวทางการพัฒนาต่อไปอย่างไร สามารถสรุปจากการอภิปรายสะท้อนความคิดจากการประชุมได้ดังนี้

(1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ต้องการพัฒนาเพิ่มขึ้น ในการนำสินค้าไปจัดลิสทรี ซึ่งจากผลการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยนี้ทำให้ได้ตราสัญลักษณ์สินค้าที่สามารถนำไปจัดลิสทรีได้ แต่กระบวนการมีความยุ่งยาก จึงต้องการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้

(2) ต้องการรับการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยมีสถาบันการศึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญในด้านนี้ คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือเป็นพี่เลี้ยงในการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงในด้านอื่นๆอย่างต่อเนื่อง

**โดยสรุป** การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ ในการออกแบบภาพลักษณ์สินค้า ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ เป็นไปตามขั้นตอนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีการวางแผนปฏิบัติการร่วมกันโดยวิเคราะห์ตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา การลงปฏิบัติ โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ การประชุมกลุ่มเพื่อพัฒนางานการออกแบบร่วมกัน และการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ การนำผลการพัฒนาออกมาเป็นชิ้นงาน การสังเกตผล โดยติดตามผลงานการออกแบบที่นำไปสู่การบรรจุสินค้าในบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น การติดตามสัญลักษณ์สินค้า และการวางจำหน่าย จัดแสดงสินค้าในงานต่างๆ ขั้นตอนสุดท้ายการสะท้อนความคิดเพื่อการพัฒนา โดยมีปัจจัยส่งเสริมจากการส่งเสริมของคณะวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญสูงและการเรียนรู้จากการศึกษาดูงานได้มีมุมมองที่นำไปสู่การพัฒนา ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรค จากต้นทุนการ

ออกแบบที่สูง และการบูรณาการองค์ความรู้จากคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอด แนวทางการส่งเสริม ต้องการนำตราสัญลักษณ์สินค้าที่ได้จากการออกแบบไปจดลิขสิทธิ์ และต้องการรับการพัฒนาต่อไปอย่างต่อเนื่อง



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี 2) เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3) เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) ที่ผสมผสานการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research) กับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) รวมทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative Research) เข้าด้วยกัน โดยกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนจตุไทยลายวิจิตร ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้นำกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม จำนวนรวม 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม แบบสอบถามความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

#### สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี โดยศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา 2 กลุ่ม ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.1 ผลการศึกษาสภาพการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี

### 1) ความเป็นมาและวิธีการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน ตั้งอยู่ที่ชุมชนมัสยิดสวนพลู ช.เทอดไท 9ถนนเทอดไท แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยมีนางยุพิน น้อยปลา เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิก 7 คน โดย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน อนุรักษ์ขนมบดินให้เป็นขนมของชาวชุมชนมัสยิดสวนพลู มุ่งให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ด้านคุณค่าความเชื่อ ขนมบดินเป็นขนมมงคลที่ใช้ในพิธีการต่างๆของศาสนาอิสลาม ด้านเครือข่ายทางสังคม การร่วมกับองค์กรต่างๆ ในการออกแสดงสินค้า การร่วมมือกับผู้คนในชุมชนมัสยิดสวนพลูในการร่วมผลิตสินค้า และความร่วมมือกับชุมชนใกล้เคียงในการร่วมพัฒนาสินค้า การกระจายสินค้า วิสาหกิจชุมชนขนมบดินเป็นเศรษฐกิจชุมชนที่ดำเนินตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การรวมกลุ่มของชุมชนมุสลิมมัสยิดสวนพลูตามความเชื่อทางศาสนา ทำให้เกิดความเข้มแข็ง อันเนื่องมาจากมีภูมิหลังทางวัฒนธรรม ศาสนาและประเพณีเดียวกัน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนจตุไทยลายวิจิตร ตั้งอยู่ ชุมชนปากคลองบางสะแก เลขที่ 1415 แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10600 ได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 รหัสทะเบียน 1-10-15-05/1-0001 เมื่อวันที่ 4 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2549 ประธานกลุ่ม คือ คุณฉัตร แดงสีผล ด้านคุณค่าความเชื่อ ปลาตะเพียนเป็นสัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์ จึงมีผู้นิยมนำไปทานแห่มาสานเป็นปลาตะเพียนจำลองแขวนไว้เหนือเปลนอนของเด็กอ่อนเพื่อให้เด็กดูเล่นและถือเป็นสิ่งมงคลสำหรับชีวิตเด็ก ด้านเครือข่ายทางสังคม มีเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ผลิตปลาตะเพียนที่อยู่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาหลายกลุ่มและเครือข่ายความร่วมมือในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตธนบุรีและพื้นที่ใกล้เคียง การดำเนินการตามปรัชญาเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียน ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตเรียบง่าย ไม่มีหนี้สิน มีรายได้จากการทำงานของบุคคลในครอบครัว การทำปลาตะเพียนเป็นอาชีพเสริมตามความชอบ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดมา ต้องการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมไทยให้สืบทอดต่อไป และใช้ชีวิตตามวิถีความพอเพียง และดำรงชีวิตอยู่ในคุณธรรม

2) สภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการศึกษาสภาพการบริหารจัดการ 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบุคลากร มีข้อสรุปได้ดังนี้

2.1) ด้านการผลิต ลักษณะผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน มีเทคนิคและสูตรเคล็ดลับการผลิตเฉพาะที่เป็น

**2.2) ด้านการเงิน** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ป็นกรณีศึกษาทั้งสองกลุ่ม ขาดการวางแผนการเงิน การวิเคราะห์ต้นทุน การควบคุมเกี่ยวกับการเงิน และระบบบัญชี กลุ่มดำเนินการอย่างไม่เป็นทางการและไม่เป็นระบบ ผู้นำกลุ่มจะเป็นเจ้าของเงินทุน และจัดการด้านการเงินของกลุ่ม

**2.3) ด้านการตลาด** การตั้งราคาขาย จะตั้งจากต้นทุนบวกกำไรไม่มากนัก การจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าขนมอบดินลูก้าสามารถซื้อสินค้าได้จากหน้าร้านทั้งขายปลีกและขายส่ง และตลาดบริเวณชุมชนใกล้เคียง ผลิตภัณฑ์ขนมอบดินและปลาตะเพียนฉลุยหลายวิถีจร มีขายในงานจัดแสดงสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าที่จัดโดยสำนักงานเขตธนบุรี การส่งเสริมการตลาด การแจกใบปลิว และให้นามบัตรสำหรับผู้สนใจสินค้า การประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง เว็บไซต์ และเคยมีทีวีมาทำรายการ ของดีเขตธนบุรี ช่องทางการจำหน่าย จากการออกบูธงานต่างๆ

**2.4) ด้านบุคลากร** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมอบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุยหลายวิถีจร มีสมาชิกที่ร่วมดำเนินการน้อยลง แต่ทั้งสองกลุ่มได้ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานเพื่อเป็นทายาททางธุรกิจสืบทอดกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

**3) สภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน** ผลิตภัณฑ์ขนมอบดิน ไม่ได้มีการออกแบบภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่สวยงามและที่สื่อถึงขนมโบราณที่เป็นของชาวมุสลิม การบรรจุขนมใส่กล่องพลาสติกใส ขนาดต่างๆรวมทั้งกล่องกระดาษ ไม่มีตราสัญลักษณ์ ทำให้ลักษณะของขนม ยังไม่มีความโดดเด่นและไม่มีเอกลักษณ์ของสินค้า เช่นเดียวกับ ผลิตภัณฑ์ปลาตะเพียนฉลุยหลายวิถีจร ที่ตัวผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม แต่ขาดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สื่อสารเรื่องราวของปลาตะเพียน และยังไม่มีความโดดเด่นสินค้า การขายบรรจุใส่ถุงพลาสติกใสธรรมดา

### 1.2 ปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนขนมอบดินและวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุยหลายวิถีจร ผลการศึกษามีปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการ ดังนี้ 1) ขั้นตอนการผลิตสินค้า ต้องใส่ใจทุกขั้นตอนอย่างละเอียด มีความปราณีต ต้องใช้ฝีมือและทักษะเฉพาะจึงหาคนที่จะมาผลิตสินค้าค่อนข้างยาก 2) บุคคลภายนอกยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมากนัก 3) ขาดสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า 4) ขาดช่องทางการตลาดใหม่ๆและ ช่องทางการวางขายสินค้าในโอกาสต่างๆ 5) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจไม่มีเอกลักษณ์ 6) ปัญหาเศรษฐกิจโดยภาพรวมไม่ค่อยดี ทำให้ผู้คนซื้อสินค้าน้อยลง 7) การสนับสนุนจากภาครัฐยังมีน้อยและขาดความต่อเนื่อง 8) สถานที่ตั้งของกลุ่ม ไม่เอื้ออำนวย

## 2. ผลการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตรนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้ดำเนินการตามขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ 1.ขั้นการวางแผน(plan) 2.ขั้นการปฏิบัติการและสังเกตผล(act and observe) 3. ขั้นสะท้อนความคิด(reflect)ในการบริหารจัดการ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากร สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### 2. 1. ขั้นการวางแผน (plan)

#### 2.1.1 วิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก่อนการเข้าร่วมโครงการวิจัย

**ด้านองค์ความรู้** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรมีองค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตผลิตภัณฑ์โดยการสืบทอด ทั้งสองกลุ่มยังขาดองค์ความรู้ ด้านการเงินและ ด้านการตลาดที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ด้านบุคลากรมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกในครอบครัวและในกลุ่ม

**ด้านกิจกรรมการเรียนรู้** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรมีกิจกรรมการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทั้งด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบุคลากร ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่ม ระหว่างกลุ่มและในการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ

**ด้านฐานการเรียนรู้** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรมีฐานการเรียนรู้ภายในจากในชุมชน โดยการศึกษาเรียนรู้ในบ้านของกลุ่มผู้ผลิต ส่วนฐานการเรียนรู้ภายนอกจากการส่งเสริมของสำนักงานเขตและหน่วยงานต่างๆ

#### 2.1.2 การวางแผนพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาที่เข้าร่วมโครงการวิจัย

มีการประชุมวางแผนร่วมกันระหว่างทีมผู้วิจัยและกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการเพิ่มเติมจากระบบการเรียนรู้เดิมที่มี โดยให้กลุ่ม

(1) ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมโดยการศึกษาดูงานการดำเนินงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อนำมาประยุกต์ในการพัฒนาการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และมีความยั่งยืน

(2) การเรียนรู้และฝึกปฏิบัติการเพื่อพัฒนาระบบการเงิน การบัญชี ให้มีประสิทธิภาพ โดยสามารถใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้โดยตรง และความรู้เกี่ยวกับภาษี เพื่อรองรับการที่จะต้องมีการจ่ายภาษีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

(3) การเรียนรู้การจัดการด้านการตลาดสมัยใหม่โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(4) การบริหารงานบุคคลโดยการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มเพื่อเป็นทรัพยากรบุคคลรุ่นใหม่ที่สามารถการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนต่อไป

## 2.2 การปฏิบัติการและสังเกตผล(act and observe)

### 2.2.1 การปฏิบัติการ

คณะผู้วิจัยได้ลงมือปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยจัดโครงการกิจกรรมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีการลงมือปฏิบัติการและสังเกตผลในโครงการกิจกรรม ที่จัดขึ้น สรุปดังต่อไปนี้

(1) การศึกษาดูงานโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา คณะผู้วิจัยได้จัดทำโครงการศึกษาดูงานโครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดาขึ้น ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2558 ตามที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเสนอ ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมโดยการศึกษาดูงานการดำเนินงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นต้นแบบนำมาประยุกต์ในการพัฒนาการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และมีความยั่งยืน โดยมีผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดินและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนอุไทยลาวิจิตร จำนวน 9 คน เข้าร่วมโครงการ คณะวิทยากรของโครงการสวนพระองค์ได้ให้ความรู้แก่คณะศึกษาดูงานและนำชม จากการดำเนินงานโครงการดังกล่าวพบว่า คณะผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับความรู้ในการดำเนินการธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในฐานะการเรียนรู้ ของโครงการ เช่น แปลงนา การเลี้ยงโคนม โรงผลิตนมจิตรลดา การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การทำน้ำผลไม้กระป๋อง การทำขนมเบเกอรี่ จากการที่มีฟาร์มโคนม การผลิตนมผง และครีมเทียม นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการทำขนมเบเกอรี่สูตรต่างๆ การผลิตสิ่งของจากกระดาษสา การออกแบบลวดลาย โรงหล่อเทียน และการแกะสลักเทียนในพิธีต่างๆ

## (2) การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการเงิน สำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จากการพิจารณาร่วมกันของผู้วิจัยและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้หัวข้อในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเงิน ประกอบด้วยเนื้อหา กลยุทธ์ธุรกิจ/ การวางแผนธุรกิจ สำหรับวิสาหกิจชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การจัดทำระบบบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การลดต้นทุน/การบันทึกบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพ การจัดทำงบการเงิน และระบบภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการการบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น เมื่อวันที่ 18 – 19 กรกฎาคม 2558 ณ อาคาร 2 ชั้น 13 ห้องคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการประกอบไปด้วยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มขนมบดิน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนจตุลยาไทยวิจิตร และผู้สนใจ จำนวน 12 คน

โดยผลการประเมินความพึงพอใจในการรับการอบรม พบว่า มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.49 โดยเนื้อหาองค์ความรู้/ความรู้ที่ได้รับ ความรู้ความสามารถของวิทยากร การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร ความรู้ที่ได้รับด้านระบบภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 4.67

## (3) การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้าน การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน

คณะผู้วิจัยได้ประชุมหารือร่วมกันกับกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนขึ้น โดยได้กำหนดประเด็นหัวข้อในการอบรมร่วมกัน คือการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางการตลาดสมัยใหม่ การสร้างตลาดด้วยการสร้างแบรนด์สินค้า/การสร้างเอกลักษณ์สินค้า พฤติกรรมผู้บริโภค/การบริหารจัดการตลาดด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารจัดการเชิงคุณภาพ และผู้วิจัยได้จัดโครงการขึ้น เมื่อวันที่ 25- 26 กรกฎาคม 2558 ณ อาคาร 2 ชั้น 13 ห้องคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการประกอบไปด้วยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนจตุลยาไทยวิจิตร และผู้สนใจ จำนวน 11 คน ซึ่งการอบรมในหัวข้อเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาดนั้น ตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมบดิน และ

ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพบว่า มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.46 โดยหัวข้อการฝึกปฏิบัติการด้านการตลาดการสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์สินค้าสามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริงของวิสาหกิจชุมชน การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางการตลาดสมัยใหม่สามารถประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดของวิสาหกิจชุมชน และ ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.67

(4) **การพัฒนาด้านบุคลากร** โดยการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มเพื่อเป็นทรัพยากรบุคคลรุ่นใหม่ที่สามารถดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยดำเนินการ ดังนี้ 1) การพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนาทายาททางธุรกิจให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองกลุ่มรับการอบรมเพิ่มพูนความรู้ในทุกโครงการที่ผู้วิจัยจัดขึ้น 2) การจัดงานกิจกรรมเพื่อให้ทายาททางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมถ่ายทอดความรู้ เพื่อเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนางานของกลุ่ม

### 2.2.2 การสังเกตผล

จากผลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดี ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการทั้งด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบุคลากร เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากการสังเกตผลและการสะท้อนความคิด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำความรู้ที่ได้รับจากการพัฒนาไปปฏิบัติ ทำให้มีองค์ความรู้มากขึ้น และนำไปปรับปรุงพัฒนาจากการลงพื้นที่ติดตามผลของคณะผู้วิจัย สามารถเห็นผลจากการพัฒนาได้จากการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีความสวยงามน่ารับประทาน โดยกลุ่มขนมบดินได้พัฒนาหน้าขนมโดยใช้ผลไม้แห้งวางหน้าขนมหลายหลายมากขึ้นจากผลผลิตของโครงการส่วนพระองค์ และในส่วนของการประดิษฐ์ชิ้นงานปลาตะเพียนลู่ไทยลายวิจิตร ก็ได้แนวคิดการจัดทำลวดลายของสินค้าที่วิจิตรมากขึ้นจากการดูงานการวาดลวดลายในกระดาศา และการหล่อเทียน แกะสลักเทียนของโครงการส่วนพระองค้นำมาเป็นต้นแบบในการผลิตชิ้นงาน

### 2.3. การสะท้อนความคิดเพื่อการพัฒนา

ข้อสรุปที่ได้จากการสะท้อนความคิดเพื่อการพัฒนา โดยการจัดประชุมอภิปรายกลุ่ม(focus group discussion) พบว่า มีปัจจัยส่งเสริมจากการพัฒนาของทีมวิจัย และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ เรื่องการบริหารเวลา ความต่อเนื่องในการพัฒนา และเงินลงทุนที่จำกัด และได้เสนอแนวทางในการพัฒนาเพิ่มเติม ด้านการผลิต ต้องการพัฒนาด้านการเก็บรักษาสินค้า การคงสภาพของสินค้า ด้านการตลาดต้องการพัฒนาให้มีภาษาอื่นในการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ลงผ่านเว็บไซต์เฟสบุ๊ก เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนเป็นต้น การจัดทำเรื่องราว(story)ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแสดงกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อลงในยูทูบให้เป็นที่ยูจกกันกว้างขวาง รวมทั้งการพัฒนาทายาทธุรกิจและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้มากขึ้น จัดเวทีเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีขวัญกำลังใจและสืบทอดกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ก้าวหน้าต่อไป

### 3. ผลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์การวิจัยนี้มีขอบเขตของการวิจัยโดยกำหนด การออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบภาพลักษณ์(image) ของผลิตภัณฑ์ต่างๆของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการส่งข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ ผ่านรูปแบบการออกแบบตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ รูปแบบทัศนศิลป์ที่สนับสนุนการรับรู้การตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งใดของวิสาหกิจชุมชน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ 1. การวางแผน(plan) 2.การปฏิบัติการและการสังเกตผล(act and observe) 3.สะท้อนความคิด(reflect) มีข้อสรุปผลการวิจัย ดังนี้



**3.1 การวางแผน(plan)** มีการวางแผนกระบวนการในการวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ด้านองค์ความรู้ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อศึกษาความเป็นมาและ กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 กลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก เจ้าของผลิตภัณฑ์ ถอดองค์ความรู้ร่วมกัน ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์และผู้วิจัยเพื่อพัฒนาสู่แนวทางการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ คณะผู้วิจัยวางแผนจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดยวิเคราะห์จากความต้องการและพื้นฐานความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยประชุมร่วมกันกับกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน วางแผนจัดอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และร่วมกันพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้าน การเรียนรู้ คณะผู้วิจัยได้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศึกษาดูงาน โครงการสวนพระองค์สวนจิตรลดา ซึ่งมี ผลงานผลิตภัณฑ์ของโครงการตามพระราชดำริ รวมทั้งศึกษาผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆของ โครงการสวนพระองค์ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

### **3.2 การปฏิบัติการและสังเกตผล (act and observe)**

**3.2.1 การปฏิบัติการ(act)** ในการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยได้ลงมือปฏิบัติ ร่วมกับชุมชนโดยจัดโครงการกิจกรรมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับ วิสาหกิจชุมชน ตามที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้และมีความต้องการใน การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่สวยงาม โดดเด่น จึงได้จัดโครงการกิจกรรมพัฒนา ดังต่อไปนี้

#### **(1) จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบ**

**ผลิตภัณฑ์** เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้าใจและเกิดกระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ โดยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 3 สิงหาคม 2558 เวลา 09.00 – 17.00 น ที่ ห้องคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยมีวิทยากร คือ ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์ อาจารย์สาขานิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ซึ่งอยู่ใน คณะผู้วิจัยนี้ด้วย ได้ให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการเบื้องต้น โดยนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง สองกลุ่มมาวิเคราะห์และพัฒนาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ร่วมกัน โดยวิทยากรได้ให้แนวคิดทฤษฎีใน การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการประกอบด้วย ผู้ประกอบการของ วิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม จำนวนรวม 9 คน

## (2) การพัฒนาการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ มีข้อสรุปจากการวิจัย ดังนี้

กระบวนการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เริ่มกระบวนการด้วยการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ในมิติต่างๆ เพื่อร่วมกันแสวงหาจุดเด่น (position) ของสินค้า ผลของการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ มีประเด็นสำคัญ คือ

(2.1) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในด้านความสำคัญของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนชนกับการตลาด และ องค์ประกอบที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำและเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ตราสินค้า หรือเครื่องหมายการค้า สี ตัวอักษร และการจัดวางอักษร รูปแบบของอักษร (type style) ภาพหรือทัศนศิลป์อัตลักษณ์ และเรื่องราว

(2.2) การพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์และทัศนศิลป์อัตลักษณ์สำหรับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบดิน ตราสัญลักษณ์และทัศนศิลป์อัตลักษณ์ใช้รูปร่างตราสัญลักษณ์ มีโครงสร้างกรอบรอบนอกเป็นรูปโดมของมัสยิด มีสัญลักษณ์ทางศาสนาอิสลาม เป็นรูปดาว เดือน และรูปแบบของขนมเค้กพื้นบ้าน ใช้สีอัตลักษณ์ประกอบด้วย สีเหลืองส้ม สีนํ้าตาล ซึ่งเป็นสีที่สะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นขนมเค้กพื้นบ้าน อีกทั้งเป็นสีที่ทำให้อาหารชนิดต่างๆ น่ารับประทาน

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตรการพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์ ตามที่ผู้ผลิตปลาตะเพียนฉลุไทยลายวิจิตร ใช้คำว่า “ชฎานาง” เป็นตราสัญลักษณ์ ประกอบกับปลาตะเพียน ใช้รูปร่างผลิตภัณฑ์จริง มีโครงสร้างส่วนลำตัว (ปลา) เป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน เป็นเส้นถักสาน ครีบและหางมีการฉลุฉลวดลายวิจิตร สีอัตลักษณ์ประกอบด้วย สีแดงชาด สีรัก และสีทอง ซึ่งสีทั้งสามนั้นเป็นสีที่สะท้อนเอกลักษณ์ไทย สามารถพบได้ในงานศิลปะไทยแบบดั้งเดิม

## (3) การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนขนมบดิน เป็นผลิตภัณฑ์ขนมแบบผลิตด้วยแรงงานคนแบบครัวเรือน ดังนั้นต้นทุนและปริมาณการผลิตจึงไม่มากนัก ทำให้ประเด็นดังกล่าวเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ซึ่งไม่สามารถลงทุนผลิตบรรจุภัณฑ์ได้ทุกระบวนการ ดังนั้น สิ่งทุกระบวนการวิจัยนี้สามารถร่วมพัฒนาภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ขนมบดินได้คือการออกแบบกราฟิกภายนอกบรรจุภัณฑ์ โดยมีตราสัญลักษณ์ สีและการสื่อสารเรื่องราวการผลิตขนมบดินลงในบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนสานฉลุลาย ผู้ผลิตต้องการที่จะใช้ถุงบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป ดังนั้น กระบวนการวิจัยนี้ได้ร่วมพัฒนาภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ได้คือการออกแบบกราฟิกภายนอกบรรจุภัณฑ์โดยใช้ตราสัญลักษณ์และการบอกเล่าเรื่องราวของปลาตะเพียนสานลงในบรรจุภัณฑ์ขนาดต่างๆตามขนาดของปลาตะเพียนที่วางขาย

**3.2.2 การสังเกตผล(observe)** โดยสรุปพบว่า การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ ในการออกแบบภาพลักษณ์สินค้า ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ เป็นไปตามขั้นตอนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีการวางแผนปฏิบัติการร่วมกันโดยวิเคราะห์ตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา การลงปฏิบัติ โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ การประชุมกลุ่มเพื่อพัฒนางานการออกแบบร่วมกัน และการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ การนำผลการพัฒนาออกมาเป็นชิ้นงาน การสังเกตผล โดยติดตามผลงานการออกแบบที่นำไปสู่การบรรจุสินค้าในบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้น การติดตามตราสัญลักษณ์สินค้าและการวางจำหน่าย หน้าร้านและ จัดแสดงสินค้าในงานต่างๆ ซึ่งจากตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ผลิตขึ้นจากงานวิจัยนี้ พบว่า ลูกค้าน่ามีความพึงพอใจในรูปแบบภาพลักษณ์สินค้า ทำให้ยอดขายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มมีมูลค่าสูงขึ้น

**3.2.3 การสะท้อนความคิดเพื่อการพัฒนา** จากการจัดประชุมอภิปรายกลุ่ม (focus group discussion) พบว่า มีปัจจัยส่งเสริมจากการได้รับการพัฒนาจากคณะผู้วิจัยที่มีความเชี่ยวชาญสูงทางด้านการออกแบบภาพลักษณ์สินค้าและการเรียนรู้จากการศึกษาดูงานได้มีมุมมองที่นำไปสู่การพัฒนา ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรค จากต้นทุนการออกแบบที่สูง และการบูรณาการองค์ความรู้จากคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอด แนวทางการส่งเสริม ต้องการนำตราสัญลักษณ์สินค้าที่ได้จากการออกแบบไปจดลิขสิทธิ์ และต้องการรับการพัฒนาต่อไปอย่างต่อเนื่อง

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

**1. ผลการศึกษาสภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4 ด้าน** คือ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการตลาด และด้านบุคลากร พบว่า ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา มีเทคนิคและสูตรเฉพาะ มีความปราณีตของสินค้าที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญในการผลิต สอดคล้องกับผลการวิจัยของนางเยาว์ อุทุมพร(2558, น. 68) ผลการศึกษาผลงานหรือผลิตภัณฑ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นงานที่ต้องใช้ฝีมือและมีความ

ส่วนสภาพการบริหารจัดการด้านการเงินนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองกลุ่ม ขาดการวางแผนการเงิน การวิเคราะห์ต้นทุน การควบคุมเกี่ยวกับการเงิน และระบบบัญชี กลุ่ม ดำเนินการอย่างไม่เป็นทางการและไม่เป็นระบบ ผู้นำกลุ่มจะเป็นเจ้าของเงินทุน และจัดการด้านการเงิน ของกลุ่มซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์(2556) พบว่า ปัญหาด้านบัญชีและการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา ผู้ประกอบการ ไม่มีระบบบัญชีที่ดี ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ การตั้งราคาขายจึงเกิดจากการ ประมาณการ และการใช้ประสบการณ์ ส่วนการเงินเช่น การขาดกระแสเงินสด เพราะขายสินค้าเป็นเงิน เชื้อ และการขาดเงินทุนเพื่อการขยายกิจการ และงานวิจัยของ กษมาพร พวงประยงค์ (2556) แนว ทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านเงินทุน สมาชิก วิสาหกิจมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านเงินทุนที่มากที่สุดคือ การจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในกลุ่มอย่างเป็นธรรมและสอดคล้องกับมงคล จอมพันธ์ (2548)ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคณะกรรมการต้อง จัดทำบัญชีแสดงฐานะทางการเงินของกลุ่มให้เป็นปัจจุบันให้สมาชิกทุกคนทราบและสมาชิกทุกคนต้อง เห็นชอบในการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน

**2. ผลการศึกษาสภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน** จากผล การศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่ได้มีการออกแบบภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม และขาดการสื่อสารเรื่องราวความเป็นมาอันทรงคุณค่าของสินค้า ไม่มีตรา สัญลักษณ์ ไม่มีเอกลักษณ์ของสินค้า ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องหรือถุงพลาสติกใสเนื่องจากราคาถูก สอดคล้องกับผลการวิจัยของธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์(2556) ที่กล่าวว่า ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแถบลุ่มทะเลสาบสงขลา การออกแบบ ผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างความ ดึงดูดให้แก่ผู้บริโภคทั้งในส่วนของบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่ม ทะเลสาบสงขลาจำนวนมากต่างก็ยอมรับว่า ปัญหาด้านการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดีเท่าที่ควร ถึงแม้บางวิสาหกิจจะได้รับความ

### 3. จากผลการศึกษาปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล คือ บุคคลภายนอกยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากนัก ขาดสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ขาดช่องทางการตลาดใหม่ๆ และ ช่องทางการวางขายสินค้าในโอกาสต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของชานี กิ่งแก้วและคณะ เรื่องการเสริมสร้างศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา: องค์การบริหารส่วนตำบลกะเปาะ อำเภอยะรัง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มยังจำเป็นต้องมีการให้ข่าวหรือการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนช่วยในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และการจัดพิมพ์เอกสารใบปลิวเพื่ออธิบายหรือให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำดื่มของกลุ่มว่ามีคุณภาพดีกว่าน้ำดื่มด้วยการกรอง โดยแจกให้ประชาชนทั่วไปทราบ ตามสถานที่ต่าง ๆ ได้แก่ หมู่บ้าน สถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้าใจและความนิยมในตัวสินค้ามากยิ่งขึ้น การส่งเสริมการขาย ควรมีการจัดแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้น ซึ่งควรมีการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เพิ่มช่องทางการโฆษณา เช่น มีการจัดการทำแผ่นพับแจกตามหมู่บ้าน หรือตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยปัจจัยเงื่อนไขด้านการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากปัญหาเศรษฐกิจโดยรวมไม่ค่อยดี ทำให้ผู้คนซื้อสินค้าน้อยลง คนจะบริโภคสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันมากกว่า ประกอบกับการสนับสนุนจากภาครัฐยังมีน้อยและขาดความต่อเนื่อง และสถานที่ตั้งของกลุ่มก็ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินการทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐพล นิรมานพัชรินทร์ (2552) ได้อภิปรายถึงรายงานสถานการณ์วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งรวมไปถึงวิสาหกิจชุมชน ที่ได้ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2552 ไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย เนื่องจากความ วิตกกังวลเรื่อง การลงทุน ความเชื่อมั่น และความสามารถในการส่งออก พฤติกรรมผู้บริโภคหันกลับมาเก็บออม แทนการบริโภคที่น่าจะเป็นตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยเฉพาะ SMEs ในพื้นที่ภาค กลาง โดยคาดว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคภายในประเทศน่าจะเป็น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการประกอบธุรกิจ SMEs

4. ผลการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเขตชนบทโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้ดำเนินการตามขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ 1.ขั้นการวางแผน(plan) 2.ขั้นการปฏิบัติการและสังเกตผล(act

การพัฒนาโดยผ่านการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการในโครงการต่างๆที่งานวิจัยนี้ได้ดำเนินการ ถือเป็นพัฒนากระบวนการเรียนรู้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนที่ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง ดังที่ เสรี พงศ์พิศ (2552, น. 65) ได้เขียนไว้ในคู่มือการทำวิสาหกิจชุมชนว่า เมื่อค้นพบทุนหรือชุมทรัพย์ในชุมชน ถ้าหากมีการเรียนรู้ การจัดการที่ดี โดยมีฐานที่ภูมิปัญญา บวกกับความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ และได้ความคิดสร้างสรรค์ดีๆก็จะออกมาเป็นนวัตกรรม หรือสิ่งสร้างสรรค์ใหม่ๆกลายเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ดีได้

**5. ผลการพัฒนาระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรี**  
จากสรุปผลการวิจัย สามารถนำประเด็นมาอภิปรายผลได้ดังนี้ การพัฒนาระบวนการเรียนรู้การ

จากการวิจัยพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์ มีการสื่อสารเรื่องราวลงบนบรรจุภัณฑ์และมีตราสัญลักษณ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจและสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า สร้างมูลค่าของสินค้าและยอดขายที่สูงขึ้นสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์ (2552) ได้วิจัยเรื่ององค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้สามารถ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของรัฐทั้งในระดับพื้นที่และระดับรัฐบาล ควรนำแนวทางและวิธีการในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มต่างๆ ให้มีการบริหารจัดการที่ดีอย่างยั่งยืนและต่อเนื่อง รวมทั้งการขยายผลไปสู่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ให้มีกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้การดำเนินการธุรกิจในระดับชุมชนยังคงอยู่และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน มีการสร้างงานสร้างอาชีพ และมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความรู้ในการบริหารจัดการที่ดี และใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการส่งเสริมการตลาดต่อไปด้วย

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่ม เพื่อศึกษาปัญหา หาแนวทางในการพัฒนาสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่ม
2. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยขยายพื้นที่การทำวิจัยไปสู่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอื่นๆ หรือพื้นที่อื่นๆ ที่มีการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนต่อไป ให้ครอบคลุมความต้องการในการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3. ควรวิจัยและพัฒนาต่อยอดในการนำตราสัญลักษณ์สินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบนี้ ไปสู่การตลาดสิทธิ์ และการสร้างแบรนด์สินค้าไปสู่ตลาดระดับชาติและนานาชาติต่อไป



## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549). **วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตร และ สหกรณ์
- กษมาพร พวงประยงค์ (2556) แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสงครามวารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย ปีที่5 ฉบับที่1 (มกราคม - มิถุนายน 2556)
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2558) **ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2558 จาก [http://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?page\\_size](http://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?page_size)
- จักรพันธ์ พันธุ์พุกภัย(2550) การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียว ประเภทขวดพลาสติกด้านรูปทรงและสีของฉลาก.).[ออนไลน์]. (2559).
- ชาคริต เกตุเรืองโรจน์. (2553). การออกแบบเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารส่งออกในประเทศแถบตะวันออกกลาง.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- ชลธิศา เทียวประดิษฐ์. (2550). การออกแบบเอกลักษณ์องค์กรสำหรับโครงการโฮมสเตย์ **มาตรฐานไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- ชัยอนันต์ สมุทรวาณิช. (2541). **ทฤษฎีใหม่: มิติที่ยิ่งใหญ่ทางความคิด**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิคอนราดอาเดนาว์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2543). **กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนครและอุทิศ สังขรัตน์. (2556). **แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา**(รายงานการวิจัย). ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นงเยาว์ อุทุมพร.(2558) รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตามหลัก เศรษฐกิจพอเพียงในเขตชุมชนเขตนบพรี. สนับสนุนโดยสำนักงานบริหารโครงการส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษาและพัฒนามหาวิทยาลัยแห่งชาติ สำนักงานอุดมศึกษา .

บทปริทัศน์ (2558) สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 1 จังหวัดชัยนาท

[www.cdoae.doae.go.th/55/new/NVS/5.doc](http://www.cdoae.doae.go.th/55/new/NVS/5.doc)

ประเวศ วะสี. (2542) **ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจพื้นฐาน ทางรอดของสังคมไทย**. เอกสาร

ประกอบการประชุมสัมมนาทางวิชาการ เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ของภาคกลาง.  
กระทรวงมหาดไทย.

ปัทมาวดี ชูชุก. (2552). **Microfinance และการเงินชุมชน**. เศรษฐศาสตร์ สัมมนา ลำดับที่ 4.

กรุงเทพฯ : โอเพ่นบุ๊กส์

พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์. (2546). **การประเมินผลการเรียนรู้ตามสภาพจริงที่สอดคล้องตามหลักสูตร**

**การศึกษาระดับพื้นฐาน พุทธศักราช 2544**. หนังสือชุดปฏิรูปการศึกษา : แนวคิดและแนวปฏิบัติ  
สำหรับครูเพื่อรองรับเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครู. กรุงเทพฯ : ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ  
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มงคล จอมพันธ์. (2548). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลสำเร็จการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หลัก

สอง ตำบลหลักสอง อำเภอบ้านแพ้วจังหวัดสมุทรสาคร, รายงานวิจัย. สำนักงานเกษตรกร  
จังหวัดสมุทรสาคร กรมส่งเสริมการเกษตร.

รังสรรค์ ปิติปัญญา. (2542). ศักยภาพของชุมชนในการทำธุรกิจชุมชนอุตสาหกรรม.

*Applied Economics Journal*, 5(2), 99-113.

ล้วน สายยศ; และ อังคณา สายยศ. (2543). เทคนิคการวัดผลการเรียนรู้. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:

สุวีริยาสาส์น.

วรวิทย์ หล้าทุม. (2540). ประสิทธิภาพของกลุ่มเกษตรกรตาม ความคิดเห็นของเกษตรกร ตำบลใน

จังหวัดเลย. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริม  
การเกษตร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย.

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยา จันทะวงศ์ศรี. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย**

**จังหวัด มหาสารคาม**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์  
ธุรกิจ). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, บัณฑิตวิทยาลัย.

สมคิด บางโม. (2546). **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.

สมยศ นาวิการ. (2540). **องค์ การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

สิริลักษณ์ ยิ้มประสาทพร.(2548) . กระบวนทัศน์ใหม่กับการเรียนรู้ของชุมชน. กรุงเทพฯ : จัดพิมพ์  
โดยโครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข(สรส.) ภายใต้การสนับสนุนของ  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.).

สีลาภรณ์ นาคทรรพ.(2543) การศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน  
สนับสนุนการวิจัย (สกว.) .

เสรี พงศ์พิศ (2548). ฐานคิด จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสิทธ์  
พัฒนา จำกัด

สุดาณี คาคี และคณะ (2547) การจัดการองค์ความรู้เพื่อขยายผลการผลิต แปรรูป

น้ำมันงาปลอดสารเคมี สู่วิสาหกิจชุมชนพึ่งตนเองจังหวัดแม่ฮ่องสอน.

สุรพงษ์ ประเสริฐศักดิ์. (2552). องค์ประกอบบรรจุกัญท์ ส่งผลให้สามารถ เพิ่มมูลค่าสินค้า .

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร. สาขานิเทศศิลป์.

สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). การออกแบบอัตลักษณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คอร์ฟิงชั่น.

สุเมธ ตันติเวกุล.(2543, มีนาคม – เมษายน). การดำเนินชีวิตในระบบเศรษฐกิจพอเพียงตามแนว  
พระราชดำริ.วารสารข้าราชการครู.45(2):35.

สุภาวค์ จันทวานิช. (2547). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). พระราชบัญญัติส่งเสริม วิสาหกิจ  
ชุมชน พ.ศ. 2548. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ  
สังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 11(พ.ศ.2555-2559).[ออนไลน์].

(2559).แหล่งที่มา <http://www.nesdb.go.th>

สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก. (2554).วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน  
ของจังหวัดพิษณุโลก. [ออนไลน์]. (2559).

อรศรี งามวิทยาพงศ์. (2549). กระบวนการเรียนรู้ในสังคมไทยและการเปลี่ยนแปลงจากยุคชุมชนถึง  
ยุคพัฒนาความทันสมัย. กรุงเทพฯ: จัดพิมพ์โดยวิทยาลัยการจัดการทางสังคม(วจส.).

เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2540). **ภูมิปัญญาที่ภูมิภาค : วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย.**  
 โครงการกิตติมศรี สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.พิมพ์ครั้งที่ 1 .  
 นนทบุรี: โรงพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช.

### ภาษาอังกฤษ

Benjamin S.Bloom.(1976) Human characteristic and school learning .New York:

Mc Graw-Hill Book.

James, A.F. Stoner. (1982). **Management**.(2 nd ed). Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall,.

Kemmis, S., & McTaggart,R. (2000). Participatory action research.In N.Denzin &Y

Lincoln(Eds.),Handbook of Qualitative research 2 nd ed .,Thousand Oaks.CA:Sage.

Mary Parker. Follett.(1939). **Dynamic Administration** . New York: Hippocrene Books. Mosca, G.

Philip Kotler. (2000). **Marketing. Management** Custom Edition for. by Prentice-Hall, Inc.

Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2010). **The Analysis of Problem and Threat of Small and**

**Medium Sized Enterprizes in Northeast Thailand.** International Business & Economic  
 Research Journal, 9(9), 123-131.

Terry, George R. (1979). **Principles of Management**. Illinois, Richard D.

Yasaburo Kuwayama(1973) **Trade Marks and Symbols. Publisher:**Wiley & Sons, Incorporated,

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

-รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

-รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม(focus group discussion)

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. ดร.จิตณรงค์ เอี่ยมสำอางค์อาจารย์พิเศษ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2. ผศ.ดร. นงเยาว์ อุทุมพร คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
3. ดร.ไพบุลย์ สุทธิ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

## รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (focus group discussion)

1. นางฉัฐพร แดงสีพล ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุยไทยลาววิจิตร
2. นายธนาพัทธ์ แดงสีพล ทายาทธุรกิจประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตะเพียนฉลุยไทยลาววิจิตร
3. นางสุพัตรา หมดมันใจ ทายาทธุรกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมอบดิน
4. นางภัทรมน เกิดสมพงษ์ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
5. นายอนุพันธ์ วีระณรงค์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายดูแลลูกค้า SME ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
6. ผศ. ดร.ศุภันธา แก้วสุข อาจารย์ประจำ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
7. ผศ. ดร.นงเยาว์ อุทุมพร อาจารย์ประจำ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
8. ดร.พงษ์พัชรินทร์ พุฒวัฒนะ อาจารย์ประจำ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
9. อาจารย์ แสนชัย ลิขิตศิริวุฒิ อาจารย์สาขานิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
10. อาจารย์วรรณ โพธิ์ผลิ อาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี  
ผู้วิจัยเรื่องส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม
11. อาจารย์ ดร.วิสิทธิ์ โพธิวัฒน์ ผู้วิจัยและอาจารย์สาขานิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
12. อาจารย์ ดร.สมจินตนา จิรายุกุล ผู้วิจัยและอาจารย์ประจำ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

## ภาคผนวก ข

- เครื่องมือการวิจัย



**แบบสัมภาษณ์เชิงลึกการศึกษาสภาพและปัจจัยเงื่อนไขการบริหารจัดการและการออกแบบ  
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรชนบุรีตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**

**ข้อมูลทั่วไปของผู้รับการสัมภาษณ์**

1. เพศ.....
2. อายุ..... ปี
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....

**แนวทางในการสัมภาษณ์**

ขั้นนำ ผู้วิจัยหรือผู้ช่วยวิจัยทำหน้าที่เป็นผู้สัมภาษณ์โดยเริ่มด้วยการอธิบายความเป็นมาของการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วดำเนินการสัมภาษณ์ตามประเด็นที่กำหนดไว้

ขั้นการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยหรือผู้ช่วยวิจัยสัมภาษณ์ตามประเด็นดังนี้

**1.ข้อมูล ความเป็นมาและวิธีการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนมบดิน**

- 1.1ประวัติความเป็นมา
  - 1.2สมาชิก
  - 1.3 ผลิตภัณฑ์
  - 1.4 คุณค่าความเชื่อ
  - 1.5 เครือข่ายทางสังคม
  - 1.6 วิธีการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- ฯลฯ

**2. สภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและ กระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการ ได้แก่ องค์ความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และฐานการเรียนรู้ในการบริหารจัดการแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้**

- 2.1 ด้านการผลิต
  - ลักษณะผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการผลิต ฯลฯ
- 2.2 ด้านการเงิน
  - การวางแผนการเงิน การทำบัญชี ฯลฯ
- 2.3 ด้านการตลาด
  - การตั้งราคา การจัดจำหน่ายการกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ

## 2.4 ด้านบุคลากร

- ลักษณะการดำเนินงาน บุคคลที่ดำเนินการ การสืบทอด ฯลฯ

3.สภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจในปัจจุบันและ กระบวนการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ องค์ความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และฐานการเรียนรู้ ในเรื่องต่อไปนี้

- ตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

4.ปัจจัยเงื่อนไขหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบ

**ขั้นสรุป** ผู้วิจัยสรุปและทบทวนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละประเด็น ให้ผู้รับการสัมภาษณ์ตรวจสอบ และเปิดโอกาสให้ผู้รับการสัมภาษณ์ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม กล่าวอำลาและขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

## การประชุมอภิปรายกลุ่ม(focus group discussion )

ชื่อโครงการวิจัยการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

วันศุกร์ที่ 19 ธันวาคม 2558 เวลา เวลา 13.00 น.-16.30 น.

ณ ห้องประชุมคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

โดยเชิญสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะผู้วิจัย เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวนรวม 12 คน ได้ร่วมกัน สะท้อนความคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สรุปบทเรียนปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตนนบุรีตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และข้อเสนอแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนให้มีการพัฒนาต่อยอดต่อไป มีประเด็นในการประชุมอภิปราย ดังนี้

1.ปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคจากการได้รับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยอะไรบ้าง

1.1ปัจจัยที่ส่งเสริมสนับสนุนจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดี ที่ได้ผลจากการดำเนินการวิจัยมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

1.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคจากการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดี สรุปจากการสะท้อนความคิดในเรื่องนี้ มีอุปสรรคอะไรบ้าง

.....

.....

2.ข้อเสนอแนะทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่ดี เพื่อเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน  
ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ควรมีแนวทางการพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

2.1 ด้านการผลิตควรมีแนวทางการส่งเสริมพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

.....

.....

.....

2.2 ด้านการเงินควรมีแนวทางการส่งเสริมพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

.....

.....

.....

2.3 ด้านการตลาดควรมีแนวทางการส่งเสริมพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

.....

.....

.....

2.4 ด้านบุคลากรควรมีแนวทางการส่งเสริมพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

.....

.....

.....

.....

3.ปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยอะไรบ้าง

3.1.ปัจจัยที่ส่งเสริมสนับสนุนในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ จาก  
ผลการวิจัยนี้ มีปัจจัยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

### 3.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากการวิจัยนี้มีปัจจัยใดบ้าง

.....

.....

.....

### 3.2 ข้อเสนอแนะทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรมีแนวทางการพัฒนาต่อยอดต่อไปอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

### 4 ข้อเสนออื่นๆ(ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

**แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ  
การบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ  
การบริหารจัดการด้านการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ ชาย หญิง

2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม.....

3. อายุ ต่ำกว่า 21 ปี 21-30 31-40 ปี 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี

4. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

**ตอนที่ 2** ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1.เนื้อหาองค์ความรู้/ความรู้ที่ได้รับ					
2.ความรู้ความสามารถของวิทยากร					
3.การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร					
4.การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เข้ารับการอบรม					
5.การฝึกปฏิบัติการด้านการบัญชีสามารถเข้าถึงการปฏิบัติจริงของวิสาหกิจชุมชน					
6.การวางแผนทางการเงินสามารถประยุกต์ใช้กับการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชน					
7.ความรู้ที่ได้รับด้านระบบภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน					
8.ความรู้ในการลดต้นทุน /การบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ					
9.การนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน					
10.การบริหารงานด้านการเงินยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง					
11.สถานที่การจัดอบรมการบริการและเอกสารประกอบการอบรม					
12.ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ข้อมูล

**แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ**  
**การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการด้านการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ ชาย หญิง

2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม.....

3. อายุ ต่ำกว่า 21 ปี 21-30 31-40 ปี 41-50 ปี มากกว่า 50 ปี

4. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

**ตอนที่ 2** ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เข้าฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด



ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1.เนื้อหาองค์ความรู้/ความรู้ที่ได้รับ					
2.ความรู้ความสามารถของวิทยากร					
3.การถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร					
4.การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เข้ารับการอบรม					
5.การฝึกปฏิบัติการด้านการตลาดการสร้างแบรนด์และเอกลักษณ์สินค้าสามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริงของวิสาหกิจชุมชน					
6.การกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางการตลาดสมัยใหม่สามารถประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดของวิสาหกิจชุมชน					
7.ความรู้ที่ได้รับด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถนำไปใช้ในการบริหารด้านการตลาดเพื่อเข้าถึงลูกค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน					
8.ความรู้ในการบริหารจัดการเชิงคุณภาพสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชน					
9.การนำความรู้ที่ได้รับด้านการบริหารจัดการตลาดด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน					
10.เอกสารประกอบการประชุมมีเนื้อหาสาระดี					
11.สถานที่การจัดอบรมและการบริการ					
12.ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ข้อมูล

## แบบสังเกตการติดตามผลการดำเนินการโครงการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สังเกตและติดตามผลในการบริหารจัดการหลังจากพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยสังเกตติดตามผลอย่างต่อเนื่องในประเด็นต่อไปนี้

### 1. ด้านการบริหารจัดการ

-การผลิต กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ฯลฯ

### 2. ด้านการเงิน

- การวางแผนการเงิน

-การบันทึกบัญชี

ฯลฯ

### 3. ด้านการตลาด

- การขายผ่านสื่อเทคโนโลยี เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ ฯลฯ

-ยอดขายที่เพิ่มขึ้น

-การประชาสัมพันธ์สินค้า การจัดแสดงสินค้า

ฯลฯ

### 4 ด้านบุคลากร

-การดำเนินธุรกิจของทายาททางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

-การแสดงผลงานของทายาทธุรกิจในงานแสดงสินค้าต่างๆ

ฯลฯ

### 5.ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

-การนำตราสัญลักษณ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้แสดงสินค้า

-การจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบไปบรรจุสินค้า

-การนำสินค้าในตราสัญลักษณ์พร้อมบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการออกแบบจากการวิจัยนี้ไปใช้ในการจำหน่ายและจัดแสดงสินค้า

-ขอจำหน่ายจากการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์

ฯลฯ