

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องนอนแบบไทยในท้องถิ่น กลุ่มอาชีพเสริมการตัดเย็บผ้า บ้านโป่งค่าง อำเภอห่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

1. ชุดเครื่องนอน
2. การตลาด
3. รายงานคุณภาพชีวิตของคนไทย จากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี 2543
4. คู่มือการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย OTOP Product Champion
5. รายงานแสดงผลการดำเนินการของคณะรัฐมนตรี ตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ
6. แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน
7. ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชน
8. สาเหตุที่ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จ
9. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยว
10. ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย
11. การจัดระดับผลิตภัณฑ์
12. รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาศิลปพื้นบ้านของจังหวัดเพชรบูรณ์
13. รายงานการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัด

เพชรบูรณ์

#### 1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.1 ชุดเครื่องนอน หมายถึง ชุดเครื่องนอนที่ใช้ในห้องนอนปกติ ประกอบด้วย หมอน ผ้าห่ม ที่นอน หมอนข้าง นอกจากนี้แล้ว ยังมีชุดเครื่องนอนอื่น ๆ ที่ประยุกต์ขึ้นมาประกอบกับชุดเครื่องนอนที่มีอยู่ในห้องนอน เช่น ปลอกหมอนหนุน ปลอกหมอนอิง ปลอกหมอนรองนั่ง หมอนผ้าห่ม ผ้าห่มนอน ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน และ ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น ชุดเครื่องนอนแต่ละชิ้นยอมให้ประโยชน์ตามการใช้งาน

#### 1.2 ความรู้เกี่ยวกับการตลาด

การตลาดเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่มีส่วนช่วยทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต และมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันของคนในสังคมและองค์กรต่าง ๆ โดยการตลาดช่วยทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีสังคมที่น่าอยู่ รวมทั้งมีสินค้าและบริการเพื่อการอุปโภคบริโภค

ตลาด (Market) หมายถึง สถานที่ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อทำธุรกิจขายนานาสรรพสิ่งที่ผู้ซื้อพึงประสงค์ หรือเป็นสถานที่ที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการระหว่างกัน โดยผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อและทำความตกลงซื้อขายได้โดยสะดวก

การตลาด (Marketing) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อนำสินค้าและบริการจากแหล่งผลิตไปให้ถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย ในเวลา สถานที่ และจำนวนตามที่ผู้บริโภคต้องการสินค้าแต่ละชนิดที่แตกต่างกัน เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีความหลากหลาย จึงทำให้การตลาดต้องหาแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้มีสินค้าไว้อุปโภคบริโภคตลอดเวลา โดยผู้ผลิตจะเก็บรักษาสินค้าบางชนิดที่ผลิตได้เฉพาะฤดูกาลใดฤดูกาลหนึ่งไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้ตลอดทั้งปี เช่น ข้าว ผลไม้บางชนิด เป็นต้น

2. เพื่อนำสินค้าจากแหล่งผลิตไปขายให้ถึงมือผู้บริโภค โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปซื้อสินค้ายังแหล่งผลิตโดยตรง ตลาดจึงทำหน้าที่รวบรวมและขนส่งสินค้าไปขายยังแหล่งที่ลูกค้าต้องการ

3. เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ตามลักษณะความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างกันตามความต้องการของผู้บริโภคได้เลือกซื้อตามความพอใจ (ลักษณะ ส่วนละม้าย. 2550 : 1-2)

1.3 รายงานคุณภาพชีวิตของคนไทย จากข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี 2543 โดย คณะกรรมการอำนวยการงานพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชนบท (พชช.) ของศูนย์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาชนบท กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2543 : 215) ได้กล่าว ข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ปี 2543 จังหวัดเพชรบูรณ์ ถึงตัวชี้วัด จปฐ. หมวดที่ 5 รายได้มาก ครั้วเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าคนละ 20,000 บาท/ปี จำนวนที่สำรวจทั้งหมด 155,699 ครั้ว ผลการสำรวจ (รายตัวชี้วัด) ไม่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 81,078 คิดเป็นร้อยละ 52.1 ผ่านเกณฑ์ จำนวน 74,621 คิดเป็นร้อยละ 47.9 เทียบกับเป้าหมายปี 2544 ร้อยละ 70 ผลปรากฏว่าไม่บรรลุเป้าหมาย 15 ตัวชี้วัด

1.4 คู่มือการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย OTOP Product Champion ของคณะกรรมการโครงการ OTOP Product Champion (2546 : บทนำ) ได้กล่าวไว้ว่า คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ) ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินการ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสินค้า OTOP Product Champion โดยจะคัดสรรจากสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาค และประเทศ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่สากล (Local Links-Global Reaches)

กรอบในการคัดสรรสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาค และประเทศ คือ สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราสินค้า (Brand Equity) ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent) ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction) และมีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

1.5 รายงานแสดงผลการดำเนินการของคณะรัฐมนตรีตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2546 ในด้านเศรษฐกิจ ได้กล่าวถึง การดำเนินการเพื่อให้มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมเกี่ยวกับการพัฒนาภาคชนบทและการสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชนของ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่า ในช่วงสองปีที่ผ่านมา ได้สร้างรายได้ให้กับประชาชนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่น ยอดจำหน่ายสินค้าในปี 2545 เท่ากับ 23,950.6 ล้านบาท สูงกว่าประมาณการที่ตั้งไว้ 10,906.1 ล้านบาท ทั้งนี้ได้สนับสนุนด้านการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ได้รับรองมาตรฐานถึง 4,065 ผลิตภัณฑ์พร้อม ๆ กับขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางมากขึ้นทั้งในประเทศและที่ส่งออกขายต่างประเทศ ด้วยการเร่งปรับปรุงในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์และตัวสินค้า การปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานสินค้า การจัดให้มีแหล่งจำหน่ายสินค้า การปรับปรุงเว็บไซต์ไทยตำบลคอตคอม เป็นต้น

#### 1.6 แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของการพัฒนาชุมชนให้มีสภาพความเป็นอยู่ดีขึ้น ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาไว้ ดังนี้

ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527 : 2) ได้กล่าวว่า การที่ประชาชนหรือชุมชนได้พัฒนาขีดความสามารถในการจัดการและควบคุมการกระจายทรัพยากรและปัจจัยทางการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจ และสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรี ในฐานะสมาชิกของสังคม การมีส่วนร่วมนี้ประชาชนจะได้พัฒนาการรับรู้ และมีภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกมาในรูปของการตัดสินใจและการกำหนดวิถีชีวิตของตนอย่างเป็นตัวของตัวเอง

ธวัช มกรพงศ์ (2531 : 104) ได้กล่าวว่า การพัฒนาชุมชนที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องยึดหลักการให้ประชาชนในท้องถิ่นทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการของการพัฒนาทุกคนต้องร่วมมือร่วมใจกันทำคนละไม้ละมือ และให้ถือว่าการพัฒนาชุมชนเป็นหน้าที่รับผิดชอบของประชาชนในชุมชนทุกคน

ไพรัตน์ เดชะรินทร์ (2527 : 6) ได้กล่าวว่า กระบวนการที่รัฐทำการส่งเสริมชักนำสนับสนุนและสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกัน

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2530 : 61) ได้กล่าวว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน จะต้องสอดคล้องกับชีวิต ความจำเป็น ความต้องการและวัฒนธรรมของชาวบ้านส่วนใหญ่ในชุมชน

จากคำอธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนทุกคนในท้องถิ่นได้เข้ามามีบทบาทในกระบวนการดำเนินงานที่ เกี่ยวข้องกับตนเองและท้องถิ่น จะส่งผลให้ประชาชนได้รับการพัฒนาขีดความสามารถของตนเองให้สามารถที่จะดำเนินการได้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของตนเอง

## 1.7 ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชน

ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนในขบวนการพัฒนาชุมชนมีหลายลักษณะ คือ ชาปิน (Chapin ,1977 : 317) ได้กล่าวว่า ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนประกอบด้วย การร่วมเป็นสมาชิก ร่วมประชุม ร่วมออกเงิน ร่วมเป็นกรรมการ และร่วมเป็นผู้นำกลุ่ม

หวาง (Whang , 1981 : 8) ได้กล่าวว่า ลักษณะและรูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการแซมอิลอุนดอง (Saemaul Undong) ของประเทศเกาหลี ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมโดยสมัครใจ เกิดจากการคิดริเริ่มของประชาชนเอง
2. การมีส่วนร่วมโดยคนภายนอก เกิดจากการกระตุ้นจากรัฐหรือผู้นำ ที่ประสมประสานกับระบบการล่อใจ
3. การมีส่วนร่วมโดยการบังคับ เกิดจากการระดมแบบเบ็ดเสร็จจากรัฐบาล ที่มีอำนาจใช้สังคม ที่มีการจัดองค์การบังคับบัญชาเป็นลำดับขั้น

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527 : 188-189) ได้กล่าวว่า ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาว่า ควรมีส่วนร่วมในลักษณะการเป็นสมาชิก การเข้าร่วมประชุม การเป็นสมาชิกที่บริจาคเงินช่วยเป็นกรรมการและเป็นประธานกรรมการ และได้กล่าวถึงรูปแบบของการมีส่วนร่วม ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมโดยตรง โดยผ่านองค์กรที่จัดตั้งของประชากร ของกลุ่มชุมชน หรือ กลุ่มเยาวชน กลุ่มต่าง ๆ
2. การมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรผู้แทนประชาชน เช่น กรรมการของกลุ่มหรือ ชุมชน หรือกรรมการหมู่บ้าน
3. การมีส่วนร่วมโดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน โดยตรง เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้เข้ามาได้ตลอดเวลา

จากคำอธิบายลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชน สรุปได้ว่า ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา คือ การที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม หรือกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ทั้งทางตรงและทางอ้อม ในลักษณะการร่วมเป็นสมาชิก ร่วมการประชุม ร่วมช่วยเหลือ ด้วยการบริจาคเงินหรือวัสดุ อุปกรณ์ และร่วมสละแรงงาน หรือช่วยเหลือในกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง เป็นต้น

1.8 สาเหตุที่ทำให้การท้องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จ คือ

1.8.1 การพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยการ

1. พัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. พัฒนาปัจจัยให้บริการ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวระดับสากล
3. ให้ความคุ้มครอง รักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

1.8.2 การส่งเสริมการขาย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) วางแผนไว้ 2 ระยะ คือ

1. เป้าหมายระยะสั้น ปี 2541-2546 โครงการเที่ยวไทย รักภัยไทย เป็นโครงการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2. เป้าหมายระยะยาว ในปี 2555 การท่องเที่ยวไทยจะมีเอกลักษณ์เป็นมาตรฐานสากลทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการ และการรักษาสิ่งแวดล้อม

1.9 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ก่อให้เกิดการลงทุน

2. ทำให้มีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

3. ช่วยพัฒนาคนในท้องถิ่น

4. เป็นการเพิ่มพูนรายได้ เพื่อนำมาพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ของประเทศชาติต่อไป

5. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวกับประเทศอื่น ๆ

6. นักท่องเที่ยวจะได้นำประสบการณ์ที่ดีงาม ไปเผยแพร่ทั่วโลก เป็นการชักชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนประเทศไทยมากขึ้น

1.10 ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ. นตผ : 2553) ได้กำหนดประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรแบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ของตกของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

สำหรับประเภทของใช้ของตกของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ประกอบด้วย ไม้ จักสาน ถักสาน ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ โลหะ เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา เคหะสิ่งทอ และอื่น ๆ

และเคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้า มีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ ถู่มือสำหรับการเกยตล เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าห่มนวมเศษผ้า จัดเป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอด้วย

1.11 การจัดระดับผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี 2553 ผลการดำเนินการคัดสรรฯ จัดระดับผลิตภัณฑ์ มีระดับเดียว คือ ระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วย หลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนน ดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป)  
เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก
2. ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 80-89 คะแนน)  
เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล
3. ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70-79 คะแนน)  
เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50-69 คะแนน)  
เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน)  
เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และพัฒนายาก

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาศิลปพื้นบ้านของจังหวัดเพชรบูรณ์ ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย จันทร์รุ่งเรือง (2539) จากบทคัดย่อในส่วนข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าต้องการให้จัดอบรมด้านฝีมือและการออกแบบ ต้องการให้ช่วยจัดตลาดเพื่อการจำหน่าย ต้องการแหล่งเงินทุนที่ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้อวัสดุคืบและเครื่องมือ

2.2 รายงานการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธงชัย จันทร์รุ่งเรือง (2541) พบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมแสดงว่า ปัญหาด้านการได้รับการประสานงานและแนะนำการพัฒนาท้องถิ่นในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

2. ผลการวิเคราะห์ เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาหมู่บ้าน ทุกตัวแปรให้ความสำคัญอยู่ในเกณฑ์มาก ส่วนใหญ่ของทุกตัวแปรให้ความสำคัญอยู่ที่ การช่วยทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้นมากที่สุด

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นทั่วไป ในเรื่อง ถ้าท่านเป็นผู้หนึ่งที่ได้รับการชักนำจากผู้อื่นให้เข้าร่วมในโครงการพัฒนา บุคคลที่ชักนำท่านบ่อยที่สุด คือ ของทุกตัวแปรให้ความเห็นว่า ผู้ใหญ่บ้านมาก และแพทย์ประจำตำบล และครูน้อยที่สุด