

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การใช้ภูมิปัญญาเชิงบูรณาการเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพการใช้ภูมิปัญญาในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ เพื่อหาแนวทางและรูปแบบการใช้ภูมิปัญญาเชิงบูรณาการในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่ม และเพื่อหามูลค่าเพิ่มจากการใช้ภูมิปัญญาเชิงบูรณาการ ของกลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกต การประชุมสัมมนา การศึกษาฐาน โดยได้ศึกษาข้อมูลชุมชน แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. บริบทชุมชน
2. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548
3. แนวความคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. แนวความคิดและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
5. แนวความคิดการวิจัยแบบมีส่วนร่วม
6. แนวความคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม
7. ทฤษฎีความพึงพอใจ
8. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด
9. กลยุทธ์ทางการตลาด
- 10.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. บริบทชุมชน

##### ประวัติของอำเภอแม่ทะ

อำเภอแม่ทะ มีประวัติการก่อสร้างเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2450 ที่ว่าการอำเภอแม่ทะ มีที่ตั้งอยู่ ณ ที่ว่าการอำเภอแม่ทะในปัจจุบัน แต่ตั้งอยู่ที่บ้านป่าตัน หมู่ที่ 5 ตำบลป่าตัน อำเภอแม่ทะ โดยอาศัยชื่อตำบลเป็นชื่อของอำเภอ เรียกว่า “อำเภอป่าตัน” อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอในปัจจุบันไปทางทิศใต้ ประมาณ 5 กม.ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2452 ชุนตัน ธารักษ์ นายอำเภอป่าตันสมัยนั้น ได้พิจารณาเห็นว่า กรมทางรถไฟแห่งประเทศไทย ได้มีแผนการและโครงการวางรางรถไฟไปถึงเชียงใหม่ โดยมีเส้นทางผ่านเนื้อที่บ้านแม่ทะหมู่ที่ 1 ตำบลแม่ทะ ตำบลแม่ทะ ดังนั้นจึงได้ขออนุมัติจากทางราชการย้ายที่ว่าการอำเภอไปตั้งที่บ้านแม่ทะ หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ทะ และเปลี่ยนชื่อจากอำเภอ

ป่าตัน เป็นอำเภอแม่ทะ ตามชื่อบ้านซึ่งตั้งอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอป่าตัน (ที่ตั้งอำเภอเดิม) ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณ 15 กิโลเมตร ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2495 - 2496 สมัย นายประพจน์ เชรบุรี มาดำรงตำแหน่งนายอำเภอแม่ทะ ได้พิจารณาเห็นว่าที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอแม่ทะ ที่บ้านแม่ทะ หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ทะ ไม่ได้อยู่ในศูนย์กลางของอำเภอแม่ทะ ทำให้เป็นการไม่สะดวกที่ประชาชนในหมู่บ้านและตำบลอื่นๆ ของอำเภอจะมาติดต่อราชการ ดังนั้นจึงได้ขออนุมัติจากทางราชการย้ายที่ตั้งที่ว่าการอำเภอจากบ้านหมู่ที่ 1 ตำบลแม่ทะ ไปตั้งอยู่ที่บ้านอ้วน หมู่ที่ 3 ตำบลนาคร้ว ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของอำเภอและมีพื้นที่เหมาะสมในการทำการเกษตรเป็นสถานที่ตั้งที่ว่าการอำเภอแม่ทะ โดยอาศัยชื่อของลำห้วยแม่ทะ เป็นชื่อของอำเภอมาจนถึงปัจจุบันนี้

### อาณาเขตติดต่อ

อำเภอแม่ทะ ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดลำปาง โดยมีอาณาเขตอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 17° 55 ถึง 18° 15 เหนือ และเส้นแวงที่ 99° 27 ถึง 99° 52 ตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	อำเภอเมืองลำปาง	อำเภอแม่เมาะ	จังหวัดลำปาง
ทิศใต้	ติดต่อกับ	อำเภอสบปราบ	จังหวัดลำปาง	
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	อำเภอลอง จังหวัดแพร่		
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง		

### สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของอำเภอแม่ทะ มีสภาพเป็นที่ราบสูง มีภูเขาล้อมรอบ มีที่ราบลุ่มเพียงเล็กน้อย และคลื่นลอนตื้นลึกสลับกับเนินเขา มีที่ราบเชิงเขา มีแม่น้ำลำธารไหลผ่านหลายสาย ได้แก่ แม่น้ำจาง ห้วยแม่พวก ห้วยแม่ทะ โดยเฉพาะแม่น้ำจาง ต้นกำเนิดในเทือกเขาอำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ไหลผ่านพื้นที่เขตตำบลหัวเสือ ตำบลคอนไฟ ตำบลวังเงิน ตำบลแม่ทะ ตำบลนาคร้ว ตำบลป่าตัน ตำบลบ้านกิ้ว และตำบลน้ำโจ้ไหลไปบรรจบกับแม่น้ำวังที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

### สภาพภูมิอากาศ

อำเภอแม่ทะ มีสภาพภูมิอากาศในช่วงฤดูร้อนจะเริ่มต้นตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม อุณหภูมิสูงสุดประมาณ 40-42 องศาเซลเซียส (ในเดือนเมษายน) ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงกันยายน และฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ อุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 12-4 องศาเซลเซียส (เดือนธันวาคม - เดือนมกราคม)

### การปกครอง

อำเภอแม่ทะ แบ่งเขตการปกครองตามพระราชบัญญัติ ลักษณะปกครองท้องที่ พ.ศ. 2457 ออกเป็น 10 ตำบล 92 หมู่บ้าน 2 เทศบาลตำบล 8 องค์การบริหารส่วนตำบล

## ตารางที่ 2.1 แสดงเขตการปกครองของอำเภอแม่ทะ

องค์การบริหารส่วนตำบล	เทศบาลตำบล
1. องค์การบริหารส่วนตำบลวังเงิน	1. เทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว
2. องค์การบริหารส่วนตำบลนาคร้ว	2. เทศบาลตำบลสิริราช
3. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกิ้ว	3. เทศบาลตำบลแม่ทะ
4. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านบอม	4. เทศบาลตำบลน้ำโจ้
5. องค์การบริหารส่วนตำบลหัวเสือ	
6. องค์การบริหารส่วนตำบลดอนไฟ	

### เส้นทางคมนาคม

ทางรถยนต์ ถนนสายลำปาง - เด่นชัย

ถนนสายแม่ทะ - บ้านฟอน

ถนนสายลำปาง - แม่ทะ

ถนนสายป่าต้น - นาคร้ว (ร.พ.ช.)

ทางรถไฟ

มีรถไฟสายกรุงเทพ ฯ - เชียงใหม่ ผ่านอำเภอแม่ทะ ที่บ้านแม่ทะ

หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ทะ ห่างจากที่ว่าการอำเภอแม่ทะประมาณ 12 ก.ม.

### คำขวัญอำเภอแม่ทะ

ลำน้ำจากหล่อเลี้ยงเศรษฐกิจ พุทธรูปศักดิ์สิทธิ์พระไม้แก่นจันทร์ สินแร่สำคัญถ่านหินดินขาว อาชีพยืนยาวไม้แกะสลัก แหล่งประจักษ์ธรรมชาติพระสบาย

### ประวัติของตำบลสันดอนแก้ว

จากการสอบถามเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลสันดอนแก้ว พบว่า ตำบลสันดอนแก้วถือได้ว่าเป็นตำบลที่ 9 ของอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยแยกมาจากตำบลบ้านบอม เมื่อประมาณ พ.ศ. 2532 และมีจำนวนหมู่บ้าน 9 หมู่บ้าน ซึ่งต่อมาได้รับการจัดตั้งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลสันดอนแก้ว เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2538 โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 112 ตอนพิเศษ 6 ง มีที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลสันดอนแก้ว ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ต่อมาเมื่อปริมาณงานและบุคลากรเพิ่มขึ้น จึงได้ย้ายสถานที่ทำการขององค์การบริหารส่วนตำบลสันดอนแก้วมาอยู่หมู่ที่ 3 บ้านแม่วะ ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง และในปัจจุบันองค์การบริหารส่วนตำบลสันดอนแก้วได้ยกฐานะขึ้นเป็นเทศบาลตำบลสันดอนแก้ว ตามประกาศของกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2550 โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา และได้ขอเปลี่ยนชื่อเป็นเทศบาลตำบลสิริราช ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 บ้านแม่วะ ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง



ภาพที่ 2.1 แสดงตราสัญลักษณ์ของเทศบาลตำบลสิริราช

ความหมายของตราสัญลักษณ์ของเทศบาลตำบลสิริราช คือ ก้อนเมฆทั้ง 3 เปรียบเสมือน ฝ่ายประชาชน ฝ่ายปกครองและองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นที่มี ความร่วมมือประสานสามัคคีกัน ต้นจันทน์ผา เปรียบเสมือนเทศบาลตำบลสิริราชเป็นองค์กรที่มีความ ร่มรื่นมั่นคง ลายไทย เปรียบเสมือนการดำรงชีวิตแบบไทย ๆ และอนุรักษ์สืบสานประเพณีไทย ภูเขา เปรียบเสมือนสภาพ ภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศทางทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม วงกลม เปรียบเสมือนเส้นทางการ คมนาคมซึ่งมีลักษณะเป็นรูปวงแหวนรอบตำบล

### สภาพทั่วไป

เทศบาลตำบลสิริราช ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของที่ว่าการอำเภอแม่ทะ ห่างจาก ที่ว่าการอำเภอแม่ทะ เป็นระยะทางประมาณ 28 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากจังหวัดลำปาง ประมาณ 53 กิโลเมตร เทศบาลตำบลสิริราช ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของที่ว่าการอำเภอแม่ทะห่างจาก ที่ว่าการอำเภอแม่ทะ เป็นระยะทางประมาณ 28 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากจังหวัดลำปาง ประมาณ 53 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 138.65 ตารางกิโลเมตร



ภาพที่ 2.2 แสดงสถานที่ตั้งของตำบลสันดอนแก้ว

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	ตำบลบ้านบอม	อำเภอแม่ทะ จ.ลำปาง
ทิศใต้	ติดต่อกับ	ตำบลสมัย	อำเภอสบปราบ จ.ลำปาง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	ตำบลแม่ป้าก	อำเภอลอง จ.แพร่
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ตำบลนาแก้ว	อำเภอเกาะคา จ.ลำปาง

### สภาพภูมิประเทศ

เทศบาลตำบลสิริราชตั้งอยู่ระหว่างหุบเขา โดยถูกล้อมรอบด้วยภูเขาสูงเกือบทุกด้าน พื้นที่ราบริมลำห้วยต่าง ๆ ไร่ทำนา และพื้นที่ราบสูงเป็นพื้นที่ทำไร่ โดยมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญได้แก่ ลำห้วยแม่วะ ห้วยแม่กอก ห้วยแม่ปาง ห้วยแม่ทาน และห้วยแม่ยอน แหล่งน้ำเหล่านี้จะมีน้ำมากในช่วงฤดูฝนและจะขาดแคลนน้ำทำการเกษตรในช่วงฤดูแล้ง พื้นที่ส่วนใหญ่ของตำบลสันดอนแก้ว ประมาณ 4 ใน 5 เป็นพื้นที่ของป่าสงวนแห่งชาติที่สำคัญ 2 แห่ง คือ ป่าสงวนแห่งชาติป่าแม่ทาน และป่าแม่จางฝั่งซ้าย

### จำนวนครัวเรือนและราษฎร

ตารางที่ 2.2 แสดงจำนวนครัวเรือนแยกตามเพศของประชากร

ลำดับ	หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน	จำนวนประชากร		
				ชาย	หญิง	รวม
1	1	บ้านสันดอนแก้ว	176	308	302	610
2	2	บ้านด่าน	147	284	258	542
3	3	บ้านแม่วะ	241	391	360	751
4	4	บ้านสบแม่ปาง	90	153	148	301
5	5	บ้านสันป่าเปา	209	376	357	733
6	6	บ้านอ้อ	172	278	270	548
7	7	บ้านแม่ทาน	137	234	226	460
8	8	บ้านเด่น	74	133	122	255
9	9	บ้านแม่ทาน	190	339	325	664
รวมทั้งสิ้น			1,436	2,496	2,368	4,864

หมายเหตุ : ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 : งานทะเบียนและบัตร เทศบาลตำบลสิริราช

**ลักษณะการปกครอง** แบ่งพื้นที่การปกครอง ออกเป็น 9 หมู่บ้าน ซึ่งประกอบด้วย

**หมู่ที่ 1 บ้านสันดอนแก้ว**

ตำแหน่งกำนัน	คือ	นายเปลี่ยน ทาจี
ตำแหน่งสารวัตรกำนัน	คือ	นายดวงจันทร์ สมเมืองมา
ตำแหน่งสารวัตรกำนัน	คือ	นายชนพล วงค์มอก
ตำแหน่งผู้ช่วยกำนัน	คือ	นายเจริญ ใจน่าน
ตำแหน่งผู้ช่วยกำนัน	คือ	นายบรรจง คำดี
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางจันแก้ว ใจน่าน
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายภาคภูมิ แสนมูลเมือง

**หมู่ที่ 2 บ้านด่าน**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายศรีวรรณ เกรือยศ
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายหนิว สิงห์หมัถิ
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายบุญตัน สุขใจ
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางสังวาล กันธิยวงค์
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายอดุลย์ หาญวัง

**หมู่ที่ 3 บ้านแม่ะ**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายจันทร์คำ ชื่นใจ
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายสว่าง ป้อตะมา
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายเวียน ปัญญาภูด
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางสมศรี คำวัง
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายชัชวาล อินสุริยา

**หมู่ที่ 4 บ้านสบแม่ปาง**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายบุญของ ทองเตจา
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายลพ กอนแก้ว
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายวิชัย แก้วบุญเรือง
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางลพ ปัญโญ
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายบรรหาร กอนแก้ว

**หมู่ที่ 5 บ้านสันป่าเปา**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายวิเชียร วงค์ษา
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายศรีจันทร์ ทองตะมา
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	น.ศ. จิรัตติกาล ทองเตจา
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางยุวดี แซ่ตั้ง
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายสันติภาพ สุใจ

**หมู่ที่ 6 บ้านอ้อ**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายน้อย ปิงวงศ์ษา
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายสุคำ พอดสมเมือง
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายสุขคำ ทองกิติ
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางจันทร์เป็ง สารเมธา
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายสุรชาติ วันดี

**หมู่ที่ 7 บ้านแม่ทาน**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายพรมมา คำท้าว
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายเมืองดี อุดสาย
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายสุพจน์ บุญยืน
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางทองเพียร หลวงพระบาง
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายวิเศษฐ์ แก้ววิชัย

**หมู่ที่ 8 บ้านเด่น**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายประเสริฐ poonชมภู
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายปิ่น พรหมมานูญ
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นางหลุทัย ไชยสมบัติ
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางวิไล สายเครือดีบ
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายณรัน เครือนวล

**หมู่ที่ 9 บ้านแม่ทาน**

ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายกฤษณพันธ์ ทะนันไชย
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายประทาน ฟองแก้ว
ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	คือ	นายจันทร์ บุญเกิด
ตำแหน่งประธานแม่บ้าน	คือ	นางนุชรี ปิงยศ
ตำแหน่งประธานเยาวชน	คือ	นายเทวรุฑ อุดสาย

**สภาพด้านเศรษฐกิจ**

อาชีพหลักของคนในชุมชนคือ การทำเกษตรกรรม ได้แก่ ทำไร่ ทำนา และทำสวน การเลี้ยงปศุสัตว์ ได้แก่ เลี้ยงโค เลี้ยงกระบือ เลี้ยงสุกร และเลี้ยงไก่ การค้าขาย ได้แก่ ร้านค้าขายปลีก ร้านขายของชำ ตลาดกลางหมู่บ้าน ร้านค้าชุมชน

## การศึกษา

ตำบลสันดอนแก้วมีโรงเรียนจำนวน 5 แห่ง ซึ่งกระจายอยู่ตามแต่ละของหมู่บ้าน ดังนี้

1. โรงเรียนบ้านสันดอนแก้ว หมู่ที่ 1
2. โรงเรียนบ้านอ้อวิทยา หมู่ที่ 6
3. โรงเรียนบ้านแม่วะ หมู่ที่ 3
4. โรงเรียนบ้านสันป่าเปา หมู่ที่ 5
5. โรงเรียนบ้านแม่ทาน หมู่ที่ 7

## สถาบันและองค์กรทางศาสนา

ในพื้นที่ตำบลสันดอนแก้ว มีวัดทั้งสิ้น 8 แห่ง ประกอบด้วย

1. วัดบ้านสันดอนแก้ว หมู่ที่ 1 ตำบลสันดอนแก้ว
2. วัดบ้านด่าน หมู่ที่ 2 ตำบลสันดอนแก้ว
3. วัดบ้านแม่วะ หมู่ที่ 3 ตำบลสันดอนแก้ว
4. วัดบ้านสบแม่นาง หมู่ที่ 4 ตำบลสันดอนแก้ว
5. วัดบ้านสันป่าเปา หมู่ที่ 5 ตำบลสันดอนแก้ว
6. วัดบ้านอ้อ หมู่ที่ 6 ตำบลสันดอนแก้ว
7. วัดบ้านเด่น หมู่ที่ 8 ตำบลสันดอนแก้ว
8. วัดบ้านแม่ทาน หมู่ที่ 7, 9 ตำบลสันดอนแก้ว

## การสาธารณสุข

1. สถานีอนามัยประจำตำบล/หมู่บ้าน 1 แห่ง
2. สถานพยาบาลเอกชน (คลินิก) 2 แห่ง
3. อสม. ประจำหมู่บ้าน 112 คน
4. อัตราแม่และการใช้ส้วมราดน้ำ ร้อยละ 100

## ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่

1. ดินขาว ถ่านหิน อยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 9 บ้านแม่ทาน
2. แร่ฟอสเฟส อยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 5 บ้านสันป่าเปา
3. ป่าไม้ อยู่ในพื้นที่รวมๆ หมู่บ้านทั้ง 9 หมู่บ้าน

### วิสัยทัศน์ตำบลสันดอนแก้ว

แหล่งน้ำเพียงพอ ก่อเกิดรายได้ ชุมชนเข้มแข็ง ประชาชนสามัคคี บ้านเมืองดีและน่าอยู่

### คำขวัญตำบลสันดอนแก้ว

น้ำตกห้วยอ้อเย็นฉ่ำ ถ้ำแจ้งแพรวพราว ดินขาวมีไชร์ ลิกไนต์เหลือแสน ถนนวงแหวน  
ไม่มีสอง เมืองทองในอนาคต

## 2. พระราชบัญญัติ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

มีมาตราที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนและการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน รวมถึงเหตุผลของการตราพระราชบัญญัตินี้แนบท้าย ดังนี้

หมวด 4 การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 25

วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรแล้ว สามารถขอรับการส่งเสริม หรือสนับสนุนจากคณะกรรมการได้ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 26

ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร รวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจการวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ไม่ว่าจะการบริหารงานบุคคล การบัญชี การจัดหาทุน หรือการตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้

มาตรา 27

ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วตามมาตรา 26 อย่างต่อเนื่องรวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงขึ้นตามความพร้อมและความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการวิสาหกิจชุมชน และการออกแบบที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด การร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านคุณภาพการผลิต การจัดการ และการตลาด เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น



มาตรา 28

ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชนประสงค์จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใด ๆ ให้คณะกรรมการให้การสนับสนุนในการจัดตั้งการประกอบการ การตลาด รวมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 29

ให้คณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือการรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นที่เชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ

ในการส่งเสริมตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการพิจารณาให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลือแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในการขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า หรือให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลืออื่นใดเพื่อให้ความคุ้มครองแก่สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนนั้นตามที่เห็นสมควร

มาตรา 30

ในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน ให้คณะกรรมการพิจารณาดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้

- (1) ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนมาตรการที่คณะกรรมการจัดให้มีขึ้นตามมาตรา 26 และมาตรา 27 และการส่งเสริมหรือการสนับสนุนตามมาตรา 28 และมาตรา 29
- (2) ให้การส่งเสริมและสนับสนุน หรือประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีปัญหาเกี่ยวกับเงินทุนในการประกอบการ
- (3) จัดให้มีการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นไปตามความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การฝึกอบรมด้านการจัดการ การบัญชี ภาษีอากร หรือการถ่ายทอดความรู้หรือเทคโนโลยีด้านการผลิตหรือการตลาด
- (4) เสนอแนะให้มีการแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับใด ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานหรือการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน
- (5) ดำเนินการในเรื่องอื่นใดที่คณะกรรมการเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน



### มาตรา 31

ให้มีคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นประธานกรรมการ และกรรมการอื่นอีกไม่เกินสิบสองคนซึ่ง คณะกรรมการแต่งตั้ง มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

- (1) ประสานการดำเนินการของกองทุนต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพลดการซ้ำซ้อนที่ไม่เกิดประโยชน์ และส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน
- (2) ติดตาม และประเมินการดำเนินงานของกองทุนต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจชุมชน
- (2) เสนอแนะต่อกองทุนที่เกี่ยวข้องหรือคณะกรรมการเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานหรือการแก้ไขปัญหาเงินทุนในการสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน
- (3) ดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการมอบหมายให้นำความในมาตรา 15 มาตรา 16 และมาตรา 17 มาใช้บังคับแก่กรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งโดยอนุโลม เว้นแต่การพ้นจากตำแหน่งของกรรมการดังกล่าวตามมาตรา 16 (3) ให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อคณะกรรมการให้ออก

ให้นำความในมาตรา 18 มาตรา 19 และมาตรา 24 มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนโดยอนุโลม

### มาตรา 32

ในกรณีที่มีกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับใดกำหนดให้กิจการวิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการใดอันเป็นภาระที่ไม่เหมาะสมหรือเกินสมควร คณะกรรมการอาจเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการให้มีการลดภาระดังกล่าวแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนได้ตามที่เห็นสมควร

### มาตรา 33

ในกรณีที่คณะกรรมการประสานงานกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชนหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการตามมาตรา 30 แล้วไม่บรรลุผล ให้คณะกรรมการเสนอเรื่องดังกล่าวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

### หมายเหตุ

เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่เศรษฐกิจชุมชนเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และโดยที่เศรษฐกิจชุมชนในปัจจุบันจำนวนหนึ่งยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ สมควรให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน อันจะยังผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต ไม่ว่าจะในระดับใด รวมไปถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางต่อไป จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

## ทิศทางการดำเนินงานเสริมสร้างความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชน ในอนาคต

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม ได้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนา ผู้ผลิตผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม และสนับสนุนการรวมกลุ่มผู้ผลิตใน ชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ ประชาชนในชนบท และได้สรุปข้อค้นพบจากโครงการต่าง ๆ ที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมและจะทำให้ กลุ่มเกษตรกรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง ยั่งยืนตลอดไปไว้ดังนี้

1. ปรับเปลี่ยนจากวิธีการ Look – in มาใช้แบบ Look – Out โดยการศึกษา สภาพแวดล้อมอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมทั้งเอาความต้องการและการมีส่วนร่วมของ ผู้ประกอบการและราษฎร เป็นศูนย์กลาง
  2. ดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาบรรจุกิจชุมชนโดยพิจารณาความเหมาะสม
  3. ดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมชนบทของหน่วยงานต่าง ๆ ให้อยู่ภายใต้หน่วยงานเดียว
  4. รวมลักษณะงานอุตสาหกรรมชุมชน เข้าด้วยกันทั้งหมดและจัดอยู่ในกรอบงาน ธุรกิจอุตสาหกรรมชุมชน
  5. เน้นการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (High Touch/High Taste) เพื่อป้อนกลุ่มเป้าหมายระดับกลางถึงระดับสูงเท่านั้น
  6. สำหรับในด้านเทคโนโลยีผู้ประกอบการ จะต้องเน้นการใช้ปัจจัยการประกอบการ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม
  7. บทบาท/หน้าที่ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งอุตสาหกรรมชุมชน ควรเล่น บทเป็น Strategic unit สนับสนุนด้านวิชาการ
- ทั้งนี้ ควรทำภารกิจงานเป็นตัวตั้ง และมีบทบาทหน้าที่เน้นเฉพาะการส่งเสริม พัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมชุมชนกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดทำกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและราษฎร ยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรม และนโยบายของรัฐบาล/นักรการเมือง เฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พร้อม แปลงกลยุทธ์ให้เป็นกิจกรรม/งานที่ต้องปฏิบัติให้ได้ผลสัมฤทธิ์จริง ซึ่งภารกิจงานหลัก มีดังนี้
- ก. งานศึกษาวิจัย
  - ข. การสร้างพัฒนาผู้ประกอบการชุมชน (คือการติดอาวุธทางปัญญา)
  - ค. การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ธุรกิจอุตสาหกรรมชุมชน
  - ง. การสร้างและเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ธุรกิจอุตสาหกรรมชุมชน
  - จ. การส่งเสริมเงินทุนเพื่อการปรับปรุงขีดความสามารถการแข่งขันของธุรกิจ อุตสาหกรรมชุมชน

### 3. แนวความคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น

#### ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาเป็นวัฒนธรรม เป็นความรู้ที่สะสมจากการปฏิบัติจริงในห้องทดลองของสังคม เป็นความรู้ดั้งเดิมที่ลูกคั่นพบ มีการทดลองใช้ แก้ไขตัดแปลง จนเป็นองค์ความรู้ที่สามารถแก้ไข ปัญหาในการดำเนินชีวิตและถ่ายทอดสืบต่อกันมา ภูมิปัญญาไทยเป็นชุมทรัพย์ทางปัญญาที่คนไทย ทุกคนควรรู้ ควรศึกษา ปรับปรุงและพัฒนาใช้เพื่ออนาคตแห่งการดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสันติและภูมิ ปัญญาท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาที่ควรค่าแก่การศึกษา ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ ดังนี้

ประเวศ วะสี (2536) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นสะสมขึ้นมาจากประสบการณ์หรือความ ชัดเจนจากชีวิตและสังคมในท้องถิ่นหนึ่ง ๆ เพราะฉะนั้นจึงมีความสอดคล้องกับเรื่องของท้องถิ่น มากกว่าภูมิปัญญาที่มาจากข้างนอกซึ่งลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นก็คือมีวัฒนธรรมเป็น พื้นฐาน มีความเป็นบูรณาการสูงทั้งในเรื่องของกาย ใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และเชื่อมโยง ไปสู่ นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่งอีกทั้งยังเน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุ เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้ความสำคัญแก่ประสบการณ์ จึงมีความเคารพผู้อาวุโส ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่า

นิคม ชมภูหลง (2545) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ประสบการณ์ของ ชาวบ้านในท้องถิ่นที่ใช้ในการแก้ปัญหา หรือดำเนินชีวิตโดยได้รับการถ่ายทอดและถักนกรองเป็น ระยะเวลายาวนาน

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (อ้างถึงในสุนันทา แซมเพชร2547 : 86) กล่าวถึงภูมิ ปัญญาท้องถิ่น คือที่มาขององค์ความรู้ที่งอกงามขึ้นใหม่ที่ช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การ จัดการและการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนไทย ลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญามีความเด่นชัด ในหลายด้าน เช่น ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม ด้านการแพทย์แผนไทย ด้าน การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ด้านศิลปกรรม ด้านภาษาและ วรรณกรรม ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี และด้านโภชนาการ

Zane ma Rhea and Bob Teasdale (อ้างถึงในสุนันทา แซมเพชร2547 : 86) ได้แสดงความ คิดเห็นถึงความหมายของภูมิปัญญา โดยมีบริบทว่าเป็นผลที่เกิดจากคิดหรือสิ่งที่สังคมมีความเข้าใจ ร่วมกันว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสังเกตได้จากสังคมท้องถิ่นสามารถสรุปได้ว่าใครเป็นผู้ฉลาด หรือมีภูมิ ปัญญา ภูมิปัญญาเป็นความฉลาดของสังคมหนึ่งอาจไม่ใช่ความรู้ที่สมบูรณ์เสมอไป ภูมิปัญญา ท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ทำให้ท้องถิ่นดำรงอยู่ได้อย่างสมดุล

จากความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นหมายถึง ความรู้ ความสามารถ หรือระบบของความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมจากประสบการณ์ของชีวิตที่มีคุณค่า ของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวให้เหมาะแก่การ เปลี่ยนแปลงของบริบทของสังคม เป็นความรู้ที่สร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

## ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดสะสมกันมาเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาหรือการดำเนินชีวิตซึ่งสภาพของภูมิปัญญาชาวบ้าน นักวิชาการได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 คติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการพื้นฐานขององค์แห่งความรู้

กลุ่มที่ 2 ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี

กลุ่มที่ 3 การประกอบอาชีพในแต่ละท้องถิ่น

กลุ่มที่ 4 แนวความคิด หลักปฏิบัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่และแต่ละประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 เป็นเรื่องเกี่ยวกับคติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการพื้นฐานขององค์แห่งความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมถ่ายทอดกันมา ได้แก่ การประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ โดยการพึ่งพาธรรมชาติมาใช้ประโยชน์เพื่อการยังชีพ เช่น ชุมชนภูเขา มีความเชื่อในเรื่องของผีป่า เจ้าป่า เทพารักษ์ ผู้อยู่ตามพื้นราบเชื่อในเรื่องพระภูมิเจ้าที่ พระภูมินา การสืบทอด แม่ย่า นางเรือ เป็น ความคิดความเชื่อเหล่านี้ จะนำมาสู่การพัฒนาชีวิตและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การจัดพิธีสืบชะตาแม่น้ำ การจัดทำพิธีกรรมบวชต้นไม้ การจัดตั้งป่าสมุนไพร สหกรณ์หมู่บ้าน ธนาคารโค กระบือ ธนาคารข้าว กลุ่มทอผ้า กลุ่มฉาบปูนกฉาบ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 เป็นเรื่องของศิลปะ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นตัวชี้ที่สำคัญต่อการแสดงออกถึงภูมิปัญญาของชุมชนต่อการดำเนินชีวิต เช่น ประเพณีการบวชนาคเข้าพรรษา ออกพรรษา วันสำคัญทางศาสนา การทำบุญวันเกิด โคมไฟ โคมจุก ขึ้นบ้านใหม่แต่งงาน นอกจากนี้ ยังมีศิลปกรรมพื้นบ้าน ที่แสดงปรากฏให้เห็นถึงความสำเร็จของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุ เช่น งานถักสายและทอกระเป๋าย่านลือเลาะภาคใต้ กระเป๋าถือใบตาล เสื้อจันทบูร เป็ดเด็ก เครื่องปั้นดินเผา งานแกะสลัก งานปั้นหล่อ ด้วยโลหะการก่อสร้าง อาคารที่อยู่อาศัย ภาพเขียนบนผนัง การฟ้อนรำและเพลงพื้นบ้าน เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 เป็นเรื่องของการประกอบอาชีพ ในแต่ละท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับสมัยเป็นการปรับการดำเนินชีวิตที่เคยถูกรอรับจากสภาพสังคม พ่อค้าคนกลาง ระบบธุรกิจ ระบบโรงงาน กลับเข้าสู่การเกษตรที่อาศัยความสมดุลทางธรรมชาติ สามารถยืนหยัดต่อสู้กับความล้มเหลวกับการล้มละลายทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ได้อย่างภาคภูมิใจด้วยกำลังกาย กำลังปัญญา และการการสั่งสมประสบการณ์ เช่น การทำวนเกษตร ทำการเกษตรแบบผสมผสาน การเกษตรแบบพึ่งตนเอง การทำสวนสมุนไพรและการแพทย์แผนโบราณ

กลุ่มที่ 4 เป็นเรื่องราวแนวคิด หลักปฏิบัติ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชาวบ้านนำมาใช้ในชุมชน ซึ่งเป็นอิทธิพลของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เช่น การเลี้ยงปลาอุกบักอยู่ในบ่อซีเมนต์ โดยจัดระบบการถ่ายเทน้ำและคิดสูตรอาหารปลาขึ้นมาเอง การคิดค้น



วิธีที่จะกรองน้ำให้ใสเพื่อเพาะฟักลูกปลาให้รอดตาย การประดิษฐ์เครื่องนวดข้าว แบบประหยัด และการคิดสร้างอ่างเก็บน้ำ จากอ่างเก็บน้ำบนภูเขา ลงมาใช้ปลูกพืชสวน

### กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. การทำให้ผู้เป็นตัวอย่าง ถือว่าเป็นวิธีการถ่ายทอดของผู้อาวุโส หรือ ผู้เฒ่าผู้แก่โดยเป็นตัวอย่างของคนในครอบครัว ญาติพี่น้อง ชุมชนเดียวกัน
2. การคิดร่วมกัน เป็นการกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนได้แสดงความรู้สึกรู้สึกและความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ อย่างเป็นธรรมชาติ มีการแลกเปลี่ยนและเสนอความเห็นอย่างมีเหตุผล เปิดโอกาสถ่ายทอดภูมิปัญญาซึ่งกันและกัน
3. การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือการทำงานร่วมกัน โดยการขยายเครือข่ายระดับบุคคลระดับกลุ่มให้มากขึ้นเพราะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาหลากหลายและนำมาพัฒนากิจกรรมที่กระทำอยู่
4. การบรรยาย หรือ เวทีชาวบ้าน เป็นกิจกรรมสำคัญอีกอย่างหนึ่ง สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ประสพการณ์ของชาวบ้านร่วมกัน อันจะส่งผลให้สมาชิกของชุมชนมีความรู้ความสามารถสูงขึ้น

### ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่สั่งสมกันมาแต่อดีต
2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่เรื่องของการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งที่เหนือธรรมชาติ
3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นถ่ายทอดโดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต และพิธีกรรมต่าง ๆ ให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้น
4. ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้เกิดความสงบสุขทั้งในชุมชน หมู่บ้าน หรือในส่วนตัวของชาวบ้าน
5. ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้คนในชุมชนพึ่งตนเองได้ ลดการพึ่งตนเองจากสังคมภายนอก มีส่วนร่วมในการจัดการชุมชนของตน ทราบถึงความต้องการของตน เข้าใจตนเอง และเป็นการปลูกสำนึกในการรับรู้ในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาและนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ เป็นการเชื่อมโยงการเรียนรู้ระหว่างภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

### แนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย สามารถกระทำได้ดังนี้

- 1) การค้นคว้าวิจัย ควรศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาของไทยในด้านต่าง ๆ ของท้องถิ่น จังหวัด ภูมิภาคและของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิปัญญาที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น มุ่งศึกษาให้รู้ความเป็นมาในอดีต และสภาพการณ์ในปัจจุบัน

2) การอนุรักษ์ กระทำโดยการปลูกจิตสำนึกให้คนในท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่า เกียรติยศและความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นต่าง ๆ ส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมตามประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ สร้างจิตสำนึกของความเป็นคนในท้องถิ่นที่จะต้องร่วมกันอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รวมทั้งสนับสนุนให้มีพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพิพิธภัณฑ์ชุมชนขึ้น เพื่อแสดงสภาพวิถีชีวิตและความเป็นมาของชุมชนอันจะสร้างความรู้และความภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นด้วย

3) การฟื้นฟู โดยการเลือกสรรภูมิปัญญาที่กำลังจะสูญหาย หรือที่สูญหายไปแล้วมาทำให้มีคุณค่าและมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น โดยเฉพาะพื้นฐานทางจริยธรรม คุณธรรม และค่านิยม

4) การพัฒนา ควรริเริ่มสร้างสรรค์และปรับปรุงภูมิปัญญาให้เหมาะสมกับยุคสมัยและเกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นพื้นฐานในการรวมกลุ่มการพัฒนาอาชีพ ควรนำความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาช่วยเพื่อต่อยอดเพื่อใช้ในการผลิต การตลาด และการบริหาร ตลอดจนการป้องกันและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5) การถ่ายทอด โดยการนำภูมิปัญญาที่ผ่านการเลือกสรรถ่วงรอนด้วยเหตุและผลอย่างรอบคอบและรอบด้านแล้วไปถ่ายทอดให้แก่คนในสังคมได้รับรู้ เกิดความเข้าใจ ตระหนักในคุณค่า คุณประโยชน์และปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม โดยผ่านสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ

6) ส่งเสริมกิจกรรม โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายการสืบสานและพัฒนาภูมิปัญญาของชุมชนต่าง ๆ เพื่อจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

7) การเสริมสร้างอัตลักษณ์ ควรส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของชาวบ้านผู้ดำเนินงานและปราชญ์ท้องถิ่น ให้มีโอกาสแสดงศักยภาพด้านภูมิปัญญาและพัฒนาความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่ จัดให้มีการยกย่องและประกาศเกียรติคุณในลักษณะต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้มีโอกาสได้รับการยกย่องและประกาศเกียรติคุณในระดับที่สูงขึ้นไป

8) การเผยแพร่แลกเปลี่ยน โดยการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมให้เกิดการเผยแพร่แลกเปลี่ยนภูมิปัญญาและวัฒนธรรมอย่างกว้างขวาง โดยให้มีการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยสื่อและวิธีการต่าง ๆ ส่งเสริมและสนับสนุนการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มชน และท้องถิ่นต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง รวมทั้งประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก

ในฐานะที่เป็นคนไทย เราจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้จักและอนุรักษ์สมบัติอันล้ำค่าของชาติ และต้องช่วยกันสนับสนุน เชิดชูภูมิปัญญาของชาติเพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสืบสาน เผยแพร่ให้เป็นที่เลื่องลือสืบไป

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

1. ความจำเป็นในการดำรงชีวิต ทำให้ผู้คนต่างก็พยายามปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต จึงคิดปรับปรุงพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งต่างๆจากสภาพแวดล้อมมาใช้ประโยชน์ด้วยรูปแบบต่างๆ เช่นการนำพืชพรรณธรรมชาติมาสร้างที่อยู่อาศัย ปรุงอาหาร เป็นต้น
2. สภาพทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม เช่นในท้องถิ่นที่มีเทือกเขาสูงมีแม่น้ำไหลผ่าน ก็จะสร้างเขื่อน อ่างเก็บน้ำไว้ใช้ตลอดปี บริเวณที่มีฝนตกชุก น้ำท่วมก็สร้างบ้านเรือนที่ได้ถุนสูง
3. ความเชื่อหลักคำสอนทางศาสนาและอำนาจเหนือธรรมชาติ คนไทยมีพระพุทธศาสนาและอำนาจเหนือธรรมชาติ มีหลักคำสอนทางศาสนาเป็นวิถีในการดำเนินชีวิต และเป็นสิ่งที่พึงพอใจ จึงมีการจัดที่บูชาไว้สำหรับการกราบไหว้ ทำให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในด้านต่างๆเช่น ด้านประติมากรรมมีการสร้างพระพุทธรูป
4. ความเจริญทางด้านเทคโนโลยีจากตะวันตก เช่นการใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคน
5. การศึกษาหาความรู้จากประสบการณ์เพิ่มเติม
6. ภาวะของการเป็นผู้นำ

### 4. แนวความคิดและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระองค์ได้ตรัสถึงคนทั่วไปที่เข้าร่วมแนวการพัฒนาจะก้าวหน้าด้วยความเสถียรน้อยในความเสียหายว่า “การพัฒนาประเทศจะต้องดำเนินการเป็นขั้น ๆ ขั้นแรกจะต้องมีพื้นฐานที่คนส่วนใหญ่จะมีพอจะดำรงชีพได้ โดยอาศัยวิธีการและเครื่องมือที่ประหยัดและถูกต้อง เมื่อพื้นฐานมั่นคงก็พร้อมที่จะดำเนินการได้ แล้วค่อย ๆ ขยายและพัฒนาไปตามลำดับเพื่อยกความร่ำรวยและมาตรฐานทางเศรษฐกิจไปสู่ขั้นสูงตามขั้นตอน” อันประกอบด้วย

#### เกษตรพึ่งตนเอง

ในปี 2537 ในหลวงได้ทรงเปิดเผยให้เห็นรูปแบบสวนครัวพึ่งตนเอง ที่ได้ทรงทดลองที่สระบุรี ซึ่งเป็นฟาร์มขนาดกลาง แบ่งเป็น 4 ส่วน เพื่อบุคสระน้ำ 30% ปลูกข้าว 30% ปลูกผักผลไม้ 30% ส่วนที่เหลือ 10% เป็นที่อยู่อาศัย สาระสำคัญของทฤษฎีเป็นข้อสรุปของในหลวงที่จะทำให้ประสบความสำเร็จของการพัฒนาที่มีประโยชน์อย่างแท้จริงของคนทั่วไป ความก้าวหน้าจะต้องทำให้สำเร็จในแต่ละขั้นตอน ก่อนที่จะเคลื่อนไปสู่ขั้นตอนอื่น ๆ ขั้นตอนแรกจะต้องมีรากฐานมั่นคงในการพึ่งตนเอง พลังขับเคลื่อนในการพัฒนาจะต้องมาจากภายใน ขึ้นอยู่กับการสะสมความรู้ กล่าวโดยย่อ คือ การพึ่งตนเอง

#### ความพอประมาณ

ข้อนี้จะสัมพันธ์กับความพอเพียง คำว่าพอเพียงมีสองความหมาย คือ ไม่น้อยเกินไป และไม่มากเกินไปเป็นแนวความคิดแบบมัชฌิมาปฏิปทา อยู่ระหว่างความต้องการและความพุ่มเพียรระหว่างความกล้าหาญและความฝันที่เป็นไปไม่ได้ หมายถึงทั้งพึ่งตนเองได้และประหยัด มัชฌิมาปฏิปทา



## ความมีเหตุผล

ความมีเหตุผลมีความหมายถึงการประเมินผลการกระทำและเข้าใจถึงผลที่ตามมาไม่เฉพาะแต่ตนเอง คนอื่น สังคม แต่เรื่องสิ่งแวดล้อมด้วย ทั้งในช่วงสั้นและระยะยาว จึงรวมถึงประสบการณ์และความรู้ ตลอดจนความสามารถวิเคราะห์ จิตสำนึก การหยั่งเห็น ความเห็นอกเห็นใจกัน

## ภูมิคุ้มกันในตัว

ภูมิคุ้มกันในตัวหมายถึงมีความสงบเยือกและความสามารถที่จะต่อสู้ ปรับเข้ากับการเปลี่ยนแปลงภายนอก ไม้ที่อ้อยอิ่งกับเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงหรือควบคุมไม่ได้ ซึ่งหมายถึงการพึ่งตนเองและการมีวินัยในตัวเอง นอกจากองค์ประกอบสามประการเหล่านี้แล้ว เงื่อนไขอีกสองตัวที่จำเป็นกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความรู้และการบูรณาการ (คุณธรรม)

ปัจจัยเหล่านี้เกี่ยวข้องกันและเหลื่อมล้ำกันอยู่ ความมีเหตุผลบ่งชี้ถึงความพอประมาณ ความพอประมาณ สร้างความมั่นคงในตนเอง ความมั่นคงในตนเองเป็นตัวประกอบความมีเหตุผลทั้งหมดไม่ได้แยกจากกัน แต่เป็นการค้ำจุนกัน เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาเป็นไปตามค่านิยมร่วมของคนไทย นำมาเป็นระบบการจัดการระดับชาติแนวใหม่ ตั้งอยู่บนรากฐานความพอเพียง คุณภาพชีวิต และเป้าหมายที่ยั่งยืน

## รากฐานเชิงปรัชญา

แนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการทำทนายกรอบงานเศรษฐกิจตามธรรมเนียมประเพณีมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับแนวความคิดทางพระพุทธศาสนา แต่ก็ไม่นอกเหนือจากศาสนาอื่น ๆ เพราะตรรกะที่สร้างขึ้นจะอยู่ในแวดวงแนวคิดง่าย ๆ ที่เกี่ยวกับมนุษย์และโลกความเข้าใจหลักพื้นฐานทางพุทธศาสนาจะชี้ให้เห็นความลึกซึ้งแนวคิดที่สำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และความมั่นคงในตนเอง เศรษฐกิจพอเพียงเป็นการพัฒนามนุษย์ที่เป็นธรรมชาติโดยเน้นที่ความเป็นมนุษย์เป็นศูนย์กลางเน้นการกินอยู่ดีมากกว่าทรัพย์สินสมบัติ การสร้างความยั่งยืนเป็นแก่นของแนวคิดหรือปรัชญา เข้าใจถึงความจำเป็นเพื่อความปลอดภัย มุ่งถึงการสร้างความสามารถของบุคคลเพื่อพัฒนาศักยภาพของเขาเอง แต่จะอย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจพอเพียงไม่ได้เป็นเหมือนการพัฒนามนุษย์ เนื่องจากมีองค์ประกอบเพิ่มเข้าไป 2 ประการ คือ

ประการแรก เศรษฐกิจพอเพียง เน้นจุดสำคัญที่การพัฒนาจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นที่รวมของการพัฒนาทุก ๆ อย่าง

ประการที่สอง เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเพียงตัวชี้้นำในการตัดสินใจ ที่จะนำมาใช้ในแต่ละสาขาหน่วยงานรัฐบาล ที่มีความผูกพันอยู่กับการใช้ทรัพยากรการพัฒนา และเป็นแนวนำส่วนบุคคลถึงวิธีการตัดสินใจซึ่งจะทำให้ประผลคือความยั่งยืน สุขภาพ ยาวนาน การเรียนรู้ สร้างพลัง การเป็นอยู่ที่ดี และมีความสุข

## 5. แนวความคิดการวิจัยแบบมีส่วนร่วม

### ปรัชญาของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม มีปรัชญาเพื่อมุ่งช่วยเหลือกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม เชื่อในความสามารถของมนุษย์ที่จะเรียนรู้ในสิ่งที่สามารถเป็นประโยชน์สูงสุด หาวิธีแก้ปัญหาของตนเองเมื่อถึงคราวที่ตนจะต้องตัดสินใจว่าจะทำอย่างไร

### หลักการการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม มีดังนี้

1. ให้ความสำคัญและเคารพต่อภูมิความรู้ของชาวบ้าน ตลอดจนระบบการสร้างความรู้ที่แตกต่างไปจากของนักวิชาการยังเป็นสิ่งที่ปฏิบัติและยอมรับกันแพร่หลายในหมู่ชาวบ้านคนยากจน เพื่อเป็นหนทางแก้ปัญหาในการดำรงชีวิตของเขา
2. ปรับปรุงความสามารถและศักยภาพของชาวบ้านด้วยการส่งเสริมยกระดับและพัฒนาความเชื่อมั่นในตัวเองของเขาให้สามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์สถานการณ์ปัญหาของเขาเอง
3. ให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้านและคนยากจน โดยให้สามารถได้รับความรู้ที่เกิดขึ้นในระบบสังคมของเขาและสามารถที่จะทำความเข้าใจ แปลความหมายตลอดจน นำไปใช้อย่างเหมาะสม
4. สนใจในปริทัศน์ของชาวบ้าน โดยการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมจะช่วยเปิดเผยให้เห็นคำถามที่ตรงกับปัญหาของชาวบ้าน
5. ปลอดภัยต่อความคิด สามารถใช้ความคิด ความเห็นของตนอย่างเสรีในการมองสถานการณ์และปัญหาของตนเอง สามารถใช้วิจารณ์ญาณในการวิเคราะห์ วิจัย ตรวจสอบสภาพเท็จจริงต่าง ๆ สามารถยืนหยัดต่อต้านพลังอิทธิพลจากภายนอก หรือจากอำนาจกดขี่ของผู้มีอำนาจ

## 6. แนวความคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

### กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าสินค้า

หนึ่งกลยุทธ์ที่มีความสำคัญยิ่ง ที่นักธุรกิจยุคใหม่ควรให้ความสำคัญในการแข่งขันบนโลกการค้าอันดุเดือดนี้ คือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวนี้ ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญอย่างมาก และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เจ้าของผลิตภัณฑ์หลายรายประสบความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการเกี่ยวกับการออกแบบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สินค้าฉีกแนวจากสินค้าคู่แข่ง ซึ่งจะสร้างความสะดุดตาประทับใจแตกต่างสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาดอย่างสิ้นเชิง เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า เพราะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจยุคใหม่ทำให้วิธีการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนไป ธุรกิจเริ่มมองเห็นความสำคัญของการออกแบบเพราะค้นพบอย่างชัดเจนว่ามีผลต่อยอดขายสินค้าอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะสัมฤทธิ์ผลตามต้องการได้ สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงควบคู่ไปด้วย คือ การรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเป้าหมายแรก คือ ความต้องการของลูกค้า

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยการออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วน คือ การออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟฟิก โดยที่การออกแบบโครงสร้างจะเน้นคุณสมบัติของวัสดุที่ทำบรรจุภัณฑ์ ส่วนการออกแบบกราฟฟิกจะสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย การออกแบบทั้งสองส่วนจะเกี่ยวพันกันไปมาในทางเดียวกันเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ บางครั้งเราจะพบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตาบนชั้นวางขาย แต่สภาพเสียหายเนื่องจากบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นไม่คำนึงถึงการออกแบบโครงสร้าง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสินค้าค่อยลงไป

ในทางกลับกัน สินค้าและบรรจุภัณฑ์บางชนิดมีสภาพดีแต่ผู้ซื้อไม่สนใจหยิบชม เนื่องจากขาดสีสันและข้อมูลที่ผู้ซื้อสนใจ ดังนั้นการออกแบบทั้งทางด้านโครงสร้างและกราฟฟิกจึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างคุณค่าของสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จทั้งด้านความคุ้มครองและส่งเสริมการขายจะต้องให้ความสำคัญในการรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายเป็นลำดับแรกการเลือกตลาดเป้าหมาย

ก่อนที่สินค้าจะถูกปล่อยเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย ผู้ผลิตควรศึกษาและวิเคราะห์โอกาสที่สินค้าจะสามารถขายได้ในตลาด โดยจะต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วนและได้ข้อมูลที่ถูกต้อง การเลือกพิจารณาตลาดเป้าหมายจะต้องพิจารณาร่วมกับนโยบายด้านการค้าและการเมือง ประเพณี ภาษา สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการขนส่ง และระยะทางการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาดเป้าหมาย หากงบประมาณด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขายมีจำกัด ควรเลือกตลาดเป้าหมายที่มีการแข่งขันไม่รุนแรงมากนัก

การคัดเลือกตลาดเป้าหมายจำเป็นต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ร่วมไปกับการแข่งขันด้านการตลาด โดยที่บรรจุภัณฑ์จะเป็นกุญแจสำคัญที่ต้องศึกษาร่วมไปกับผลิตภัณฑ์ด้วย ในการวิเคราะห์กฎเกณฑ์ด้านการบรรจุภัณฑ์ของตลาด ผู้ศึกษาจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลต่างๆ ด้านการค้า ประชากร ราคา ความต้องการของผู้บริโภค และกฎระเบียบต่างๆ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและอื่นๆ เมื่อข้อมูลพื้นฐานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับตลาด ได้ถูกรวบรวมจนครบ เราจะสามารถกำหนดการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเราในตลาดได้การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

ในการวางตำแหน่งของสินค้าในตลาดจำเป็นต้องทราบว่า ใครเป็นผู้ขาย ขายอะไร ขายให้ใคร ผู้ผลิตต้องตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้ว่าต้องการให้ผู้บริโภคมองเห็นผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่สัมพันธ์อย่างไรกับบริษัทและผลิตภัณฑ์อื่นหรือตราอื่นๆ ของบริษัท รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งหมดที่อยู่ในตลาดที่สนองความต้องการเดียวกัน

การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์นอกจากจะตอบคำถามเพื่อการออกแบบด้านบรรจุภัณฑ์แล้ว ยังต้องตอบคำถามให้ครอบคลุมถึงงานด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายได้อีกด้วย หากเราตั้งสมมติฐานในเบื้องต้นว่าตลาดเป้าหมายได้รับการคัดเลือกและได้ศึกษาและกำหนดการวางตำแหน่งของตัวผลิตภัณฑ์ในตลาดแล้วอย่างสมบูรณ์ ลำดับต่อไปเป็นการ

ดำเนินการเลือกวัสดุที่มีโครงสร้างเหมาะสมสำหรับการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเราต้องกำหนดให้ได้ก่อนว่าบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่อะไรบ้าง

บรรจุภัณฑ์และวัสดุช่วยบรรจุมีความสำคัญหรือมีหน้าที่พื้นฐานที่เป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ 4 ข้อ โดยหน้าที่พื้นฐาน 3 ข้อแรกจะเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้าง ส่วนหน้าที่สุดท้ายจะโยงไปสู่การออกแบบกราฟฟิก

**หน้าที่แรก** การรองรับ บรรจุภัณฑ์จะต้องรองรับสินค้าที่มีปริมาณและน้ำหนักได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปริมาณบรรจุสามารถบอกได้โดยปริมาตร น้ำหนัก หรือจำนวนหน่วยของผลิตภัณฑ์ มิติของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมมีความสำคัญทั้งด้านความแข็งแรงและค่าใช้จ่าย กล่าวคือ

-บรรจุภัณฑ์ที่มีมิติพอดีกับผลิตภัณฑ์และมีพื้นที่ว่างภายในบรรจุภัณฑ์น้อยที่สุดจะทนทานต่อแรงกดและแรงดันจากการเคลื่อนย้ายได้ดีกว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีช่องว่างภายในมาก โดยที่ตัวผลิตภัณฑ์เองจะช่วยต้านแรงกดต่างๆ ที่กระทำต่อบรรจุภัณฑ์ ในขณะที่บรรจุภัณฑ์ที่มีช่องว่างมากตัวบรรจุภัณฑ์จะรับแรงกดทั้งหมดเพียงลำพัง

-บรรจุภัณฑ์ที่มีมิติใหญ่กว่าผลิตภัณฑ์จะสิ้นเปลืองวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ในหลายๆ ประเทศ หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม จะไม่ยอมรับบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เกินผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ หลายประเทศมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในการทำalayต่ำ จะต้องคำนึงถึงความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ได้อย่างปลอดภัยด้วย

**หน้าที่ประการที่สอง** คือ ความคุ้มครองป้องกัน บรรจุภัณฑ์จะต้องคุ้มครองป้องกันสินค้าที่บรรจุอยู่ให้ปลอดภัยจากการเสื่อมสภาพ การแตกหัก ความชื้นหรือบรรยากาศ และการถูกลักขโมย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องป้องกันสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค การใช้บรรจุภัณฑ์เกินความจำเป็นคือสิ่งที่ผิดพลาด เนื่องจากจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการบรรจุภัณฑ์สูงเกินความต้องการ หรือใช้บรรจุภัณฑ์น้อยไปสินค้าอาจเกิดความเสียหายได้ สิ่งที่เราควรระลึกถึงคือ บรรจุภัณฑ์ควรมีความแข็งแรงเท่าที่สินค้าต้องการ โดยมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

**หน้าที่ประการที่สาม** คือ การเคลื่อนย้าย บรรจุภัณฑ์จะช่วยอำนวยความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและการขนส่งขนผลิตภัณฑ์ไปถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ สำหรับผู้ส่งออกค่าใช้จ่ายในการขนส่งจะเป็นค่าใช้จ่ายที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้จะถูกเพิ่มเข้าไปในตัวสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะมีส่วนช่วยลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้

การเคลื่อนย้ายบรรจุภัณฑ์จะครอบคลุมถึงการเคลื่อนย้ายในการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือกระบวนการเคลื่อนย้ายในการทำลายบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว และบรรจุภัณฑ์ก็ควรถูกออกแบบให้ง่ายต่อการเปิดปิดและการหิ้วถือเคลื่อนย้ายไปตลอดทั้งระบบในตลาดเป้าหมายที่อาจจะใช้เครื่องจักรหรือแรงงานคน

**หน้าที่ประการสุดท้าย** คือ การส่งเสริมการขาย บรรจุภัณฑ์จะต้องส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ทั้งในระยะเริ่มต้นและในระยะยาว เมื่อบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบให้เหมาะสมในการรองรับป้องกัน และเคลื่อนย้ายแล้ว ยังต้องทำหน้าที่เป็นผู้แทนขายที่ดีสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุอยู่

ภาพกราฟฟิคที่มองเห็นจะทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ก็ต่อเมื่อการออกแบบกราฟฟิคอยู่บนบรรทัดที่มีความเหมาะสม ภายใต้หน้าที่ส่งเสริมการขาย บรรทัดที่ดีจะต้องมีข้อมูลต่างๆ บนฉลากครบถ้วนและถูกต้องตามกฎระเบียบทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อมและตลาดเป้าหมาย บรรทัดที่ดีจะต้องสะดวกตั้งแต่ครั้งแรกที่วางจำหน่ายและสร้างตราหรือยี่ห้อที่เชื่อถือได้

การออกแบบบรรทัดที่ดีจะต้องพิจารณาถึงกรอบหน้าที่พื้นฐานทั้ง 4 ข้อ โดยขั้นตอนแรกของการออกแบบเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ซึ่งต้องอาศัยการวิจัยเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการออกแบบ เพราะในการออกแบบบรรทัดให้เหมาะสมและถูกต้องจำเป็นต้องใช้ข้อมูลต่างๆ หลายสาขามาประกอบกันสำหรับการออกแบบบรรทัดที่ดี ดังนี้

-ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยบุคคลที่รับผิดชอบในเรื่องการวางแผนด้านการบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติทางด้านกายภาพ เคมี และทางกลของตัวผลิตภัณฑ์ โดยควรรู้ว่าผลิตภัณฑ์จะเสื่อมสภาพอย่างไร หรือแตกหักได้ง่าย ผลิตภัณฑ์หลายชนิดจะมีการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติเมื่ออุณหภูมิและความชื้นแปรผัน ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจะเสื่อมสภาพได้ง่ายเมื่อเกิดปฏิกิริยาเคมี เช่น ออกซิเดชัน ผลิตภัณฑ์บางชนิดจะขึ้นราหรือถูกเชื้อแบคทีเรียแล้วเกิดการเสื่อมสภาพ เป็นต้น ความรู้ด้านการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์พิจารณาเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และแข็งแรงเพียงพอต่อการป้องกันการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์

ในบางกรณีการหีบห่อผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องปรับเปลี่ยน โครงสร้างหรือขนาดของผลิตภัณฑ์เพื่อให้บรรจุได้พอดี โดยที่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือขนาดจะต้องไม่ลดทอนคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น การหีบห่อเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งต้องแยกชิ้นเฟอร์นิเจอร์ก่อนการบรรจุ แต่เมื่อนำส่วนประกอบมาประกอบกันแล้ว จะต้องได้ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่มีคุณภาพเหมือนเดิมทุกประการ

-ข้อมูลด้านการผลิต ที่จำเป็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ความเร็ว และปริมาณการผลิตต่อครั้ง วิธีการผลิต ลักษณะการผลิตเป็นแบบอัตโนมัติ หรือแบบใช้แรงงานคน ซึ่งการเลือกใช้เครื่องจักรในการบรรจุจะสัมพันธ์กับความเร็วของการผลิตสินค้า และสอดคล้องกับแผนผังการวางเครื่องจักรภายในโรงงาน

-ข้อมูลกระบวนการบรรจุ ก่อนการบรรจุสินค้าด้วยเครื่องจักร ผู้ปฏิบัติงานจะต้องตรวจสอบความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ทำเป็นบรรจุภัณฑ์ และมีขนาดตรงตามข้อกำหนดของเครื่องจักรบรรจุ นอกจากนั้นอาจต้องพิจารณากระบวนการทำงาน ดังนี้

1) กระบวนการบรรจุด้วยเครื่องจักรแบบอัตโนมัติ จำเป็นต้องตั้งความตึงของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ให้มากกว่าการบรรจุแบบใช้แรงงานคน เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่ถูกต้องต่อเนื่องตลอดการทำงาน

2) กรณีการบรรจุหีบห่อแบบใช้แรงงานคน การเลือกแบบของบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งชนิดของวัสดุจะต้องสอดคล้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานของคน โดยใช้เวลาเร็วในการบรรจุตามที่ออกแบบไว้

3) สำหรับกรณีที่ต้องใช้เครื่องจักรบรรจุเดิมที่มีอยู่แล้ว จำเป็นต้องตรวจสอบความสามารถในการบรรจุของเครื่องจักรตลอดจนพื้นที่ปฏิบัติงาน รวมทั้งความเชี่ยวชาญของผู้ปฏิบัติด้วย

-ข้อมูลด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ผู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนด้านบรรจุภัณฑ์ ต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติของวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายชนิด เพื่อเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์และกระบวนการบรรจุ ตลอดจนข้อจำกัดของตัววัสดุและบรรจุภัณฑ์ด้วย วัสดุที่ถูกเลือกจำเป็นต้องเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายที่อาจต้องพิจารณากฎระเบียบเรื่องการหมุนเวียนใช้วัสดุหรือการทิ้งวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้จัดจำหน่ายวัสดุ ความเชื่อถือ ราคาวัสดุ และระยะเวลาการจัดส่งวัสดุ ก็เป็นข้อมูลจำเป็นที่จะกำหนดการเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม อย่าลืมนว่าคุณภาพของวัสดุต้องมาก่อนราคา วัสดุที่มีราคาถูกที่สุด อาจจะไม่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจต่อบริษัทก็ได้ ในกรณีที่การกองเก็บวัสดุต้องการสภาวะการเก็บที่แตกต่างกันไป และบริษัทไม่สามารถจัดหาสถานที่กองเก็บที่เหมาะสมได้ครบ การจำกัดปริมาณการสั่งซื้อวัสดุจะช่วยให้การบริหารการกองเก็บวัสดุมีประสิทธิภาพมากขึ้น

-ข้อมูลด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย การขนส่งสินค้าทางบก ทางอากาศ และทางน้ำ แต่ละแบบมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงต่างกัน ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ย่อยๆ รวมหน่วยกันจะช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้แก่บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย เพื่อคุ้มครองสินค้าไปตลอดเส้นทางขนส่ง ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายและการขนส่ง จำนวนครั้งของการขนถ่ายบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการลำเลียงบรรจุภัณฑ์ไปตลอดการขนส่ง การใช้อุปกรณ์เครื่องจักรกลในการขนถ่ายสินค้า ณ จุดขนถ่าย จำเป็นต้องให้บรรจุภัณฑ์ขนส่งย่อยรวมกันเป็นหน่วยใหญ่ 1 หน่วยบนแท่นรองรับสินค้า และใช้อุปกรณ์ทางกลเป็นเครื่องขนย้าย ดังนั้นการพิจารณาเลือกวิธีการขนส่งจึงต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียเพิ่มเมื่อเทียบกับการขนย้ายด้วยแรงงานคน การเลือกขนาดของแท่นรองรับสินค้าในการขนย้าย ควรมีขนาดพอเหมาะกับรูปแบบการขนส่งและเครื่องจักรที่ใช้ในการขนย้าย ณ ตลาดเป้าหมายที่อยู่ปลายทางขนส่ง รูปแบบการขนส่งแต่ละแบบ จำเป็นต้องมีเครื่องหมายสากลแสดงข้อกำหนดของการขนย้ายและขนส่ง เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้อุปกรณ์ที่ถูกต้อง และระมัดระวังเป็นพิเศษในระหว่างการขนย้าย สำหรับกลุ่มสินค้าผักและผลไม้ สินค้าที่เน่าเปื่อยได้ และสินค้าอันตราย จำเป็นต้องมีเครื่องหมายพิเศษที่เป็นสากลระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยในการขนย้ายและขนส่งได้อย่างถูกวิธี ตลอดจนผู้นำเข้าบางคนอาจต้องการเครื่องหมายหรือ

ข้อมูลบางอย่างอยู่บนบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือในการแยกแยะบรรจุภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว สำหรับการขนส่งไปจัดจำหน่ายต่อไป

-ข้อมูลเรื่องกฎระเบียบ ผู้ออกแบบและวางแผนบรรจุภัณฑ์ ควรจะมีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบของตลาดเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งระบุข้อกำหนดการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ การปนเปื้อนบนบรรจุภัณฑ์ ขนาดของบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนฉลากบรรจุภัณฑ์ ตลาดเป้าหมายแต่ละประเทศ หรือกลุ่มประเทศมีข้อกำหนดกฎระเบียบต่างๆ ไม่เหมือนกัน ดังนั้น ข้อมูลเหล่านี้จะต้องศึกษาและรวบรวมไว้ให้มากที่สุด เพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกฎระเบียบต่างๆ ดังกล่าว

-ข้อมูลของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคในตลาดมีทัศนคติที่แตกต่างกันในเรื่องของรูปร่าง จำนวน สี สัน และสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถทำหน้าที่แทนผู้ขายได้อย่างสมบูรณ์สำหรับสินค้า โดยเฉพาะสินค้าส่งออกจะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้พิจารณาความแตกต่างของวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งประเทศต่างๆ จะออกแบบสื่อความหมายของรูปร่าง สี สัน และสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อ และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

-ข้อมูลบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นกฎเกณฑ์สำคัญที่จะต้องนำมาพิจารณาถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและสิ่งแวดล้อมจะมีความซับซ้อนและวัดค่าผลกระทบได้ยาก การตลาดที่อิงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมได้รับการยอมรับออกมาในรูปของฉลากเขียว (Eco-labels) ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์และชื่อเสียงของสินค้าด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยดึงดูดความสนใจและแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้ขยายตัวมากขึ้นในประเทศต่างๆ แต่ละประเทศก็จะมีแนวคิดและระบบดูแลด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมาตรฐานระดับนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมที่หลายๆ ประเทศได้ร่วมกันพัฒนาให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อลดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในเรื่องการตลาดกับสิ่งแวดล้อม โดยเผยแพร่ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมออกมาเป็นกฎระเบียบข้อแนะนำ และฉลากสิ่งแวดล้อมมากกว่า 20 แบบ กระจายไปทั่วโลก

-ข้อมูลการวิเคราะห์และตรวจสอบวงจรชีวิต เป็นการวิเคราะห์และตรวจสอบวงจรชีวิต ศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของกระบวนการต่างๆ ตัวอย่างเช่น บรรจุภัณฑ์ โดยศึกษาตั้งแต่เริ่มต้นการออกแบบไปจนถึงระยะสิ้นสุดของการใช้บรรจุภัณฑ์ การตรวจวัดและประเมินรูปแบบของวงจรชีวิตบรรจุภัณฑ์จะถูกวัดค่าและประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดระยะทางตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ

#### การวางแผนเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์

เมื่อได้ข้อมูลทั้งหมดจากการทำวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์แล้ว ปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนต่อไปได้แก่

-วัสดุบรรจุภัณฑ์ วัสดุเดี่ยวหรือวัสดุผสมที่ถูกคัดเลือกใช้ทำบรรจุภัณฑ์ควรมีความสามารถในการป้องกันสินค้าจากการเสื่อมสภาพหรือความเสียหายต่างๆ ได้ ผู้ออกแบบควรให้ความสนใจรอบเชื่อมและการปิดผนึกของบรรจุภัณฑ์เป็นพิเศษ เพราะถึงแม้จะเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดมาออกแบบทำเป็นบรรจุภัณฑ์ แต่หากบรรจุภัณฑ์นั้นมีรอยร้าวหรือปิดผนึกไม่เหมาะสม บรรจุภัณฑ์นั้นก็ไม่สามารถป้องกันสินค้าจากความเสียหายได้

-การออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์และวัสดุช่วยบรรจุต้องคำนึงถึงคุณสมบัติในการป้องกันการแตกหักเสียหายของสินค้าตลอดระยะทางการขนส่งทั้งระบบ ผู้ออกแบบจำเป็นต้องรู้ข้อมูลว่าสินค้าควรจะขนย้ายในลักษณะใด และสินค้าจะได้รับแรงเค้นหรือแรงกดดันอย่างไรตลอดเส้นทางการขนส่ง การใช้เครื่องหมายสากลพิมพ์ลงบรรจุภัณฑ์ขนส่งจะช่วยให้การขนย้ายสินค้ากระทำได้ถูกต้อง และลดโอกาสการลักขโมยระหว่างการขนย้าย โดยข้อมูลที่ปรากฏอาจอยู่ในรูปของรหัสสินค้าซึ่งตรงกับรหัสสินค้าในเอกสารการขนส่งเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกขโมย ตัวอย่างสินค้าที่ควรระมัดระวังได้แก่ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และของมีค่าชิ้นเล็กๆ และสิ่งทอ เป็นต้น

-เครื่องหมายและข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ เช่น น้ำหนัก ตลาดปลายทาง ควรพิมพ์ให้ชัดเจนและตัวอักษรถูกต้อง นอกจากนี้ เครื่องหมายและตัวอักษรไม่ควรลบเลือนง่ายเมื่อถูกความชื้นหรือเปื้อนคราบสกปรกต่างๆ ระหว่างการขนส่ง การขนส่งด้วยวิธีรวมหน่วยโดยใช้แท่นรองรับสินค้าหรือตู้คอนเทนเนอร์ จะช่วยป้องกันความเสียหายและการลักขโมยได้

-มิติ (ขนาด) ของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีขนาดที่เหมาะสมกับตัวสินค้า โดยใช้วัสดุอย่างมีประสิทธิภาพมีของเสียน้อยที่สุด และใช้พื้นที่ในการจัดวางเรียงซ้อนกันภายในตู้คอนเทนเนอร์อย่างเต็มที่ กล่าวคือ บรรจุภัณฑ์ขายปลีก ควรมีขนาดพอดีกับบรรจุภัณฑ์ขนส่ง และบรรจุภัณฑ์ขนส่งสามารถวางเรียงซ้อนบนแท่นรองรับสินค้าได้เต็มพื้นที่

## 7. ทฤษฎีความพึงพอใจ

### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นจากความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) และการใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ความพึงพอใจของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับความรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ ถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง (Expectation) แสดงว่ามีความพึงพอใจแต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังแสดงว่าไม่พึงพอใจ ( Phillip Kotler 1967 : อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์: 2541)

### ทฤษฎีความพึงพอใจ (Satisfaction)(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ,2541)

เป็นระดับความรู้สึกที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์หรือการทำงานกับการคาดหวัง ระดับความพอใจจะเกิดความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ ความคาดหวัง การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตเครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Tools For Tracking And Measuring Customer Satisfaction) เป็น

วิธีการที่จะติดตาม วัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า บริษัทที่ยึดปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้าจะมีจุดมุ่งหมายที่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ

- (1) วิธีการสร้างความพึงพอใจจะทำโดยการลดต้นทุนลูกค้า (ลดราคา หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งสิ่งนี้มีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง
- (2) บริษัทต้องสามารถสร้างกำไรโดยวิธีหนึ่ง เช่น ลงทุนการผลิตเพิ่มขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) เหล่านี้ถือว่า มีผลกระทบต่อกำไรและต้นทุน
- (3) ในบริษัทประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิต คนกลาง การเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจลูกค้า สามารถทำได้ด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

1. ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion System) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของ บริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ธุรกิจเหล่านี้จะมีกล่องเพื่อรับความคิดเห็นของลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เครื่องมือที่ใช้มากที่สุดคือการวิจัยตลาด วิธีการนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้าไม่สนใจที่จะเลือกวิธีแรกลูกค้าส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปซื้อที่ผู้ขายรายอื่นแทนที่จะเสนอแนะคำติชมให้บริษัท ซึ่งเป็นผลทำให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้า เทคนิคต่างๆที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

2.1. การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ เฉยๆ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามว่าลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ การบริการ และข้อเสนอแนะต่างๆที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่าการวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า(Problem Analysis)

2.4 เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product Performance Rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งของผลิตภัณฑ์

2.5.เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคล ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง รวมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ

4. การวิเคราะห์ลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) โดยการวิเคราะห์ หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเก่าที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

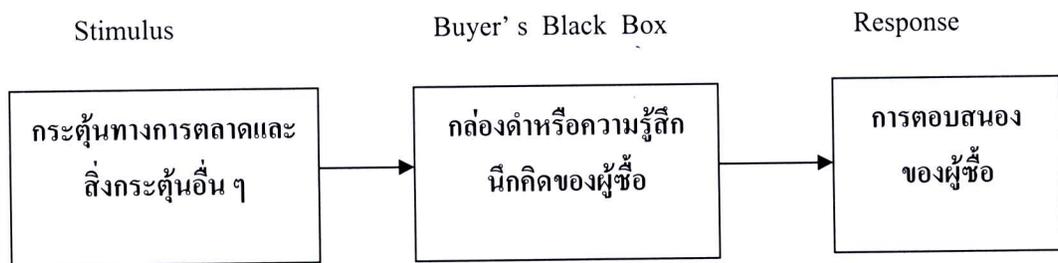


### 8. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด

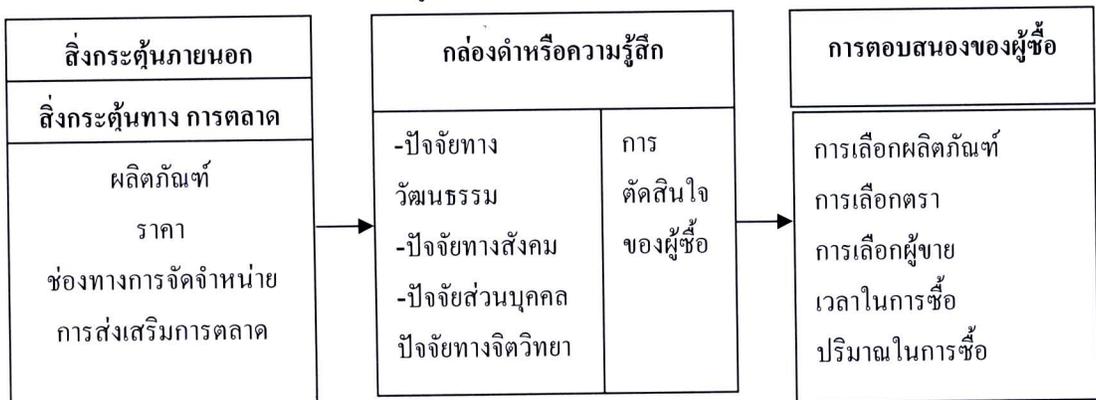
#### ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

Philip Kotler (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) กล่าวถึงการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ดังแผนภาพที่ 3 และแผนภาพที่ 4

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น โมเดลนี้ จึงอาจเรียกว่า S-R Model โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2.3 : แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้ออย่างง่ายหรือ S-R Model



ภาพที่ 2.4 : ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (S – R Model)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบไปด้วย

ก. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น มีการบรรจุขวดให้หลายขนาด หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับโอกาสในการเลือกบริโภคเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค

ข. สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับขนาดของผลิตภัณฑ์ เช่น ขวดเล็กอาจจะจำหน่ายในราคาที่ต่ำแต่ในขวดที่มีขนาดกลางหรือใหญ่ อาจจะเพิ่มราคาขึ้นอีกเล็กน้อยเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค

ค. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่ายเช่นจัดจำหน่ายบรรจุขวดให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคซึ่งถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการในการบริโภค บรรจุขวดเพิ่มขึ้น

ง. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอใช้พนักงานขายในการเสนอขาย สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค การให้ความรู้หรือประโยชน์จากการบริโภค

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ตัวอย่าง การเลือกผลิตภัณฑ์ มีทางเลือกคือ ขนาดบรรจุคือ 330 มล. 500 มล. และ 200 มล.

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคจะเลือกยี่ห้อ ออรา มิเนเร่ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจากห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าใกล้บ้าน

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภค จะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภค จะเลือกที่จะซื้อหนึ่งขวด ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล

### กระบวนการซื้อ (Buyer Process) (ประไพตรี อินทรองผล,2543)

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละขั้นตอน มีความยากง่ายแตกต่างกันในสถานะและสินค้าขณะตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับวิธีแก้ปัญหาการตัดสินใจซื้อที่ง่ายที่สุด คือ การตัดสินใจตามปกติมีความเสี่ยงน้อยที่สุด สามารถบ่งบอกได้ว่าสนใจตราหือใดมากที่สุด การซื้อทำไปโดยอัตโนมัติและไม่เสียเวลาในการเลือกและเสาะแสวงซื้อถ้าสินค้าที่เคยซื้ออยู่เดิมขาดตลาด ก็จะหาของใหม่ที่มีคุณภาพใกล้เคียงมาทดแทน เพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ซึ่งชอบของใหม่ หรือมีการส่งเสริมการตลาด มีการ ลด แลก แจก แถมหน้าที่ที่สำคัญของนักการตลาด คือ จะต้องแก้ปัญหาโดยการผลิตสินค้าให้เพียงพอแก่การจำหน่ายอย่าให้ขาดแคลน รักษาผู้ซื้อเก่าไว้ โดยการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดีเสมอ คู่แข่งว่ามีการส่งเสริมการจำหน่ายอย่างไรก็ต้องติดตามแก้ไขโดยทำการส่งเสริมให้สามารถรักษาผู้ซื้อไว้ให้ได้ ส่วนผู้ซื้อใหม่ก็หาเหตุจูงใจให้มาซื้อสินค้าให้ได้

(1) ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าใหม่ประเภทเดียวกัน แต่ต่างที่ตราหือ ผู้ซื้อยังไม่มี ความรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ เป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ สร้างความเชื่อถือ ความมั่นใจต่อสินค้าใหม่ คิดว่าตัดสินใจถูกต้อง ไม่ผิดหวังแน่นอน

(2) ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าที่ยังไม่เคยรู้จักมาก่อนเลย จึงไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้านั้นเลย นักการตลาดจึงต้องสื่อข้อมูลทุกอย่างที่ผู้ซื้อต้องการทราบตลอดเพื่อพิจารณากระบวนการตัดสินใจเน้นคุณภาพเด่นของสินค้าจนเป็นที่พอใจของผู้ซื้อ



ภาพที่ 2.5 : กระบวนการซื้อ (Buying Process)

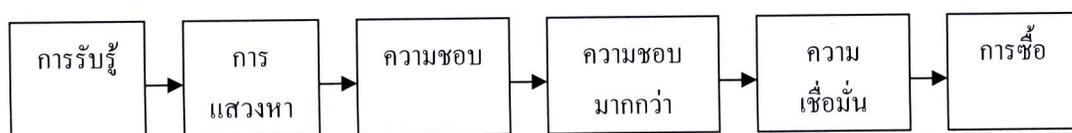
**ความต้องการ (Felt Need)** ความต้องการของคนจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีแรงกระตุ้นไม่ภายในก็ภายนอก ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดุดใจ(Attention) จนกว่าจะมีการจูงใจจนผู้ซื้อเกิดความสนใจ (Interest) และหาเหตุจูงใจจนทำให้เกิดเป็นความอยากได้(Desire)สินค้านั้นแล้วตัดสินใจซื้อ (Action) ในที่สุด และทำให้เกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) ด้วย

**พฤติกรรมก่อนการซื้อ(Pre purchase Activities)**ผู้ซื้อจะมีพฤติกรรมก่อนที่จะซื้อสินค้า จะมีระยะเวลาการตัดสินใจซื้อไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับ

ก.ชนิดของสินค้า สินค้าประเภทซื้อง่ายขายคล่อง เช่น สมูท แชมพู ฯลฯ พฤติกรรมก่อนการซื้อจะใช้เวลาการตัดสินใจซื้อน้อยและสินค้าเป็นสินค้าพิเศษ(Specialty Good) พฤติกรรมการซื้อจะกินเวลานานและคิดนาน ผู้ซื้อจะต้องหาข้อมูลศึกษารายละเอียดของสินค้าหลายๆี่ห้อ มาเปรียบเทียบคุณภาพ รูปแบบ ราคา บริการขณะขายและหลังการขาย เมื่อพิจารณาจนเป็นที่พอใจแล้วจึงจะตัดสินใจซื้อ

ข.บุคลิกลักษณะของผู้ซื้อ (Personality) โดยพิจารณาจากนิสัยใจคอของผู้ซื้อซึ่งแต่ละคนมีนิสัยไม่เหมือนกัน เพราะฉะนั้นการใช้แรงจูงใจต้องดูลักษณะนิสัยของผู้ซื้อประกอบด้วย

ค.จุดมุ่งหมายในการซื้อ (Objective) ผู้ซื้อแต่ละคนมีจุดมุ่งหมายในการซื้อไม่เหมือนกันเช่น ซื้อเพื่อนำไปบริโภคเอง หรือ จำหน่ายต่อ ดังนั้นพฤติกรรมก่อนการซื้อจึงต่างกันซึ่งจะมีลำดับขั้นตอนตามรูปภาพดังนี้



ภาพที่ 2.6 : พฤติกรรมก่อนการซื้อ

**การตัดสินใจซื้อ(Purchasing Decision)**เมื่อผู้บริโภคผ่านพฤติกรรมตามรูป จนเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองจะซื้อแล้วก็จะตัดสินใจซื้อ โดยตัดสินใจด้วยปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์(Product) ตัวผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพมีคุณสมบัติเฉพาะ รูปแบบ สีสันตรงตามที่ต้องการและพอใจ
2. ตราหรือยี่ห้อ(Brand) ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าแสดงถึงว่าเป็นสินค้าที่ได้รับความวางใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ซื้อแล้วไม่ผิดหวัง
3. รูปแบบ (Style) ตัวสินค้าอยู่ในสมัยนิยมเป็นที่ต้องการของสังคม จึงตัดสินใจซื้อเพื่อให้เหมือนกับคนอื่นๆ
4. ปริมาณที่จะซื้อ (Quantity) จะซื้อในปริมาณที่เพียงพอไม่มาก หรือน้อยเกินไปเพียงพอกับการบริโภค การผลิตหรือจำหน่ายต่อ
5. ราคา (Price) เมื่อราคายุติธรรมสมเหตุสมผลหรือใกล้เคียงยี่ห้ออื่น ไม่ค้ากำไรเกินควรก็จะตัดสินใจซื้อ
6. เวลา (time) ความตรงต่อเวลาผู้บริโภคถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดถ้าส่งสินค้าไม่ตรงเวลาความสำคัญของตัวผลิตภัณฑ์ก็จะหมดความหมายทันที ดังนั้นผู้ซื้อก็จะตัดสินใจซื้อจากองค์การธุรกิจที่ถือว่าเวลาเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง
7. วิธีการชำระเงิน(Term Payment)ผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อแตกต่างกันไป นักการตลาดจึงต้องมีสิ่งจูงใจที่หลากหลายในการจูงใจลูกค้า เช่น ระบบเงินผ่อน ระบบส่วนลด เป็นต้น

8. ผู้ขาย(Seller) มีความเป็นกันเอง จริงใจ ต้อนรับดีเสมอต้นเสมอปลายจะทำให้ลูกค้าซื้อเป็นประจำตลอดไป

9. สถานที่ที่จะซื้อ (Place) ต้องอยู่ห่างไกลไม่มาก จะทำให้ไม่มีปัญหาในการขนส่งชำรุดเสียหาย ซึ่งผู้ซื้อก็จะคำนึงถึงปัจจัยข้อนี้ด้วย

**พฤติกรรมการใช้(Use Behavior)** เมื่อผู้ซื้อ ซื้อสินค้าไปแล้ว มิใช่หมดหน้าที่ของนักการตลาดจะต้องมีการติดตามตรวจสอบผู้ซื้อซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลต่างๆเพื่อนำมา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์ตลอดจนการบรรจุภัณฑ์ให้ดีขึ้นและสามารถใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดมาช่วยเพิ่มยอดขายได้

**ความรู้สึกของผู้ซื้อหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling)** ผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าไปแล้วถ้าเป็นที่ถูกใจก็จะพอใจ แต่บางคนอาจจะผิดหวังเมื่อซื้อสินค้าไปแล้ว ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากความรู้สึกผิดหวังเรื่องรูปแบบ สี สัน ขนาด ฝิดราคา หรือความรู้สึกไม่ดีที่เกิดขึ้นภายหลัง ซึ่งนักการตลาดที่ดีต้องพยายามอย่าให้เกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้น ควรจะช่วยให้คำแนะนำที่ดีแก่ผู้บริโภคควรจะโฆษณาแต่สิ่งที่เป็นจริง มิฉะนั้นจะกลายเป็นโฆษณาชวนเชื่อ จะทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อถือและหมดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าไปด้วย

## 9. กลยุทธ์ทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการตลาด ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดหรือการวางแผนการตลาด ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยทางการตลาดที่องค์การสามารถควบคุมได้ และต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดเป็น 4 กลุ่ม หรือเรียกอีกอย่างว่า 4Ps ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอตรงต่อความต้องการของตลาดเป้าหมายหรือลูกค้า อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

2. ราคา (Price) คือ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวเงินและ/หรือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ตลาดเป้าหมายรับรู้ (Perceived value) ที่ไม่ได้เป็นตัวเงิน

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) คือ การนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ตลาด เป้าหมายในสถานที่ที่เหมาะสม ประกอบด้วย ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าสู่ตลาดเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารกับตลาดเป้าหมายเพื่อให้รู้ถึงผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย และสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการใช้

ส่วนประสมการตลาดแต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริหารองค์การว่าจะวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

## 10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ชวลิต สันถะโกมล และคณะ(2548)** ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบเครือข่ายการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ ภาคกลางตะวันตก : ศึกษากรณีจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ อย่างยั่งยืนในจังหวัดกาญจนบุรีอย่างครบวงจรในมิติของการตลาด การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยเน้นการตลาดเป็นหลัก ประชากรในการศึกษาประกอบด้วย คณะกรรมการบริหารกลุ่มอาชีพและสมาชิกกลุ่มอาชีพรวม 8 กลุ่ม ซึ่งกระจายอยู่ใน 7 ตำบลของอำเภอป่าสัก อำเภอพนมทวน และอำเภอเมืองกาญจนบุรี รวม 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก(deep interview) เพื่อการศึกษาบริบทและศักยภาพของกลุ่มอาชีพ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า บริบทและศักยภาพของกลุ่มอาชีพทั้ง 8 กลุ่ม มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต การบริหารจัดการของคณะกรรมการบริหารกลุ่มและคุณสมบัติของสมาชิกกลุ่ม โดยยังไม่มี การดำเนินงานในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแต่อย่างใด คณะผู้วิจัยได้จัดกระบวนการเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้แก่ ประชากรกลุ่มเป้าหมายของการวิจัย ด้วยการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ รวม 3 ครั้ง ระหว่างเดือนตุลาคม 2548 -เดือนมีนาคม 2549 เพื่อให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายได้กำหนดรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนขึ้นเอง ทดลองปฏิบัติกิจกรรมในเครือข่ายร่วมกัน โดยการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพที่เป็นสมาชิกเครือข่ายไปจัดจำหน่ายในพื้นที่ ทั้งในและนอกเขตจังหวัดกาญจนบุรี ผลการดำเนินกิจกรรมนับว่าประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง ภายใต้การสนับสนุนด้านวิชาการ และให้คำปรึกษาของคณะผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีอย่างใกล้ชิด ผลการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรีพบว่า สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีการเรียนรู้การพัฒนาเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตโดยการจัดเป็นระบบในแต่ละด้าน ผลการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือขององค์กรเพื่อการสนับสนุนการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนพบว่ายังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร ส่วนระบบการติดตาม ประเมินและส่งเสริม สนับสนุนในเครือข่ายใช้การสื่อสารกันทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์บ้านเป็นหลัก ศูนย์กลางฐานข้อมูลในการติดตาม ประเมินและส่งเสริม สนับสนุนในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรีนอกจากนี้แล้วข้อค้นพบจากการวิจัยมีประเด็นสำคัญๆ ได้แก่

1. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ตามนโยบายของรัฐบาลในปัจจุบันเป็นของใหม่ ขาดการประชาสัมพันธ์และการประสานงานระหว่าง หน่วยงานของรัฐบาลอย่างทั่วถึง ทำให้วิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรีขาดการสนับสนุนทั้งในด้านงบประมาณ และบุคลากร
2. คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ซึ่งแต่งตั้งขึ้นตามมาตรา 20 (2) ของพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จำนวน 20 คน ยังไม่รับบทบาทหน้าที่ของตนในการทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริม ให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน
3. กลุ่มอาชีพต่างๆและสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายแบบไม่เป็นทางการมานานแล้ว โดยมีการเชื่อมโยงช่วยเหลือ เกื้อกูลกันในเครือข่าย โดยใช่

ความสัมพันธ์ส่วนตัวซึ่งไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาให้การสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจัง นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะที่ควรนำมาปฏิบัติ คือ

1. การรวมตัวของกลุ่มอาชีพ ในรูปเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในจุดต่อไปนั้น สมาชิกเครือข่ายควรเป็นผู้ที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกัน มีความสัมพันธ์กันทางเครือญาติ มีที่ทำการกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน
2. ผู้เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ควรร่วมกันคิดหาแนวทางส่งเสริมสมาชิก เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ในระยะเวลาอันสั้น
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพในเชิงธุรกิจ ให้แก่สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในทุกรูปแบบ
4. หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการจัดสรรงบประมาณสนับสนุน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ควรเปิดโอกาสให้กลุ่มอาชีพที่เป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถกู้ยืมเงินไปลงทุนในการทำกิจกรรมให้คล่องตัวยิ่งขึ้น

**กรวิภา ขวัญเพชร (2548)** ได้ศึกษากระบวนการรวมกลุ่มผู้ผลิตกะปิเยาะห์รายย่อย เพื่อสร้างความเข้มแข็ง โดยการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตกะปิเยาะห์รายย่อยในตำบลกะมิยอ อำเภอเมืองจังหวัดปัตตานี โดยมีวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกันคือเพื่อศึกษากระบวนการรวมกลุ่ม การตลาด และเพื่อศึกษาทางเลือกในการเชื่อมโยงเครือข่ายในระดับอำเภอ และจังหวัด ผลการศึกษา พบว่ากระบวนการรวมกลุ่มผู้ผลิตกะปิเยาะห์รายย่อยในตำบลกะมิยอมีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1. สร้างความมั่นใจให้แกนนำ และเตรียมความพร้อมโดยให้แนวคิดเรื่องการรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ โดยคณะผู้ริเริ่มจัดตั้งกลุ่มมีการแสวงหาความรู้ทั้งในเรื่องข้อมูลผู้ผลิตกะปิเยาะห์รูปแบบการรวมกลุ่มและระเบียบข้อบังคับกลุ่มโดยเชิญผู้รู้มาให้ข้อมูล
2. ร่างระเบียบข้อบังคับกลุ่มผู้ผลิตกะปิเยาะห์ฯ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการร่างระเบียบข้อบังคับกลุ่มขึ้นมา (ใช้โครงสร้างระเบียบข้อบังคับสหกรณ์เป็นแม่แบบ)
3. จัดเวทีผู้ผลิตกะปิเยาะห์ เพื่อพิจารณาระเบียบข้อบังคับ
4. การได้มาซึ่งคณะกรรมการบริหารกลุ่ม โดยในเวทีผู้ผลิตดังกล่าวมีการเสนอตัวแทน ซึ่งเป็นที่ไว้วางใจของคนในชุมชนขึ้นมา 15 คน เพื่อเป็นคณะกรรมการบริหารกลุ่ม และมอบหมายให้คณะกรรมการฯ ไปเลือกตั้งผู้ดำรงตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบกันเอง
5. ดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรม เช่น เรื่องการระดมทุนเปิดร้านค้ากลุ่มการส่งออกกะปิเยาะห์การหาทุนสนับสนุนจากภายนอก เป็นต้น

การค้าขายกะปิเยาะห์ของตำบลกะมิยอ มีสัดส่วนตลาดรับซื้อในต่างประเทศเป็นหลัก วิธีการจำหน่ายกะปิเยาะห์มี 5 รูปแบบ คือ 1) ฝากขาย โดยฝากไปกับแชะห์ซึ่งเป็นผู้นำคณะเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ณ ประเทศซาอุดีอาระเบีย 2) ผู้ผลิตเป็นคนจัดจำหน่ายเอง 3) ผลิตขายตามรายการสั่งซื้อ 4) ลูกค้านำซื้อเอง และ 5) จ้างขาย

สำหรับการเชื่อมโยงเครือข่าย จากการดำเนินงานของกลุ่มที่ผ่านมา กลุ่มได้พิสูจน์ตนเอง ผ่านการทำงานอย่างทุ่มเท เป็นที่รับรู้จากหน่วยงานภายนอก ก่อให้เกิดความไว้วางใจ จนได้รับการ สนับสนุนด้วยรูปแบบต่างๆ ช่องว่างที่เคยมีอยู่ได้รับการแก้ไข ซึ่งกลุ่มใช้วิธีการคือ การ ประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จัก เปิดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ดูงาน และเผยแพร่ผ่านสื่อทีวี หนังสือพิมพ์ การเป็นวิทยากรให้ความรู้เรื่องการรวมกลุ่มในเวทีต่างๆ พร้อมทั้งเชิญชวนให้ผู้ผลิต กระจายให้ต่างพื้นที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม ทำให้เกิดเครือข่ายต่างอำเภอ ต่างจังหวัดที่กว้างขวาง ขึ้น นำข้อมูลจากรายงานการวิจัยและนิทรรศการ นำเสนอต่อหน่วยงานต่างๆ เพื่อขอคำแนะนำและ งบประมาณสนับสนุนในการพัฒนากลุ่ม ซึ่งผลจากการแสวงหาการสนับสนุน ทำให้กลุ่มฯ ได้รับความอนุเคราะห์จากหน่วยงานต่างๆ

ศิริวรรณ หวังดี (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการ พึ่งตนเองกรณี: วิสาหกิจชุมชนส่งเสริมผลิตข้าวพันธุ์ดีบ้านห้วยหมาก ตำบลโพธิ์พระยา อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน การบริหารจัดการ ปัญหาและ แนวทางพัฒนาการดำเนินงาน ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็ง และ บทบาทการ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมี ส่วนร่วม (Participation Action Research : PAR) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การประชุม การจัดเวที ชุมชน และการสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดหมวดหมู่ เปรียบเทียบ แยกแยะองค์ประกอบ และ สรุปผล พบว่า สถานการณ์วิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นจากรวมกลุ่มเพื่อรองรับการสนับสนุนจากภาครัฐ ต่อรองและจัดซื้อปัจจัยการผลิต และช่วยเหลือเงินทุนทำนาโดยใช้กองทุนหมุนเวียน ส่วนทางด้าน การบริหารจัดการ ทางกลุ่มจะมีงบประมาณหมุนเวียน ปัจจัยการผลิต การสนับสนุนกิจกรรม การ สื่อสาร การจัดการเรียนรู้ และมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมาร่วมกิจกรรม อย่างไรก็ตามทางกลุ่มก็ ยังคงมีปัญหาเกี่ยวกับการนำองค์ความรู้ที่มีอยู่มาใช้พัฒนากลุ่มค่อนข้างต่ำ การแบ่งหน้าที่ยังไม่ชัดเจน มี การลงทุนในอาชีพค่อนข้างสูง และผลผลิตยังไม่ได้คุณภาพ พร้อมทั้งได้เสนอแนะแนวทางและ กระบวนการให้ทางกลุ่มมีการพัฒนา เพื่อให้กลุ่มเกิดความเข้มแข็ง คือ ควรนำองค์ความรู้ที่มีอยู่ใน ชุมชนมาใช้ จัดให้ทำงานร่วมกัน ใช้ความซื่อสัตย์และพัฒนากิจการโดยลดต้นทุนการผลิต ส่วน หน่วยงานอื่นที่มีหน้าที่ในการสนับสนุนควรให้ความช่วยเหลือโดย

- 1) การทำบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ควรมีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น และ
- 2) วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีความพร้อมในการรับความรู้ และการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
- 3) จัดเวทีชุมชนเพื่อกระตุ้นการทำกิจกรรมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง
- 4) สนับสนุนการทำกิจกรรมของชุมชนอย่างจริงจัง
- 5) เป็นที่ปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ของชุมชน



- 6) เสริมแรงและให้กำลังใจกับกลุ่มชุมชน และ
- 7) พัฒนาตนเองควบคู่กับการพัฒนากลุ่ม

**ดวงเดือน สมวัฒนศักดิ์ (2548)** ได้ศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตที่ 1 (ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง ลพบุรี สระบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี และกรุงเทพมหานคร) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ความคิดเห็นของคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต่อแนวคิดการประกอบการวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในพื้นที่เขตที่ 1 ประชากรที่ทำการศึกษา ประกอบด้วย 2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ทางกลุ่มมีอยู่คือการขาดเงินทุนในการประกอบการทั้งเงินทุนหมุนเวียน เงินทุนในการสร้างหรือปรับปรุงโรงเรือน และเงินทุนในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่ทันสมัยและได้มาตรฐานที่จะขอรับรองคุณภาพเครื่องหมาย อย.จากกระทรวงสาธารณสุข วัตถุดิบในท้องถิ่นมีไม่สม่ำเสมอตลอดปีและมีราคาแพง ตลาดยังอยู่ในวงแคบเฉพาะภายในท้องถิ่นหรือภายในจังหวัดเท่านั้น ส่วนปัญหาด้านเวลาการรวมกลุ่มก็ยังเป็นปัญหาสำคัญเพราะสมาชิกไม่มีเวลามาร่วมกิจกรรมกลุ่มการมาร่วมกิจกรรมกลุ่มได้ และปัญหาผลตอบแทนน้อยกว่าไปทำงานอย่างอื่น ก็ยังทำให้สมาชิกไม่มี แรงจูงใจมาร่วมกิจกรรมกลุ่ม และการขาดความรู้ในด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ ซึ่งผู้วิจัยก็ได้มีข้อเสนอแนะ ในการแก้ปัญหาโดย เสนอให้มีการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทุนของชุมชนที่มีอยู่ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยเน้นหลักการพึ่งพาตนเอง รวมถึงการจัดอบรมและศึกษาดูงานเพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์แก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเกี่ยวกับการพัฒนา กลุ่ม การบริหารจัดการ การพัฒนาการผลิต การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างและพัฒนาระบบเครือข่าย การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย การเขียน โครงการ เพื่อขอสนับสนุนงบประมาณจากแหล่งต่างๆ ฯลฯ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จเป็นที่เล็งให้กับกลุ่มที่กำลังพัฒนาไม่ว่าจะเป็นปัญหาการจัดระบบงาน การบริหารคน การจัดสรรผลประโยชน์ การตลาด ฯลฯ นอกจากนี้การสนับสนุนให้มีการสร้างและพัฒนาเครือข่ายในทุกกระดับเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างความเข้มแข็งที่ยั่งยืน ส่วนหน่วยงานราชการก็ควรให้การสนับสนุนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การให้ความรู้ในด้านการเขียนแผนธุรกิจ สำหรับการกู้ยืมเงิน เป็นต้น นอกจากนี้แล้วก็จะอาจจะให้การสนับสนุนโดยเพิ่มช่องทางการตลาดกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนอื่น ให้กว้างขึ้น โดยใช้ระบบเครือข่ายและการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ที่พอจะสนับสนุนได้ เช่น การจัดงานเฉพาะกิจ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทางสื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อให้

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เป็นที่รู้จักแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนควรเป็นการทำงานในลักษณะพหุภาคี คือต้องประสานการปฏิบัติงานในหมู่ผู้ปฏิบัติงานต่างหน่วยงานให้ไปในทิศทางเดียวกัน และต้องพัฒนาบุคลากรในระดับจังหวัดให้มีความสามารถพร้อมที่จะประสานการทำงาน ทั้งด้านความคิด และการทำงานร่วมกันและสุดท้าย ควรสนับสนุนให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้ความสำคัญกับการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ให้มากขึ้นและสนับสนุนให้สมาชิกมีการวางแผนการผลิตวัตถุดิบอย่างต่อเนื่องเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในช่วงเวลาที่ต้องการ ใช้เป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอาจจะมีกองทุนออมทรัพย์ส่วนหนึ่งสำหรับบริการเงินทุนเพื่อการผลิตวัตถุดิบให้กับสมาชิกและคนในชุมชน

**จาร์ โสภา (2545)** ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการกระบวนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มพัฒนาสตรีบ้านป่าเหมือด หมู่ 9 ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและจัดระบบข้อมูลด้านวัตถุดิบ ด้านตลาด ปัญหาอุปสรรคและศักยภาพของกลุ่ม และเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการกระบวนการผลิต การตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำพริกในเชิงธุรกิจชุมชน พบว่า ทีมวิจัยได้ทบทวนสถานการณ์ของกลุ่มโดยการศึกษาประวัติความเป็นมา โครงสร้าง สมาชิก บทบาทหน้าที่ ปัญหาอุปสรรค และได้ศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ในการจัดการ แล้วนำข้อมูลทั้งสองส่วนมากำหนดแนวทางการจัดการกลุ่มโดยการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิก กำหนดระเบียบกฎเกณฑ์ของกลุ่ม จัดระบบการวางแผนการทำงานให้ชัดเจน ปรับกระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบซึ่งมีการเปรียบเทียบราคา คุณภาพของวัตถุดิบ และการเก็บวัตถุดิบ เลือกใช้วัตถุดิบตามลำดับการซื้อ ทำให้สามารถลดต้นทุน มีการสำรวจข้อมูลทางด้านการตลาดโดยการหมุนเวียนตัวแทนของกลุ่ม ติดตามยอดขายทุก 2 เดือน เพื่อปรับปรุงการผลิตและวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดขณะเดียวกันก็ถือเป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์สินค้ากับกลุ่มเป้าหมายเป็นระยะๆ ด้วย นอกจากนี้ทีมวิจัยยังมีบทเรียนจากการพัฒนามาตรฐานของสินค้า โดยการยื่นขอการรับรองคุณภาพโดย อย. ซึ่งในครั้งแรกไม่ผ่าน ทำให้กลุ่มต้องกลับมาปรับปรุงความสะอาดของเครื่องมือและสถานที่ กระบวนการผลิต จนได้รับการรับรองคุณภาพและส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ขณะเดียวกันก็มีการเชิญวิทยากรภายนอกเข้ามาให้ความรู้ในประเด็นที่กลุ่มยังขาด เช่น การบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้สมาชิกได้ทั้งความรู้และมีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และระดมสมองเพื่อหาแนวทางพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ซึ่งกิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าว ได้ถูกพัฒนาเป็นหลักสูตรท้องถิ่นในเรื่องสมุนไพรพื้นบ้านในที่สุด อย่างไรก็ตาม ทีมวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของโครงการคือ สมาชิกกลุ่ม ผู้นำภูมิปัญญา ที่เอื้อต่อการพัฒนาทั้งระบบ หากกลุ่มหรือองค์กรใดจะนำไปเป็นแบบอย่างควรคำนึงถึงเงื่อนไข ดังต่อไปนี้คือ

- 1) ความเป็นไปได้และความพร้อมของกลุ่มทุน การบริหารจัดการ ซึ่งต้องทำการศึกษาและวางแผนให้รอบคอบ
- 2) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วเพราะความเข้มแข็งขององค์กรอย่างเดียวกันทำให้ไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลง ดังนั้นทางกลุ่มต้องมีการติดตามข้อมูลข่าวสารทางด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องตลอดเวลา และแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มเติม
- 3) มีการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องรวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายรูปแบบ หลายขนาด เพราะจะทำให้มีระดับราคาที่หลากหลายด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่มีความแตกต่างกัน

**กุหลาบ รัตนสังขธรรม(2545)** ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการดำเนินงานโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากตำบลห้วยน้ำขาว อำเภอเมืองจังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นและเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในตำบลห้วยน้ำขาว สุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผ่านการหาความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง และทดลองใช้ ได้ค่าความเที่ยง 0.6751-0.8706 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากในระดับสูงมากกว่าร้อยละ 70 ในเรื่อง การพัฒนาการสร้างรายได้ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน และการเป็นมหาวิทยาลัยชุมชน ยกเว้นในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพชีวิต ที่ประชาชนเห็นด้วยในระดับสูงเพียง ร้อยละ 52.85 เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากแล้ว พบว่าเพศหญิงเห็นด้วยมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4 เรื่องคือในเรื่อง การพัฒนาการสร้างรายได้ การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน การเป็นมหาวิทยาลัยชุมชน และโดยรวมทุกด้าน ( $p < .05$ ) ประชาชนที่มีอาชีพ และอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อโครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากในด้านการพัฒนาคุณภาพของคนในชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิต การเป็นมหาวิทยาลัยชุมชน และโดยรวมทุกด้าน ( $p < .05$ ) แตกต่างกันในส่วนของอาชีพมีเพิ่มในเรื่อง การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพิ่มอีก 1 ด้าน ส่วนหมู่บ้านต่างกันมีความคิดเห็นในทุกด้านแตกต่างกัน และพบว่าสถานภาพในสังคมต่างกันมีความคิดเห็นในเกือบทุกด้านแตกต่างกันยกเว้นในด้านการสร้างความเข้มแข็งของ ชุมชน จากข้อค้นพบนี้เป็นคำตอบที่ยืนยันได้ว่าโครงการนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ควรขยายผลในพื้นที่ อื่น ๆ อีกต่อไป