รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น

ฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

Potential Development of Housewife Group who Produce Community Products through Participation of the Community in Lak Si District, Bangkok

โดย อาจารย์พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์ และคณะ

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยท้องถิ่น

รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น

ฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

Potential Development of Housewife Group who Produce Community Product through Participation of the Community in Lak Si District, Bangkok

โดย อาจารย์พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์ และคณะ

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยท้องถิ่น

สัญญาเลขที่ RDG61M0017

รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
ฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

Potential Development of Housewife Group who Produce Community Product through Participation of the Community in Lak Si District, Bangkok

โดย อาจารย์พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์ และคณะ

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยท้องถิ่น

บอกเล่าเพื่อความเข้าใจร่วมกัน

งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นกระบวนการที่คนในชุมชนได้มาร่วมคิดทบทวนสถานการณ์ ตั้งคำถาม วางแผน หาข้อมูล ทดลองทำ วิเคราะห์ สรุปผลการทำงานและหาคำตอบเพื่อปรับปรุงงานต่อไป กล่าวคือ งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นเครื่องมือหนึ่งที่เน้นการให้ ***"คน"*** ในชุมชนเข้ามาร่วมในกระบวนการวิจัย ตั้งแต่การเริ่มคิด การตั้งคำถาม การวางแผน และค้นหาคำตอบอย่างเป็นระบบเป็นรูปธรรม โดยเรียนรู้จากการปฏิบัติการจริง (Action Research) อันทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ สร้างผลงาน มีความเก่งขึ้นในการแก้ปัญหาของตนเองและสามารถใช้กระบวนการนี้ในการแก้ไขปัญหาอื่นๆ ในท้องถิ่น โดยมีกระบวนการศึกษาเรียนรู้อย่างเป็นเหตุเป็นผล ดังนั้นจุดเน้นของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจึงอยู่ที่ ***"กระบวนการ"*** มากกว่า ***"ผลลัพธ์"*** เพื่อให้ชาวบ้านได้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยตรง และให้งานวิจัยมีส่วนในการแก้ปัญหาของชาวบ้าน รวมทั้งเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจริงในชุมชน ซึ่งจะต้องอาศัย "เวที" (การประชุม เสวนา พูดคุยถกเถียง) เป็นวิธีการเพื่อให้คนในชุมชน ทั้งชาวบ้าน คณะกรรมการชุมชน ครู นักพัฒนา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ข้าราชการ หรือกลุ่มคนอื่นๆ เข้ามาร่วมหา ร่วมใช้ "ปัญญา" ในกระบวนการวิจัย

"**กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น**" หมายถึง **การทำงานอย่างเป็นขั้นตอน** เพื่อตอบ ***"คำถาม"*** หรือ ***"ความสงสัย"*** บางอย่าง ดังนั้นสิ่งสำคัญคือประเด็น "**คำถาม**" **ต้องคมชัด** โดยมีการแยกแยะประเด็นว่า ข้อสงสัยอยู่ตรงไหน มีการหา ***"ข้อมูล"*** ก่อนทำ มีการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีการ ***"วางแผน"*** การทำงานบนฐานข้อมูลที่มีอยู่ และในระหว่างลงมือทำมีการ ***"บันทึก"*** มีการ ***"ทบทวน"*** ความก้าวหน้า ***"วิเคราะห์"*** ความสำเร็จและอุปสรรคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อ ***"ถอด"*** กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นออกมาให้ชัดเจน ในที่สุดก็จะสามารถ ***"สรุปบทเรียน"*** ตอบคำถามที่ตั้งไว้แล้วอาจจะทำใหม่ให้ดีขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปใช้เป็นบทเรียนสำหรับเรื่องอื่นๆ หรือพื้นที่อื่นๆ ต่อไป ซึ่งทั้งหมดนี้กระทำโดย ***"ผู้ที่สงสัย"*** ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นนั่นเอง ดังนั้นกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจึงเป็นงานวิจัยอีกแบบหนึ่งที่ไม่ยึดติดกับระเบียบแบบแผนทางวิชาการมากนัก แต่เป็นการสร้างความรู้ในตัวคนท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น เพื่อคนท้องถิ่น โดยมุ่งแก้ไขปัญหาด้วยการทดลองทำจริง และมีการบันทึกและวิเคราะห์อย่างเป็นระเบียบ การวิจัยแบบนี้จึงไม่ใช่เครื่องมือทางวิชาการ ไม่ใช่ของศักดิ์สิทธิ์ที่ผูกขาดอยู่กับครูบาอาจารย์ แต่เป็นเครื่องมือธรรมดาที่ชาวบ้านก็ใช้เป็น เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

สกว.ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น ได้ใช้วิธีการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นตามแนวคิดและหลักการดังกล่าวมาแล้วในระยะเวลาหนึ่ง พบว่าชาวบ้านหรือทีมวิจัยส่วนใหญ่สามารถสะท้อนการดำเนินงานด้วยการบอกเล่าได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันก็พบว่าการเขียนรายงานเป็นปัญหาที่สร้าง

ความหนักใจให้แก่นักวิจัยเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นด้วยความตระหนักถึงสถานการณ์ปัญหาดังกล่าว สกว. ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น จึงได้ปรับรูปแบบการเขียนรายงานวิจัยให้มีความยืดหยุ่น และมีความง่ายต่อการนำเสนองานออกมาในรูปแบบที่นักวิจัยถนัด โดยไม่ยึดติดในเรื่องของภาษาและรูปแบบที่เป็นวิชาการมากเกินไป ซึ่งเป้าหมายสำคัญของรายงานวิจัยยังคงมุ่งเน้นการนำเสนอให้เห็นภาพของกระบวนการวิจัยมากกว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย โดยกลไกสำคัญที่จะช่วยให้นักวิจัยให้มีความสามารถเขียนรายงานที่นำเสนอกระบวนการวิจัยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ ศูนย์ประสานงานวิจัย (Node) ในพื้นที่ซึ่งทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงโครงการวิจัยมาตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบการทำงานวิจัย ดังนั้น Node จะรับรู้พัฒนาการของโครงการวิจัยมาโดยตลอด บทบาทการวิเคราะห์เนื้อหาหรือกิจกรรมของโครงการจึงเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง Node และนักวิจัย ซึ่งความร่วมมือดังกล่าว ได้นำมาซึ่งการถอดบทเรียนโครงการวิจัย สู่การเขียนมาเป็นรายงานวิจัยที่มีคุณค่าในที่สุด

อย่างไรก็ตาม รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น อาจไม่สมบูรณ์แบบดังเช่นรายงานวิจัยเชิงวิชาการโดยทั่วไป หากแต่ได้คำตอบและเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการวิจัย ซึ่งท่านสามารถเข้าไปค้นหา ศึกษาและเรียนรู้เพิ่มเติมได้จากพื้นที่

คำนำ

รายงานผลการวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อรายงานผลการวิจัย โครงการ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกริกและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในโอกาสนี้กลุ่มผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเกริก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่กรุณาสนับสนุนทุนการทำวิจัย ซึ่งนับว่าเกิดประโยชน์ต่อชุมชนเป็นอย่างยิ่ง และที่สำคัญต้องขอขอบคุณกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร รวมทั้ง ชุมชนร่วมพัฒนาทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูล และเปิดพื้นที่ในการสำรวจชุมชนเพื่อนำประเด็นต่าง ๆ การอนุญาตให้เข้าสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลด้วยความมีมิตรภาพ ทำให้กลุ่มผู้วิจัยมีกำลังใจในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เพื่อนำผลการวิจัยกลับคืนสู่ชุมชน เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และความอยู่ดีกินดีของชุมชนร่วมพัฒนาอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

กลุ่มผู้วิจัย

14 กุมภาพันธ์ 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค การประชุมกลุ่ม การอบรม และการศึกษาดูงาน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ปัจจัยด้านอายุ โดยกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก และมีปัญหาสุขภาพ ดังนั้น กรรมการชุมชนควรให้ความสำคัญกับการเชิญชวนกลุ่มวัยทำงานหรือวัยกลางมาร่วมเป็นกรรมการชุมชน ปัจจัยด้านขั้นตอนการผลิต พบว่าการทำอาหารหรือผลิตภัณฑ์บางประเภทมีความยุ่งยาก ซับซ้อน และจำเป็นต้องอาศัยฤดูกาล ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านควรเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องอาศัยฤดูกาล มีกรรมวิธีการทำไม่ยุ่งยาก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการชุมชนยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ไม่มีกฎ ระเบียบของกลุ่ม ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านจึงควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้านการอบรมการทำผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม รวมทั้งให้ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ สำหรับปัจจัยด้านผลตอบแทน พบว่า การแบ่งผลตอบไม่ชัดเจน ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านควรได้รับการอบรมเทคนิคการกำหนดราคา เพื่อให้ทราบต้นทุน รายได้ และการปันผลที่สอดคล้องกับต้นทุน และการแบ่งปันที่ชัดเจน ส่วนปัจจัยด้านขวัญกำลังใจพบว่า กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเรื่องการเวนคืนพื้นที่ ดังนั้นคณะกรรรมการชุมชนควรประชุมชี้แจงแนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน การมีผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อก่อให้เกิดรายได้ และมีการออมทรัพย์เพื่อใช้ในการซื้อบ้าน ส่วนปัจจัยด้านการตลาดพบว่า ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความหลากหลาย ไม่ทันสมัย ไม่แตกต่างจากคู่แข่งขัน การจัดสถานที่จำหน่ายยังไม่จูงใจ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่ยอมรับ กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีความรู้และประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ขาดเครือข่ายเพื่อช่วยกระจายข่าวสาร ส่วนรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุ อุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ 2) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน และ 3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ

คำสำคัญ : การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน ผลิตภัณฑ์ชุมชน การมีส่วนร่วม

Abstract

The objective of this research is to study factors affecting the development of the potential of housewife group, who produce community product Ruampatana Community, Lak Si District, Bangkok to study the marketing factors affecting product development of housewife group in community product Ruampatana Community, Bangkok and to study the model of potential development of housewife group who produce community product by the participation of the community in developing Lak Si District, Bangkok use qualitative research methods in participatory action research model. The research instruments were interviewing, analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats, group meeting, training and field trips. The results of the research showed that factors affecting the development of the housewife's potential including age factors by the majority of housewife quite old and have health problems. Therefore, community committees should focus on inviting working-age or middle-aged group to become community members. Factors of production process found that cooking or certain products are complicated and need to rely on seasons, so the housewife group should choose only make products that do not require seasons. There is no complicated process. Management factors the community still lack management knowledge. There are no group rules. Therefore, housewife group should receive support from the government on how to make beautiful products. Including providing knowledge in promote online as for the compensation factors, it is found that the division of results is not clear. Therefore, housewife group should be trained in pricing techniques in order to know the costs, income and dividends that are in line with the costs and clear sharing as for morale factors, it was found that housewife group are worried about expropriating the area therefore, the community committee should meet to clarify the development of the housewife's potential. Having community products for income generation and have savings for use in building houses as for marketing factors, it was found that products are not diverse not modern, not different from competitors. The arrangement of the place of sale still does not motivate target group to buy. The product is not yet accepted. The housewife group has no experience in using online media. Lacking a network to promote the news. The form of the potential development of the housewife group consists of 3 parts which are 1) the composition of potential development includes folk wisdom in the community, community members leaders, materials, equipment, funds, and management. 2) potential development processes include participatory meetings, training, coaching and field trips and 3) potential of housewife group including knowledge, skills and opinions about personal characteristics and motivation.

Keywords : potential development of housewife group, community product, participation

สารบัญ

	หน้า
บอกเล่าเพื่อความเข้าใจ	-ค-
คำนำ	-จ-
บทคัดย่อ	-ฉ-
Abstract	-ช-
สารบัญ	-ซ-
สารบัญตาราง	-ฎ-
สารบัญภาพประกอบ	-ฎ-
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 ปัญหา/โจทย์การวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 ประเด็นการวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	9
2.1 แนวคิดทฤษฎีด้านการพัฒนาชุมชน	9
2.2 แนวคิดทฤษฎีด้านวิสาหกิจชุมชน	27
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพในการปฏิบัติงาน	31
2.4 แนวคิดการบริหารจัดการกลุ่ม	33
2.5 แนวคิดด้านการบริหารจัดการการตลาด	36
2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	41
2.7 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด	52
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55
2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย	64
2.10 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	64

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีการวิจัย 66

3.1 รูปแบบการวิจัย 66

3.2 กลุ่มประชากรเป้าหมาย 66

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 66

3.4 การรวบรวมข้อมูล 67

3.5 แผนการดำเนินงาน 68

3.6 ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล 68

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย 69

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงโครงการ 72

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้าน 73

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพฯ 73

ขั้นตอนที่ 5 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 74

ขั้นตอนที่ 6 ด้านการเรียนรู้ (การอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน) 76

ขั้นตอนที่ 7 การศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 78

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล 79

บทที่ 4 ผลการวิจัย 83

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 84

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 89

4.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 96

สารบัญ

หน้า

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 104

5.1 บทสรุป 105

5.2 การอภิปรายผล 109

5.3 ข้อเสนอแนะ 113

บรรณานุกรม 117

ภาคผนวก 121

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้าน 122

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ชุมชน 123

ภาคผนวก ค การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย 124

ภาคผนวก ฆ การประชุมชี้แจงโครงการ 138

ภาคผนวก ง ศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้าน 140

ภาคผนวก จ ศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน และปัจจัยที่ส่งผลต่อ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน 155

ภาคผนวก ฉ ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้าน 161

ภาคผนวก ช ด้านการเรียนรู้ (การอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน) 185

ภาคผนวก ซ ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน 207

ประวัตินักวิจัย 213

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงแผนการดำเนินงาน	68
4.1 แสดงศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านหลังผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพ	103
7.1 แสดงรายชื่อคณะกรรมการชุมชนร่วมพัฒนา	151
7.2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดและแนวทางการแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชน	179
7.3 แสดงกิจกรรมการศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล	186
7.4 กิจกรรมการศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก	190
7.5 กิจกรรมการอบรมการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน	193
7.6 กิจกรรมการทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	195
7.7 กิจกรรมการอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มแม่บ้าน	197
7.8 กิจกรรมการระดมสมองและการศึกษาดูงานตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียวศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา	201
7.9 กิจกรรมการระดมสมองกลุ่มแม่บ้าน ณ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์	208

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	64
5.1 แสดงรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	115
5.2 การมีส่วนร่วมเพื่อความมั่งคั่งและมั่นคงของกลุ่มแม่บ้านอย่างยั่งยืน	115
7.1 กิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อเลือกประเด็นวิจัย ณ ชุมชนร่วมพัฒนา	124
7.2 การลงพื้นที่เพื่อสร้างทีมนักวิจัย ณ ชุมชนร่วมพัฒนา	126
7.3 บ้านป้าเมียดซึ่งต้องการแปลงสภาพเป็นโรงเพาะเห็ดในระยะแรกของการทำวิจัย	128
7.4 สวนเกษตรดาดฟ้า สำนักงานเขตหลักสี่ ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจให้ชุมชนต้องการปลูกผักเพื่อสร้างรายได้	129
7.5 กิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหาของชุมชนร่วมพัฒนา	131
7.6 การลงพื้นที่วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่วิจัย ณ ชุมชนร่วมพัฒนา	133
7.7 การนำเสนอโครงร่างงานวิจัยต่อศูนย์วิจัยและพัฒนาและผู้ทรงคุณวุฒิจากโหนดสุวรรณภูมิ2 กรอบแนวคิดการวิจัย	137
7.8 การประชุมชี้แจงโครงการวิจัยต่อชุมชนร่วมพัฒนา	139
7.9 TIMELINE บริบทชุมชน	142
7.10 แผนที่เขตหลักสี่	143
7.11 แผนที่ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ จากการวาดของคณะกรรมการชุมชนร่วมพัฒนา	144
7.12 ตราสัญลักษณ์เขตหลักสี่	145
7.13 ภาพวาดสันนิษฐานตำแหน่งหลักบอกระยะคลองเปรมประชากรในแผนที่มณฑลกรุงเทพฯ สยาม ร.ศ.120 (พ.ศ.2443)	148
7.14 คลองเปรมประชากร	149

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

7.15 การทอดผ้าป่าขยะ บริเวณคลองเปรมประชากร 152

7.16 บ้านพักอาศัยของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ 152

7.17 การสนทนากับกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพของ 158
กลุ่มแม่บ้านรวมทั้งการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ ของคนในชุมชน

7.18 การสนทนากับกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพของ 159
กลุ่มแม่บ้าน รวมทั้งการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ ของคนในชุมชน

7.19 การสำรวจสภาพแวดล้อมภายในชุมชน และการสนทนากับคนในชุมชน 162

7.20 การประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อศึกษาศักยภาพ 168
กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

7.21 การจำแนกผลิตภัณฑ์ซึ่งกลุ่มแม่บ้านสนใจทำ 169

7.22 บรรจุภัณฑ์การบูรรูปแบบเดิม 171

7.23 ป้ายฉลากเดิมและป้ายฉลากซึ่งปรับปรุงใหม่ให้มีลายดอกลีลาวดี 172
ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์ชุมชนร่วมพัฒนา

7.24 ลายมือป้าเมียดเขียนสูตรลับการทำพิมเสนน้ำของกลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนา 172

7.25 การทำพิมเสนน้ำของกลุ่มแม่บ้านและชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำ 173

7.26 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใส่พิมเสนน้ำของกลุ่มแม่บ้าน 174

7.27 สีของพิมเสนน้ำเป็นสีส้มมีตะกอน 175

7.28 การทำดอกไม้จันทน์ของกลุ่มแม่บ้าน 175

7.29 การทำดอกไม้จันทน์รูปแบบเดิมของกลุ่มแม่บ้าน 176

7.30 การทำดอกไม้จันทน์รูปแบบใหม่ของกลุ่มแม่บ้าน 177

7.31 การทำดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใบบัวรูปแบบเดิม 177

7.32 การทำดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใบบัวรูปแบบใหม่ 178

7.33 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม 188

7.34 การอบรมเทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัย 189

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

7.35 การศึกษาดูงานตลาดร้อยปีสามชุก จ.สุพรรณบุรี 192

7.36 การอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์ 200

7.37 ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว 204

7.38 ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา 205

7.39 การประชุมระดมสมองการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม 212

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การพัฒนาศักยภาพชุมชน ถือเป็นความจำเป็นเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย ซึ่งมีรากฐานของเศรษฐกิจอยู่ที่ระดับชุมชน แต่ในห้วงหลายปีที่ผ่านมาการพัฒนาด้านต่าง ๆ มักเกิดขึ้นจากแนวคิดของนักวิชาการ มิได้มาจากชุมชน เนื่องจากขาดข้อมูลของชุมชน ซึ่งหากนักวิชาการหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมีข้อมูลที่เป็นบริบทของชุมชนย่อมส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน และสามารถทำให้ชุมชนอยู่ได้ด้วยวิถีดั้งเดิมไม่เปลี่ยนไปตามกระแสของนักวิชาการ หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาให้ข้อเสนอแนะโดยไม่มีพื้นฐานของความเป็นจริงหรือความเป็นไปได้ อันจะทำให้การพัฒนาศักยภาพชุมชนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลก่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชนต่อไป (ทิราวงศและใหญยิ่ง, 2552) ทั้งนี้ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้เน้นที่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development : HRD) เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ช่วยเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงบุคลากรด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความสามารถทักษะ ทัศนคติ รวมทั้ง วิธีการทำงานอันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพของความเข้มแข็งในการทำงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมีระบบ โดยการจัดรูปแบบการพัฒนาที่เน้นการพัฒนาทีมงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ ย่อมช่วยสนับสนุนให้ชุมชนทำงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญ อีกทั้ง ยังก่อให้เกิดขวัญกำลังใจและทัศนคติที่ดีต่อชุมชนได้ การวิเคราะห์ความต้องการในการพัฒนาศักยภาพชุมชนโดยนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์สภาพปัญหาและหาความจำเป็นที่แท้จริง จึงทำให้ทราบองค์ความรู้ ความชำนาญด้านต่าง ๆ และนำไปประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพให้ตรงกับความต้องการของเศรษฐกิจชุมชนหรือธุรกิจชุมชน นั้น ๆ สามารถแก้ไขปัญหาพื้นฐาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยเน้นการพัฒนาทีมงาน จึงถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาคนในชุมชนให้สามารถประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพของชุมชนนับว่าเป็นการช่วยให้ชุมชนพัฒนาศักยภาพของตนเอง (Community Empowerment) โดยการเชื่อมโยงระหว่าง “คน ความรู้ ทรัพยากร” จนเกิดความสัมพันธ์ซึ่งเรียกว่า “กระบวนทัศน์พัฒนาใหม่” ที่ประกอบไปด้วย “การเรียนรู้ การจัดการและการพัฒนา” ซึ่งถือว่าชุมชนมีการจัดการตนเอง มีการจัดองค์กรชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพชุมชน คือ การเริ่มและเน้นที่การจัดกระบวนการเรียนรู้ กระบวนการจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพโดยอาศัยความรู้และกระบวนการพัฒนาทุนของชุมชนที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เป็นกระบวนการสร้างทุนความรู้ ทุนทางปัญญา และทุนทางสังคม

เขตหลักสี่ เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพตอนเหนือ ซึ่งเป็นเขตที่อยู่อาศัยที่รองรับการขยายตัวของเมืองทางทิศตะวันออก (ตอนเหนือ) ของกรุงเทพมหานคร ทิศเหนือจดสะพานชิดชน-ชินเขต ทิศใต้ จดชุมชนเทวสุนทร ทิศตะวันออก จดคลองเปรมประชากร และแขวงตลาดบางเขน ทิศตะวันตก จดหมู่บ้านจัดสรรรถไฟทุ่งสองห้องและหมู่บ้านเจริญทรัพย์ ชุมชนร่วมพัฒนาเดิมอยู่ในเขตการปกครองของสำนักงานเขตบางเขน ต่อมาได้โอนย้ายไปอยู่ในเขตการปกครองของสำนักงานเขตดอนเมือง ซึ่งได้รับการจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2532 ต่อมาเมื่อพื้นที่เขตดอนเมืองมีประชากรหนาแน่นมากขึ้น จึงได้มีประกาศกระทรวงมหาดไทย เปลี่ยนแปลงพื้นที่เขตดอนเมืองและจัดตั้งเขตหลักสี่เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2540 โดยแบ่งพื้นที่ทางทิศใต้ของเขตดอนเมืองมาจัดตั้งเป็นพื้นที่ของเขตหลักสี่ มีพื้นที่ปกครองรวม 25.06 ตารางกิโลเมตร

ปัจจุบันเขตหลักสี่มีชุมชนจำนวน 52 ชุมชน แบ่งเป็นเคหะชุมชน 33 ชุมชน ชุมชนแออัด 11 ชุมชน และชุมชนหมู่บ้านจัดสรร 8 ชุมชน สำหรับพื้นที่เขตหลักสี่แบ่งเขตการปกครองย่อยของเขตหลักสี่แบ่งออกเป็น 2 แขวง คือแขวงทุ่งสองห้อง และแขวงตลาดบางเขน โดยมีคลองเปรมประชากรฝั่งตะวันออกเป็นเส้นแบ่งเขตการปกครองระหว่าง 2 แขวงดังกล่าว (ที่มา: http://www.bangkok. go.th/laksi วันที่ 18 พฤษภาคม 2559)

ชุมชนร่วมพัฒนาก่อกำเนิดขึ้นมากว่า 80 ปี สภาพพื้นที่โดยรวมเป็นทุ่งนา ที่ดินบริเวณชุมชนถูกจับจองจากคนในชุมชนเพื่อสร้างบ้านและทำการเกษตร และด้วยความเจริญที่ยังเข้าไปไม่ถึงชุมชน ถนนที่ใช้สัญจรภายในชุมชนจึงเป็นเพียงถนนที่ทำจากดิน ส่วนถนนคอนกรีตเกิดขึ้นในช่วงที่คนในชุมชนร่วมมือกันสร้างขึ้น ในอดีตการดำรงชีวิตของคนในชุมชนค่อนข้างลำบาก ในอดีตไฟฟ้ายังเข้าไม่ถึงชุมชน ชุมชนจึงใช้ตะเกียงซึ่งทำจากกระป๋องนมเจาะรูและใส่เชือกชุบน้ำมันก๊าดเพื่อให้แสงสว่าง ชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ในอดีตภายในชุมชนมีโรงสีข้าว ร้านขายทอง ขายเสื้อผ้า ร้านค้าส่ง โรงยาฝิ่น ร้านทำเส้นก๋วยเตี๋ยว ชุมชนดำรงชีวิตโดยใช้น้ำจากคลองเปรมประชากร ซึ่งเป็นคลองที่เริ่มขุดในสมัยรัชกาลที่ 5 ชุมชนร่วมพัฒนา เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตหลักสี่ จัดอยู่ในประเภทชุมชนแออัด ชุมชนฯ มักถูกเรียกว่า “ชุมชน 3 เขต” เนื่องจากเดิมอยู่เขตบางเขน ต่อมาถูกย้ายให้อยู่เขตดอนเมือง และปัจจุบันอยู่ที่เขตหลักสี่ สำหรับสภาพความเป็นอยู่โดยรวมของชุมชนค่อนข้างปลอดภัย เนื่องจากคนในชุมชนช่วยกันสอดส่องดูแล ส่วนปัญหาด้านยาเสพติดซึ่งเป็นปัญหาระดับชาติ นับว่ายังคงมีปัญหาเช่นเดียวกับพื้นที่อื่น ๆ ชุมชนประสบปัญหาน้ำท่วมค่อนข้างบ่อย เนื่องจากพื้นที่อยู่ใกล้คลองเปรมประชากร ส่วนปัญหาด้านมลพิษไม่ก่อให้เกิดปัญหากับชุมชนมากนัก แม้จะตั้งอยู่ใกล้ถนนเลียบเมืองหรือ Local Road อีกทั้งบริเวณชุมชนไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมจึงไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อชุมชน ส่วนการประกอบอาชีพของคนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ขี่มอเตอร์ไซค์รับจ้าง ทำงานรัฐวิสาหกิจ รับราชการ และเป็นแม่บ้าน คณะกรรมการชุมชนฯ เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2532 ประธาน

ชุมชนคนแรกคือ นายบุญมา ขวัญจิตร ต่อมาคือ นางอัมพร นิลโต และปัจจุบันคือ นางพันพร วรรณากุล ชุมชนร่วมพัฒนามีชมรมผู้สูงอายุอยู่ภายในชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิกชมรมฯ ประมาณ 150 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 60 - 75 ปี ชุมชนร่วมพัฒนานับว่าเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง เนื่องจากคนในชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกันมายาวนาน มีความผูกพัน รักใคร่ สามัคคี กลมเกลียว และประการสำคัญ มีผู้นำชุมชน คือ นางพันพร วรรณากุล ซึ่งมีความเป็นผู้นำสูง และมีความเข้มแข็ง สามารถนำพาหรือแนะนำกลุ่มแม่บ้านเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อการยังชีพอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง ยังเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคม สามารถดูแลเอาใจใส่คนในชุมชนด้วยความห่วงใย นางพันพร วรรณากุล ได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากชุมชนให้ดำรงตำแหน่งผู้นำชุมชนติดต่อกันถึง 2 สมัย จากสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนซึ่งเป็นชุมชนประเภทแออัด สภาพเศรษฐกิจของชุมชนส่วนใหญ่มีความฝืดเคือง ส่งผลให้ชุมชนต้องดิ้นรนหาเลี้ยงชีพเพื่อความอยู่รอด ชุมชนจึงมีการรวมกลุ่มกันเป็น **“กลุ่มแม่บ้าน”** โดยมีประธานชุมชน คือ นางพันพร วรรณากุล เป็นแกนนำและเปิดโอกาสให้สมาชิกทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ปัจจุบันมีคณะกรรมการฯ จำนวน 10 คน กลุ่มแม่บ้านเลือกทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามความถนัดและความสนใจ โดยเฉพาะด้านอาหาร อาทิ ข้าวต้มมัด ขนมดอกจอก แคบหมู น้ำพริกเผา ขนมจีนน้ำยา น้ำเต้าหู้ หรือสิ่งประดิษฐ์ ได้แก่ ดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้จันทน์ ในอดีตประมาณปี พ.ศ.2515 ชุมชนได้ตั้งกลุ่มแม่บ้านเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มอาหารคาว 2) กลุ่มขนมไทย 3) กลุ่มสมุนไพร 4) กลุ่มของชำร่วย และ 5) กลุ่มดอกไม้จันทน์

จากจุดเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2532 ซึ่งมีการรวมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในช่วงแรกนับว่าได้รับความร่วมมือจากกลุ่มแม่บ้านเป็นอย่างดี มีการแบ่งหน้าที่กันทำตามความถนัด สามารถจำหน่ายสินค้าได้เป็นอย่างดี นำไปสู่การแบ่งปันผลประกอบการซึ่งเป็นที่น่าพอใจ แต่เมื่อเวลาผ่านพ้นไป การรวมกลุ่มกันทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เริ่มประสบปัญหา อาทิ เวลาว่างในการทำผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกัน แม่บ้านบางรายมีภารกิจส่วนตัวมาก บางรายเกิดความเหนื่อยล้าจากการทำผลิตภัณฑ์บางประเภท ซึ่งมีขั้นตอนการทำที่พิถีพิถันและใช้เวลานาน เช่น แคบหมู ผู้สูงอายุบางรายที่มีฝีมือในการปรุงอาหารซึ่งอร่อยและมีรสชาติเฉพาะตัว มีอายุมากขึ้น ไม่มีเรี่ยวแรงในการปรุงหรือการทำผลิตภัณฑ์ บางรายเสียชีวิต หรือบางรายย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยไปอยู่กับลูกหลาน จากประเด็นปัญหาต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้ความร่วมมือในการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เริ่มลดน้อยลง ปัจจุบันเหลือเพียง 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มอาหารคาว 2) กลุ่มขนมไทย 3) กลุ่มของชำร่วย และ 4) กลุ่มดอกไม้จันทน์ สำหรับกลุ่มสมุนไพรที่เคยทำ กลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้ยกเลิกแต่ได้นำไปรวมกับกลุ่มของชำร่วย นอกจากนั้น ยังมีประเด็นปัญหาด้านอื่นๆ ได้แก่ ปัญหาด้านผลประโยชน์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มยังขาดความชัดเจน อีกทั้ง การบริหารงานของกลุ่มแม่บ้านยังไม่มีระบบ และยังไม่มีการออกกฎ ระเบียบของกลุ่มเพื่อทำให้การบริหาร จัดการภายในกลุ่มแม่บ้านเกิดความชัดเจน การระดมทุนเพื่อพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มยังมีค่อนข้างน้อย ส่วนด้านการตลาดยังขาดกลไก และ

กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลประกอบต่าง ๆ ไม่เป็นที่จูงใจ ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ทันสมัย ขาดความหลากหลาย และกลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้สร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์บางกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านยกเลิก หรือแม้บางกลุ่มจะไม่ได้ยกเลิกแต่นับว่ายังประสบปัญหาบาง อีกทั้ง จากการลงพื้นที่ ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่อย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มผู้วิจัยได้รับทราบประเด็นปัญหาและความต้องการด้านต่างๆ ของชุมชนที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขหลายประการ ได้แก่ ประเด็นปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion People, Process, Physical Evidence, Packaging และ Power ซึ่งพบว่าปัญหาของกลุ่มแม่บ้านเกิดจากส่วนประสมการตลาดต่างๆ ได้แก่ Product กลุ่มของชำร่วยประสบปัญหาด้านการพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดความสวยงาม แปลกใหม่ และยังไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน Price การกำหนดราคาของทุกกลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้มาตรฐาน ยังไม่มีการคำนวณเพื่อทราบจุดคุ้มทุน Place กลุ่มแม่บ้านยังขาดการติดต่อประสานงานเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น ด้าน Promotion กลุ่มแม่บ้านยังขาดการวางแผนการส่งเสริมการตลาด อาทิ การใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ทำให้สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก หรือเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป People สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านหลายราย เป็นผู้สูงวัย เริ่มเจ็บป่วย เสียชีวิต และบางรายมีภารกิจในการดูแลครอบครัว จึงไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดกำลังคนในการทำ Process การทำผลิตภัณฑ์บางประเภทมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยากซับซ้อน และผลิตภัณฑ์บางประเภทต้องใช้ความพิถีพิถันในการทำ และจำเป็นต้องอาศัยฤดูกาลที่เอื้อต่อการทำ Physical Evidence สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปยังไม่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ ด้าน Packaging ยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย ขาดความแตกต่าง และความคิดสร้างสรรค์ Power กลุ่มแม่บ้านมีเครือข่ายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านยังไม่กว้างมากนักทำให้การประสานงาน การขอความร่วมมือ หรือการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ยังขาดประสิทธิภาพ จากประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น กลุ่มผู้วิจัยจึงเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน โดยการสร้างองค์ความรู้เพื่อพัฒนาและต่อยอดความรู้หรือความเชี่ยวชาญเดิมที่มีอยู่ให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน ด้วยการจัดประชุมเพื่อระดมสมอง การศึกษาดูงาน การเชิญวิทยากรมาบรรยายพิเศษ เพื่อสร้างแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ อีกทั้ง เพื่อสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้กลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนาสามารถพึ่งพาตนเองได้ สามารถร้อยรัดคนในชุมชนให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข อันจะนำไปสู่การเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของประเทศสืบต่อไป

ทั้งนี้ จากการศึกษาบริบทชุมชนจะเห็นสภาพการย้ายถิ่นฐาน การก่อตัว การทำมาหาเลี้ยงชีพ การรวมกันเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ปัญหาและอุปสรรค ซึ่งสามารถระบุเหตุการณ์ต่าง ๆ ตามช่วงเวลา

(Timeline) ได้ ดังนี้ **ก่อนปี พ.ศ**. 2515 สภาพพื้นที่โดยรวมเป็นทุ่งนา มีบ้านเรือนประมาณ 20 หลัง ที่ดินถูกจับจองจากคนในชุมชนเพื่อสร้างบ้าน และทำการเกษตรชุมชน ชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ในอดีตบริเวณชุมชนมีโรงสี มีร้านขายทอง มีการขายเสื้อผ้า มีร้านค้าส่ง โรงยาฝิ่น ร้านทำเส้นก๋วยเตี๋ยว มีการยกยอเพื่อหาปลา ชุมชนได้ใช้ประโยชน์จากคลองเปรมประชากร ซึ่งเป็นคลองที่หล่อเลี้ยงชีวิตคนในชุมชน **ปี พ.ศ**. 2515 ผู้คนเริ่มย้ายถิ่นฐานจากต่างจังหวัดเข้ามาอาศัยและทำงานบริเวณชานเมืองและกรุงเทพมหานครมากขึ้น ภายในชุมชนมี “ศูนย์เรียนรู้ชุมชนร่วมพัฒนา” เพื่อเป็นจุดนัดพบการประชุม การสังสรรค์ เป็นแหล่งแสวงหาความรู้ของคนในชุมชน และเป็นแหล่งทำผลิตภัณฑ์ชุมชน และภายในชุมชนยังมีศูนย์สุขภาพชุมชนเพื่อให้ความรู้ด้านการดูแลรักษาสุขภาพ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และมียาสามัญประจำบ้านไว้ให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย **ปี พ.ศ**. 2532 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชน ภายในชุมชนมีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแม่บ้านจำนวน 5 กลุ่ม โดยมีประธานชุมชนเป็นผู้ก่อตั้ง แต่ละกลุ่มทำผลิตภัณฑ์ตามความถนัด ช่องทางการจำหน่ายใช้ตลาดเช้าในชุมชนเป็นสถานที่ในการจำหน่าย ส่วนสมุนไพร จำหน่ายโดยประสานกับเจ้าหน้าที่วัด โดยชุมชนต่างต้องการให้ผลิตภัณฑ์ สามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้น เพื่อสร้างรายได้อย่างมั่นคง **ปี พ.ศ**. 2548 สภาพแวดล้อมภายในชุมชนเริ่มเปลี่ยนแปลง เนื่องจากมีขยะเพิ่มมากขึ้น น้ำเริ่มเน่าเสีย ชุมชนได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อมคูคลองในการจัดกิจกรรมทอดผ้าป่าขยะ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เน้นการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม และการร่วมกันดูแลฟื้นฟูคลองให้สะอาดมากขึ้น และ**ปี พ.ศ**. 2560-**ปัจจุบัน** การรวมกลุ่มกันทำผลิตภัณฑ์เริ่มประสบปัญหาหลายประการ อาทิ การมีเวลาว่างไม่ตรงกัน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่ชราภาพ และมีบางรายเสียชีวิต ส่งผลให้ความร่วมมือในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เริ่มลดน้อยลง จนกระทั่งปัจจุบันเหลือเพียงบางครอบครัวที่ยังคงยึดการทำอาชีพดังกล่าว

1.2 ปัญหา/โจทย์การวิจัย

คำถามหลัก : การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ควรเป็นอย่างไร

คำถามรอง :

1. ที่มาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันหรือการพัฒนากลุ่มแม่บ้านของชุมชน ร่วมพัฒนาเป็นอย่างไร

2. การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนาควรเป็นอย่างไร

3. การพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนาควรเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. พื้นที่ดำเนินการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ที่ทำการเก็บข้อมูลศึกษา คือ ชุมชนร่วมพัฒนา ถนนวิภาวดีรังสิต 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

2. ประชากรหรือกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนมีจำนวนประมาณ 20 คน

3. ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

เดือนกันยายน 2561 – กุมภาพันธ์ 2563

1.5 ประเด็นการวิจัย

1. ศึกษาความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และปัญหาในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. ศึกษาปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
4. ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. ทดลองใช้รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
6. วิเคราะห์และสรุปรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เชิงนโยบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอาชีพให้ชุมชนในเมือง มีรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน อีกทั้ง ทราบปัจจัยและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

2. เชิงปฏิบัติการ ฝ่ายพัฒนาชุมชน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนากลุ่มแม่บ้านเพื่อก่อให้เกิดรายได้และลดปัญหาสังคม เกิดการขับเคลื่อนภายในชุมชน เกิดความร่วมมือในการสร้างองค์ความรู้ให้กับกลุ่มแม่บ้านโดยชุมชน และพี่เลี้ยงนักวิจัยในชุมชน ก่อให้เกิดนักวิจัยชาวบ้าน ที่ร่วมกันคิดวิเคราะห์ และพัฒนากลุ่มแม่บ้านให้เหมาะสมกับบริบท และภูมิปัญญาของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

3. เชิงบุคคล กลุ่มแม่บ้านมีความรู้ด้านการตลาด สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ อีกทั้งมีความรู้ด้านการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้ง ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในชุมชน

4. ผลผลิต (Output)

4.1 เชิงการวิจัย

1) ทราบประวัติความเป็นมาของชุมชนร่วมพัฒนา ความเป็นมาของการมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

2) ได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพการมีส่วนร่วมของการรวมกลุ่ม กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

3) ได้แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

4) ได้รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านอื่น ๆ

4.2 เชิงการพัฒนา

1) กลุ่มแม่บ้านได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ ทักษะและประสบการณ์จากการประชุม อบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการและการตลาด

2) กลุ่มแม่บ้านได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะด้านการมีส่วนร่วมและการรวมกลุ่ม

5. ผลลัพธ์ (Outcome)

1) กลุ่มแม่บ้านมีกลุ่มการทำงานที่มั่นคง และยั่งยืน

2) กลุ่มแม่บ้านสามารถใช้ทักษะในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนไปสู่การจำหน่ายในตลาดที่กว้างขึ้น

3) กลุ่มแม่บ้านได้รูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

6. ผลกระทบ (Impact)

1) ทำให้เศรษฐกิจชุมชนร่วมพัฒนามีความแข็งแรง

2) ชุมชนร่วมพัฒนาเกิดความรัก ความสามัคคีภายในชุมชน

3) กลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้และการฝึกอบรม

7. กระบวนการผลักดันผลงานออกสู่การใช้ประโยชน์

1) การจัดหาตลาดเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) ทดลองรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกับชุมชนอื่นเพื่อหาข้อสรุป

3) จัดให้ชุมชนอื่นศึกษา ดูงาน หรือเรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ของชุมชนร่วมพัฒนาโดยมีกลุ่มแม่บ้าน เป็นวิทยากร

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเพื่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยชุมชน (Community Based Research : CBR) กลุ่มผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วม วิสาหกิจชุมชน การจัดการการตลาด และพัฒนากรอบแนวคิดงานวิจัย รวมทั้งกำหนดนิยามศัพท์ปฏิบัติการ โดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีด้านการพัฒนาชุมชน
2.2 แนวคิดทฤษฎีด้านวิสาหกิจชุมชน
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพในการปฏิบัติงาน
2.4 แนวคิดการบริหารจัดการกลุ่ม
2.5 แนวคิดด้านการบริหารจัดการการตลาด
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
2.7 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย
2.10 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

2.1 แนวคิดทฤษฎีด้านการพัฒนาชุมชน

การพัฒนาชุมชนเป็นการพัฒนาประเภทหนึ่งที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยมีปรัชญา แนวคิด หลักการและวิธีการปฏิบัติที่เป็นลักษณะเฉพาะ ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานดั้งเดิม คือเป็นกระบวนการให้การศึกษาแก่ประชาชนเพื่อพัฒนาความรู้ ความคิดให้มีศักยภาพและสามารถพึ่งตนเองได้หรือช่วยตนเองได้ทุกด้าน ดังนั้น การพัฒนาชุมชนจึงเป็นการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ให้ครบถ้วนถึงความพร้อมในทุกด้าน เพื่อที่จะสามารถจัดการกับปัญหาและความต้องการต่าง ๆ ของตนเองได้ การดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชนจึงถือเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและต้องการผู้ปฏิบัติงานที่มีสมรรถภาพเป็นผู้ที่ประกอบไปด้วยองค์ความรู้ทั้งในด้านศาสตร์และศิลป์ เพื่อทำงานร่วมกับประชาชนและชุมชนในการที่นำพาไปสู่เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาชุมชน นั่นคือการที่คนในชุมชน มีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน

2.1.1 ความหมายของการพัฒนาชุมชน

การพัฒนาชุมชนถือกำเนิดและเป็นที่ยอมรับมานาน และจากการที่การพัฒนาชุมชนได้ถูกนำมาใช้และรับการยอมรับอย่างแพร่หลายจึงมีองค์การ หน่วยงานและนักวิชาการได้ให้ความหมายของการพัฒนาชุมชน ดังนี้

การพัฒนาชุมชน เป็นกระบวนการที่มุ่งส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นโดยอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังของประชาชน เกิดจากความคิดริเริ่มของประชาชน ถ้าหากประชาชนไม่เกิดความคิดริเริ่มก็ใช้เทคนิควิธีการกระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่มขึ้นเพื่อให้ได้รับความร่วมมือจากประชาชนด้วยความกระตือรือร้นอย่างแท้จริง (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2526 : 10)

การพัฒนาชุมชน เป็นกระบวนการ รวมกำลังระหว่างประชาชนในชุมชนกับเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล เพื่อปรับปรุงสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ ให้เจริญยิ่งขึ้นและผสมผสานเข้าเป็นชีวิตของชาติ ทำให้ประชาชนสามารถอุทิศตนเพื่อความก้าวหน้าของประเทศชาติได้อย่างเต็มที่ (องค์การสหประชาชาติ, 1955 : 6)

การพัฒนาความรู้ ความสามารถของประชาชนเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการช่วยตนเอง เพื่อนบ้าน และชุมชนให้มีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยการร่วมมือระหว่างประชาชนกับรัฐบาล เป็นวิธีการที่นำบริการของรัฐบาลผนวกเข้ากับความต้องการของประชาชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2527 : 1)

กระบวนการพัฒนาคนและกลุ่มคนในชุมชน ให้มีศักยภาพเพียงพอและร่วมมือกันปรับปรุงชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและชุมชนตามแผนและโครงการที่กำหนดไว้ ทั้งการใช้พลังของชุมชนและการสนับสนุนจากภายนอกชุมชน (สนธยา พลศรี, 2547 : 49)

การเปลี่ยนแปลงการสร้างสรรค์ปรับปรุงอย่างมีกระบวนการ (Process) และเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างมีโครงสร้างและแบบแผน (Planned and Structured Change) หรือมีการกำหนดทิศทางเป้าหมายที่แน่นอน (Ultimate Goal) ที่อาจเป็นไปได้ทั้งการกระทำของภาครัฐและภาคเอกชน หรือเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชน ทั้งนี้ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตด้านต่าง ๆ ให้ดีขึ้น เช่น เศรษฐกิจ การศึกษาเรียนรู้ สุขภาพอนามัย วัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้มีความสามารถที่จะพึ่งตนเองได้ (โกวิทย์ พวงงาม, 2553 : 132)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การพัฒนาชุมชน หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงคนและชุมชนให้ดีขึ้น โดยใช้พลังและความร่วมมือจากคนในชุมชนและหน่วยงานของรัฐและองค์กรในชุมชน เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์ชุมชนให้เกิดความก้าวหน้าทั้งในด้านคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานการครองชีพ และคุณภาพชีวิตของประชาชน

2.1.2 แนวคิดพื้นฐานของการพัฒนาชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้อื่นได้มีพัฒนาการมาเป็นลำดับ สืบเนื่องมาจากการที่สมาชิกในชุมชนมีเพิ่มมากขึ้น การขยายตัวของกลุ่มหรือชุมชนมีมากขึ้น เกิดมีผู้นำ ผู้ตาม ผู้ปกครอง และผู้ถูกปกครองเพิ่มมากขึ้น มีกลุ่มที่เจริญกว่า และกลุ่มผู้ด้อยกว่า ดังนั้น เมื่อเกิดมีกลุ่มในลักษณะที่สัมพันธ์กันมากขึ้น จึงทำให้ต้องมีการจัดระบบการดำเนินชีวิตร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และผลประโยชน์ร่วมกันของแต่ละฝ่ายจึงทำให้เกิดมีแนวคิดในการจัดระบบการดำเนินชีวิตร่วมกันในชุมชน ซึ่งจีรพรรณ กาญจนจิตรา (2523 : 5-6) กล่าวว่า การพัฒนาชุมชนมีแนวคิดมูลฐานอยู่ 3 ประการ ดังนี้ 1. การช่วยเหลือตนเองและการช่วยเหลือเพื่อให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องช่วยตนเองในรูปแบบของแรงงาน วัสดุและทรัพย์สินเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง หากเกินความสามารถรัฐบาลจึงจะให้การสนับสนุนตามสมควร เช่น ความช่วยเหลือด้านวิชาการ งบประมาณ เป็นต้น ความช่วยเหลือจากภายนอกจึงมีความจำเป็นที่จะข้ามาแก้สถานการณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ว่าจะช่วยเหลือให้ประชาชนสามารถช่วยเหลือตนเองได้ตลอดรอดฝั่ง 2. การพัฒนาชุมชนเป็นการพัฒนาแบบเบ็ดเสร็จ ปัญหาของชุมชนหรือประเทศไม่อาจแก้ไขได้โดยวิธีใดวิธีหนึ่งหรือโดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่ต้องเป็นการประสานการปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเป็นการประสานวิธีการหลายวิธีและหลายด้าน หากทำการศึกษาปัญหาของชุมชนอย่างละเอียดจะพบว่า ปัญหาของชุมชนสาเหตุหลายประการ ฉะนั้นจึงต้องดำเนินการด้วยวิธีการต่าง ๆ พร้อมกันไป เช่น การยกระดับการครองชีพของประชาชนจะต้องพัฒนาทางด้านทักษะ การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อม การวางแผนครอบครัว เป็นต้น การกำหนดวิธีการแก้ปัญหาของ ชุมชนจึงต้องหยิบยกปัญหาของชุมชนนั้นมาพิจารณาอย่างละเอียด และต้องระลึกว่าปัญหาหนึ่งจะเกี่ยวกันหรือกระทบไปยังอีกปัญหาหนึ่งหรือหลายปัญหาเสมอ ดังนั้นโครงการหรือกิจกรรมที่กำหนด ขึ้นมาจะต้องเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้หลายปัญหา 3. การพัฒนาชุมชนเป็นการดำเนินงานที่เริ่มจากท้องถิ่นชนบท โดยมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศ (มิได้หมายความว่า นโยบายชาติเป็นตัวกำหนดนโยบายท้องถิ่น แต่หมายถึง กิจกรรมในท้องถิ่นจะได้รับการสนับสนุนให้เป็นกำลังสำคัญในการค้ำจุนนโยบายชาติ) การสนับสนุนจากรัฐบาลในที่นี้คือด้านวัสดุ กำลังคน ฉะนั้นการดำเนินงานของท้องถิ่นใดเป็นเอกเทศ ปราศจากเป้าหมายที่สอดคล้องกับนโยบายของชาติ ย่อมจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเท่าที่ควร จะเห็นได้ว่าแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนาชุมชนถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้นักพัฒนาสามารถทำงานร่วมกับประชาชนได้อย่างถูกต้องและก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพ ผู้ที่ทำงานจะต้องมีความเข้าใจในแนวคิดในการพัฒนาชุมชนเป็นอย่างดีเสียก่อน จึงจะสามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังจำเป็นต้องพิจารณาแนวคิดในการพัฒนาชุมชน ดังนี้

1. คนมีความสำคัญมากที่สุด (Man is a Most Important) การพัฒนาชุมชนเชื่อมั่นในศักยภาพหรือพลังความสามารถของคน เพราะการดำรงอยู่หรือการล่มสลายของชุมชน การพัฒนา หรือการเสื่อมถอยของชุมชนขึ้นอยู่กับคนในชุมชนเป็นสำคัญจึงต้องให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาด้วย การพัฒนาคนให้มีศักยภาพในการพัฒนาตนเองและชุมชน ร่วมกันสร้างมาตรฐานในการดำรงชีวิตหรือคุณภาพชีวิตที่ดี มีความพร้อมที่จะพัฒนาชุมชนของตนเอง

2. การมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation) การพัฒนาชุมชนเป็นการให้คนในชุมชนได้เข้ามาศึกษา ร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติงาน ร่วมประเมินผลและร่วม รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาชุมชนนั้นเป็นของประชาชน โดยประชาชนและ เพื่อประชาชนนั่นเอง

3. การพึ่งตนเองของชุมชน (Self-Reliance) จากแนวคิดที่เชื่อในศักยภาพและพลังความสามารถของชุมชน แนวคิดของการพัฒนาชุมชนจึงเชื่อมั่นว่า การเสริมสร้างขีด ความสามารถของประชาชนและชุมชนนั้นทำให้คนสามารถที่จะพัฒนาชุมชนได้ด้วยตนเอง สามารถสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

4. การช่วยเหลือตนเอง (Aided Self-Help) เป็นแนวทางในการพัฒนาที่ยึดเป็นหลักการสำคัญประการหนึ่ง คือต้องพัฒนาให้ประชาชนพึ่งตนเองให้มากขึ้นและให้ได้มากที่สุด โดยมีรัฐเป็นผู้คอยให้การช่วยเหลือ สนับสนุนในส่วนที่เกิดขีดความสามารถของประชาชนตามโอกาสและหลักเกณฑ์ ที่เหมาะสม

5. การใช้ทรัพยากรในชุมชนให้คุ้มค่า (Community Natural Resources Utilize) ผลประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนใดย่อมเกิดขึ้นแก่ชุมชนนั้น ดังนั้น จึงต้องใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ของ ชุมชน เช่น คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ ทุนทางสังคมและทรัพยากรต่าง ๆ ไม่พึ่งพาชุมชนอื่น ๆ ในการพัฒนาชุมชนของตนเอง เพราะแต่ละชุมชนต่างก็มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ทรัพยากรเพื่อพัฒนาชุมชน ของตนเองเช่นเดียวกัน

6. การริเริ่มของประชาชนในชุมชน (Initiative) แนวคิดของการพัฒนาชุมชนเชื่อมั่น ในสิทธิเสรีภาพของคน การพัฒนาชุมชนต้องเกิดจากความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในชุมชน โดยประชาชนเป็นผู้ริเริ่มในการศึกษาวิเคราะห์ปัญหา จัดทำแผนและโครงการไม่ใช่ถูกกำหนดโดยบุคคลหรือหน่วยงานนอกชุมชน การดำเนินงานพัฒนาในขั้นตอนต่าง ๆ ต้องให้ประชาชนในชุมชนเป็นผู้ริเริ่มและรับผิดชอบ หน่วยงานนอกชุมชนอื่น ๆ เป็นหน่วยที่สนับสนุนส่งเสริมเท่านั้น แนวคิด ดังกล่าวนี้จะเกิดขึ้นได้โดยวิธีให้การศึกษาแก่คนในชุมชนจนมีความรู้ความสามารถในระดับที่เรียกว่า “คิดเป็นทำเป็น” จนสามารถที่จะค้นหาปัญหา วิเคราะห์ปัญหา กำหนดวิธีการแก้ไขปัญหาและดำเนินการแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง

7. ความต้องการของชุมชน (Felt-Needs) จากความเชื่อข้อที่ว่า คนมีศักยภาพและความสามารถในการพัฒนา แนวคิดของการพัฒนาชุมชนจึงเชื่อมั่นว่าการเสริมสร้างขีดความสามารถของประชาชนและชุมชนนั้น ทำให้คนสามารถที่จะพัฒนาชุมชนได้ด้วยตนเอง สามารถสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ตามความต้องการของชุมชนเอง

8. ขีดความสามารถของชุมชนและของรัฐบาล (Community and Government) การพัฒนาชุมชนมุ่งเน้นให้ดำเนินการโดยคนและทรัพยากรในชุมชนเป็นสำคัญ เพราะรัฐบาลมีขีดความสามารถจำกัด ทั้งด้านบุคลากร งบประมาณและระบบการบริหาร ส่วนชุมชนก็มีขีดจำกัดในเรื่อง ความไม่พร้อมของคนและทรัพยากรที่ใช้ในการพัฒนาไม่เพียงพอ ดังนั้นการดำเนินงานพัฒนาชุมชน จึงต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของชุมชนและรัฐบาล กล่าวคือชุมชนที่มีความพร้อมมากก็พึ่งตนเองให้มาก ชุมชนที่มีความพร้อมน้อย รัฐก็ให้การสนับสนุนมากขึ้น ขีดความสามารถของชุมชนและรัฐนี้ จะต้องได้สัดส่วนและสอดคล้องซึ่งกันและกัน

9. การร่วมมือกันระหว่างรัฐกับประชาชน (Co-Operation Between) การพัฒนาชุมชนจะประสบความสำเร็จได้จะต้องเกิดจากการร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลและประชาชน ไม่ปล่อยให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดรับผิดชอบเพียงฝ่ายเดียว เพราะรัฐบาลและประชาชนในชุมชนต่างก็มีข้อจำกัดไม่สามารถดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพได้เต็มที่ดังกล่าวมาแล้ว การร่วมมือระหว่างรัฐบาลและประชาชนนี้ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการช่วยเหลือตัวเอง การใช้ทรัพยากรในชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสนับสนุนส่งเสริมของรัฐบาลอย่างเหมาะสมเป็นสำคัญ

10. การพัฒนาแบบบูรณาการ (Integrated Development) การพัฒนาชุมชนจะต้องดำเนินการไปพร้อมกันในหลาย ๆ ด้าน จะมุ่งเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ เพราะกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนมีหลายกิจกรรม การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต้องสอดคล้องและเป็นแนวทางเดียวกันเพื่อการประหยัดแรงงาน งบประมาณและเวลาที่ใช้ การดำเนินงานพัฒนาชุมชนจึงต้องประสานงานกับ คน หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ และงบประมาณจึงจะประสบผลสำเร็จ

11. ความสมดุลในการพัฒนา (Development as Equality) การพัฒนาชุมชนต้องดำเนินการไปพร้อมกันทุกด้าน ไม่มุ่งในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เพราะทุกกิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด จึงต้องคำนึงถึงความสมดุลในการพัฒนาด้วย เช่น ความสมดุลระหว่างการพัฒนาคน กับสิ่งแวดล้อม ความสมดุลระหว่างสิ่งที่เป็นรูปธรรมกับนามธรรม ความสมดุลระหว่างการด้านพัฒนา วัตถุกับการพัฒนาด้านจิตใจคน ความสมดุลระหว่างเพศและวัย ความสมดุลระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่น กับภูมิปัญญาสากล เป็นต้น

12. การศึกษาภาคชีวิต (Lifelong Education) คือมีลักษณะเป็นการให้การศึกษาแก่ประชาชนทุกเพศทุกวัยอย่างต่อเนื่องกันไปตลอดชีวิต เป็นการศึกษาที่เน้นให้รู้จักตัวเอง รู้จักโลกและเรียนรู้ที่จะอยู่

ร่วมกันกับสรรพสิ่งทั้งที่เป็นมนุษย์ ธรรมชาติหรือสิ่งที่เหนือธรรมชาติ อันก่อให้เกิดปัญญาเพื่อปรับสภาพความเป็นอยู่ให้สอดคล้องสมดุล การศึกษาภาคชีวิตเป็นเครื่องมือที่สำคัญซึ่งจะทำให้มีความสามารถปรับตัวเองอยู่ในชุมชนและสังคมได้อย่างเป็นสุขตามอัตภาพ การนำเสนอแนวคิด การศึกษาภาคชีวิต (Lifelong Education) เป็นผลจากการนำเสนอรายงานขององค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่ได้นำเสนอไว้ว่า มนุษย์แต่ละคนจะต้องอยู่ในภาวะแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตของเขา ฉะนั้นแนวคิดของการศึกษาภาคชีวิตจึงเปรียบเหมือนกุญแจดอกสำคัญของสังคมแห่งการเรียนรู้ ดังนั้น การพัฒนาชุมชนที่เป็นกระบวนการเรียนรู้บนฐานของการทำความเข้าใจชีวิต จึงนับได้ว่าเป็นการศึกษาภาคชีวิตและเป็นการศึกษาที่มีความต่อเนื่องกันไปตราบเท่าอายุขัยของแต่ละบุคคล นั่นแสดงว่าการพัฒนาชุมชนนั้นไม่มีที่สิ้นสุด แต่จะหมุนเวียนเปลี่ยนไปตามความต้องการและสถานการณ์ของชุมชน

13. การพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการ เป็นวิธีการ เป็นโครงการและเป็นกระบวนการทางสังคม ซึ่ง แซนเดอร์ส (Sanders, 1958 อ้างถึงในรัชนีกร เศรษโฐ, 2528) ได้อธิบายไว้ ดังนี้

13.1 การพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการ (Process) คือมีการดำเนินงานสัมพันธ์ อย่างเป็นขั้นตอนต่อเนื่องกันเป็นลำดับและจะขาดขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่ได้

13.2 การพัฒนาชุมชนเป็นวิธีการ (Method) เพื่อพัฒนาคน กลุ่มและองค์กร ด้วยการให้การศึกษาชุมชนและการจัดระเบียบสังคม จึงต้องกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินการให้ชัดเจน

13.3 การพัฒนาชุมชนเป็นโครงการ (Program) คือมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้า โดยเน้นความคิดริเริ่มของชุมชน การสนับสนุนส่งเสริมศักยภาพของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การสนับสนุนจากรัฐบาลและการประสานงานระหว่างบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

13.4 การพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการทางสังคม (Movement) ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การแพร่ระบาดทางอารมณ์อันก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมของบุคคลในชุมชน การพัฒนาชุมชน จึงต้องใช้แรงจูงใจกระตุ้นเร่งเร้าให้ประชาชนมีความตื่นตัว เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ไม่เฉื่อยชาหรือท้อถอย แต่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนการพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จ

2.1.3 หลักการพัฒนาชุมชน

แนวคิดพื้นฐานและปรัชญาของการพัฒนาชุมชนที่ได้นำเสนอมาแล้วในเบื้องต้น ได้ถูกนำมาใช้ในการกำหนดให้เป็นหลักในการดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชน ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (1960 : 8-13) ได้กำหนดหลักการพัฒนาชุมชนเพื่อให้ประเทศต่าง ๆ นำไปใช้ ดังนี้

1. การพัฒนาชุมชนจะต้องตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานและสอดคล้องกับความ ต้องการที่แท้จริงของประชาชนในชุมชน จากการริเริ่มของประชาชนและเริ่มจากโครงการง่ายไปสู่ โครงการที่ยากขึ้นตามลำดับ

2. ต้องเป็นโครงการอเนกประสงค์ ที่จะช่วยแก้ปัญหาได้หลายด้าน

3. เป็นการเปลี่ยนแปลงเจตคติของประชาชนในชุมชนที่ต้องทำไปพร้อม ๆ กับกิจกรรมด้านอื่น ๆ

4. จะต้องมุ่งให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนอย่างเต็มที่

5. ต้องแสวงหาผู้นำท้องถิ่น สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาผู้นำชุมชนในด้านต่าง ๆ ตามลักษณะของกิจกรรมและความจำเป็นของแต่ละชุมชน

6. ต้องยอมรับสตรี และเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ

7. รัฐต้องเตรียมจัดบริการให้การสนับสนุน

8. ต้องวางแผนอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพทุกระดับ

9. สนับสนุนให้องค์กรภาคเอกชน อาสาสมัครต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติและนานาชาติได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา

10. ต้องมีการวางแผนให้เกิดความเจริญแก่ชุมชนที่สอดคล้องกับความเจริญในระดับชาติ

ทั้งนี้ กรมการพัฒนาชุมชน (2527: 55) ได้กล่าวถึงหลักในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนไว้ว่าจะต้องยึดหลักที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ยึดหลักความมีศักดิ์ศรีและศักยภาพของประชาชน และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ใช้ศักยภาพที่มีอยู่ให้มากที่สุด นักพัฒนาจะต้องเชื่อมั่นว่าประชาชนนั้นมีศักยภาพที่จะใช้ความรู้ความสามารถที่จะปรับปรุง พัฒนาตนเองได้ จึงต้องให้โอกาสประชาชนในการคิด วางแผนเพื่อแก้ปัญหาชุมชนด้วยตัวของเขาเอง นักพัฒนาควรเป็นผู้กระตุ้น แนะนำส่งเสริม

2. ยึดหลักการพึ่งตนเองของประชาชน นักพัฒนาต้องยึดมั่นเป็นหลักการสำคัญว่าต้องสนับสนุนให้ประชาชนพึ่งตนเองได้ โดยการสร้างพลังชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชนส่วนรัฐบาลจะช่วยเหลือสนับสนุนอยู่เบื้องหลังและช่วยเหลือในส่วนที่เกินขีดความสามารถของประชาชน

3. ยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมคิด ตัดสินใจ วางแผน ปฏิบัติตามแผนและติดตามประเมินผลในกิจกรรมหรือโครงการใด ๆ ที่จะทำในชุมชนเพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการดำเนินงาน อันเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องของความเป็นเจ้าของโครงการหรือกิจกรรม

4. ยึดหลักประชาธิปไตยในการทำงาน การพัฒนาชุมชนซึ่งจะต้องเริ่มด้วยการพูดคุย ประชุม ปรึกษาหารือร่วมกัน คิดร่วมกัน ตัดสินใจและทำร่วมกัน รวมถึงรับผิดชอบร่วมกันภายใต้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามวิถีทางแห่งประชาธิปไตย หลักการพัฒนาชุมชนที่นักพัฒนาชุมชนนำมาใช้ในประเทศไทย นอกจากยึดถือหลักการพัฒนาชุมชนขององค์การสหประชาชาติแล้ว ยังได้ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสภาพพื้นฐานของสังคมไทย ซึ่งมีหลักการสำคัญ ดังนี้

4.1 หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นกระบวนการที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในทุกขั้นตอนคือ ร่วมศึกษา ร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมแก้ปัญหา ร่วมติดตามประเมินผล ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลของการพัฒนา ทั้งในรูปของบุคคล กลุ่มและองค์กรอย่างแท้จริงและด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่ด้วยความเกรงใจหรือถูกบังคับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง มองเห็นและตระหนักถึงศักยภาพหรือพลังความรู้ ความสามารถของตนเอง เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนและเจ้าของงานพัฒนาชุมชน (Sense of Belonging) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จ

4.2 หลักการพึ่งตนเองของชุมชน หลักการพัฒนาชุมชนที่สำคัญประการหนึ่ง คือการพึ่งตนเองของชุมชนตามศักยภาพหรือพลังความสามารถที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งศักยภาพของคน ทรัพยากรและทุนต่าง ๆ ของชุมชนด้วยการพัฒนาให้ประชาชนมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและ พัฒนาชุมชนด้วยตนเอง เพราะเป็นผู้รู้สภาพที่แท้จริงในชุมชนมากกว่าผู้อื่น เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน มากกว่าผู้อื่น และต้องดำรงชีวิตอยู่ในชุมชนนานกว่าผู้อื่น การพึ่งตนเองได้ของชุมชนเป็นการช่วยแบ่ง ภาระของรัฐบาล ทำให้คนในชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถดำรงรักษาและพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน

4.3 หลักการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มและองค์กร กลุ่มและองค์กรเป็นศูนย์กลางของการดำเนินงานพัฒนาชุมชน เป็นแหล่งกลางของการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติและร่วมกันรับผิดชอบ เป็นแหล่งผนึกพลังความรู้ความสามารถของชุมชน ทำให้เกิดศักยภาพหรือพลังในการพัฒนาชุมชนอย่างเต็มที่ สนับสนุนส่งเสริมหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนและหลักการพึ่งตนเองของประชาชนที่กล่าวมาแล้ว ให้เกิดขึ้นและดำรงอยู่ต่อไปอีกด้วย กลุ่มและองค์กรยังช่วยให้เกิดความมั่นใจว่า การพัฒนาชุมชนจะไม่ประสบความล้มเหลว เพราะถึงแม้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประสบปัญหาและไม่เข้าร่วมในกิจกรรมการพัฒนา แต่กลุ่มและองค์กรยังคงมีอยู่สามารถดำเนินงานพัฒนาต่อไปได้อีก

4.4 หลักการค้นหาและพัฒนาผู้นำในการพัฒนาชุมชนจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ยอมรับในหลักการของระบอบประชาธิปไตย มีบุคลิกภาพเด่นเป็นพิเศษ เป็นที่ยอมรับนับถือของคนในชุมชน ทั้งผู้นำเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งที่ได้รับการแต่งตั้งและการเลือกตั้ง ให้เป็นผู้นำท้องถิ่นจึงเป็นผู้ทำหน้าที่ประสานงานการพัฒนาชุมชนได้ดีและเป็นพลังสำคัญที่ทำให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จ

4.5 หลักประชาธิปไตยในการดำเนินงาน ปรัชญาและความคิดของระบอบประชาธิปไตยกับปรัชญาและแนวคิดของการพัฒนาชุมชนเป็นหลักการเดียวกัน กล่าวคือการให้ประชาชนมีสิทธิ อิสรภาพ เสรีภาพ เสมอภาคและภราดรภาพในการดำรงชีวิตตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ดังนั้น หลักประชาธิปไตยในการดำเนินงาน คือกิจกรรมการพัฒนาชุมชนต้องเป็นของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน

ในชุมชนด้วยความสมัครใจไม่ใช่ถูกบังคับ เมื่อมีความคิดเห็นไม่ตรงกันจะใช้เสียงข้างมากตัดสิน ยอมรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันแบบพี่น้องในครอบครัวเดียวกัน ทุกคนมีโอกาสที่จะแสดงความคิดเห็นได้เท่าเทียมกัน มีความสำคัญทัดเทียมกันและได้รับประโยชน์จากการพัฒนา อย่างเท่าเทียมกัน

4.6 หลักการประสานงาน การพัฒนาชุมชนมีบุคคล กลุ่มและองค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก การดำเนินงานพัฒนาชุมชนจึงต้องใช้การประสานงานเป็นหลักการที่สำคัญทั้งการประสานพื้นที่ ประสานคน ประสานหน่วยงาน ประสานเงิน ประสานทรัพยากร ประสานแผนและโครงการ ประสานผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งการพัฒนาสิ้นสุดลง การประสานงานช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่รับผิดชอบและสร้างความร่วมมือ รับผิดชอบในกิจกรรมร่วมกัน ทำให้การพัฒนาชุมชนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ คือเป็นไปตามลำดับขั้นตอน ไม่ซ้ำซ้อน ประหยัดแรงงาน งบประมาณ ทรัพยากร เวลา ทำให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จด้วยดี

4.7 หลักการจัดการชุมชน คือให้ผู้นำและคนในชุมชน เรียนรู้ในหลักการบริหารจัดการชุมชนของตน ร่วมกันดำเนินการบริหารจัดการชุมชน สามารถศึกษาปัญหา วิเคราะห์ปัญหา จัดทำแผนและโครงการดำเนินงานพัฒนาชุมชน ประเมินผลสรุปบทเรียน ในการดำเนินงานได้ด้วยตนเอง สามารถพัฒนาระบบการบริหารและจัดการชุมชนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของชุมชน

4.8 หลักการบูรณาการ เป็นการผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ ของการพัฒนาชุมชนให้เป็นเอกภาพ เพื่อสร้างศักยภาพหรือพลังในการพัฒนา ทำให้การพัฒนามีเป้าหมายร่วมกัน ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ประสบความสำเร็จร่วมกัน ไม่ใช่เป็นแบบต่างคนต่างทำ

4.9 หลักการพัฒนาแบบองค์รวม เป็นการพัฒนาชุมชนที่ดำเนินการพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ของชุมชนไปพร้อม ๆ กัน ทั้งนี้ เพราะว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ของชุมชน มีความเชื่อมโยง สัมพันธ์กัน การพัฒนาส่วนใดส่วนหนึ่งเพียงส่วนเดียวไม่สามารถทำให้ชุมชนทั้งหมดพัฒนาได้

4.10 หลักการพัฒนาแบบยั่งยืน การพัฒนาชุมชนต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม แต่มุ่งสนับสนุนส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมและชุมชนดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงถาวรหรือยั่งยืนไม่ล่มสลายไปได้ง่าย

4.11 หลักการใช้วัฒนธรรมชุมชน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ประชาชนยอมรับและนำมาปฏิบัติในชีวิตประจำวันจนกลายเป็นวิถีของชุมชน วัฒนธรรมเกิดจากการกระทำหรือผลงานของมนุษย์ ทั้งที่เป็นวัฒนธรรมทางวัตถุ เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ สิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เป็นต้น และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ เช่น ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น วัฒนธรรม บางอย่างเป็นภูมิปัญญาของชุมชน คือเกิดจากสมาชิกในชุมชนเอง วัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการพัฒนาชนบทมาก เพราะการดำเนินงานพัฒนาชุมชนจะได้รับความร่วมมือหรือถูกต่อต้านจากประชาชนหรือไม่มากน้อย

เพียงใดและจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความสอดคล้องหรือความขัดแย้งกับวัฒนธรรมของชุมชนเป็นสำคัญ

4.12 หลักการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน การเรียนรู้ในการพัฒนาชุมชน คือการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน ทั้งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ของคนในชุมชนและการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากภายนอกชุมชน ทำให้สามารถสรุปบทเรียนสร้างบทเรียนรับความรู้ใหม่ได้พร้อม ๆ กัน และมีความรู้ความเข้าใจตรงกัน ช่วยกระตุ้นให้สมาชิกของชุมชนมีการตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาและนำไปสู่การตัดสินใจในการพัฒนาชุมชนร่วมกัน

4.13 หลักการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชน นอกจากชุมชนจะเกิดการเรียนรู้ร่วมกันแล้ว การเชื่อมโยงการเรียนรู้ของคนในชุมชนต้องดำเนินการในลักษณะของเครือข่าย เพราะทำให้ระบบการเรียนรู้ของชุมชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แล้วขยายไปสร้างเครือข่ายการเรียนรู้กับชุมชนอื่น ๆ ทำให้ชุมชนมีพลังหรือศักยภาพมากขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่กว้างขวางเป็นองค์ความรู้ใหม่มากขึ้น เกิดความสมานฉันท์ระหว่างชุมชนนำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

4.14 หลักการขยายผล โครงการและกิจกรรมการพัฒนาชุมชนที่ประสบความสำเร็จในชุมชนใดชุมชนหนึ่งถือเป็นองค์ความรู้ของชุมชนนั้น ควรนำไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่น ๆ เพื่อเป็น แนวทางในการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับชุมชน เพราะความสำเร็จของการพัฒนาชุมชนจะสร้างขวัญ กำลังใจ ความศรัทธาเชื่อมั่น ไม่ท้อถอยในการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนา การขยายผลจะทำให้การพัฒนาชุมชนแผ่ขยายไปได้อย่างรวดเร็วและการสร้างเครือข่ายจะทำให้เกิดพลัง ประสบความสำเร็จในการพัฒนามากยิ่งขึ้น

4.15 หลักการสมทบ การพัฒนาชุมชนมุ่งที่จะให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาโดยใช้ประชาชนและทรัพยากรในชุมชนเป็นสำคัญ แต่พลังหรือศักยภาพของประชาชนและชุมชนนั้นมีขีดจำกัด กล่าวคือมีเพียงในระดับหนึ่งเท่านั้น ไม่สามารถระดมมาใช้ได้อีกต่อไป การสนับสนุนช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคเอกชนที่อยู่ภายนอกชุมชนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น แต่ต้องตั้งอยู่บนหลักการช่วยเหลือตนเองและการพึ่งตนเองของชุมชน ไม่ใช่พึ่งพารัฐบาลและองค์กรเอกชนตลอดไป หลักการสมทบจึงเป็นการสมทบกันระหว่างขีดความสามารถทั้งหมดที่ชุมชนมีอยู่กับการสนับสนุนส่งเสริมของรัฐบาลและองค์กรเอกชนอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพในการพัฒนาของชุมชนให้ประชาชนอีกทางหนึ่ง

2.1.4 **ลักษณะของการพัฒนาชุมชน** จากความหมาย ปรัชญา แนวคิดและหลักการพัฒนาชุมชน จะเห็นว่าการพัฒนาชุมชน มีลักษณะสำคัญหลายประการ ดังนี้ 1) เป็นการดำเนินงานโดยคนในชุมชน ใช้ทุนและทรัพยากรในชุมชนเป็นสำคัญ ไม่พึ่งพาบุคคลหรือทรัพยากรนอกชุมชนเพียงฝ่ายเดียว นอกจากมีความจำเป็นจริง ๆ คือเมื่อเกินขีดความสามารถของชุมชนเท่านั้น 2) เป็นการร่วมมือกันระหว่างคนในชุมชนด้วยกัน คนในชุมชนกับหน่วยงานของรัฐหรือคนในชุมชนกับภาคเอกชนร่วมมือกัน

เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จตามขีดความสามารถที่มีอยู่ 3) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีเป้าหมายหรือทิศทาง คือมีแผนและโครงการที่สามารถควบคุม ความสมดุลที่จะเปลี่ยนแปลงได้ กำหนดปริมาณ คุณภาพและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อคนในชุมชนและสิ่งแวดล้อมได้ 4) เกิดจากความตั้งใจและการกระทำของมนุษย์ เป็นการดำเนินงานตามแผนและโครงการ ที่กำหนดขึ้น ไม่ใช่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ 5) เป็นการพัฒนาคุณภาพของคนในชุมชน ให้เป็นผู้มีความรู้ มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง บุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปใช้ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของตนและชุมชนตามมาตรฐานที่ต้องการ 6) เป็นกระบวนการให้การศึกษาตลอดชีวิต การพัฒนาชุมชนใช้การศึกษาเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้และพัฒนาคนในชุมชนทุกช่วงชีวิตให้มีคุณภาพ มีความพร้อมที่จะรองรับการพัฒนาและดำรงชีวิตอยู่ในชุมชนอย่างมีความสุข 7) เป็นกระบวนการจัดองค์กรหรือกลุ่มเพราะการพัฒนาชุมชนเป็นการผนึกกำลังด้วยการรวมตัวของคนในชุมชนเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดศักยภาพหรือพลังของชุมชนและนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน 8) เป็นการมีส่วนร่วมของสมาชิกหรือคนในชุมชนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมศึกษาปัญหาของชุมชน วิเคราะห์ปัญหา สรุปบทเรียนที่ผ่านมา จัดทำแผน โครงการ ร่วมปฏิบัติงาน และติดตามประเมินผล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนในชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน รักหวงแหน ชุมชนและร่วมกันพัฒนาชุมชน 9) มีลักษณะเป็นการบูรณาการ คือการผสมผสานองค์ประกอบต่างๆ ของชุมชนและการพัฒนาชุมชนไว้ด้วยกัน ไม่แยกออกเป็นส่วนๆ 10) เป็นการพัฒนาแบบองค์รวม คือดำเนินการพัฒนาทุกๆ ส่วนของชุมชนไปพร้อมกัน อย่างมีคุณภาพ ไม่พัฒนาส่วนใดส่วนหนึ่งเพียงส่วนเดียว 11) เป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน คือการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลกระทบต่ออนาคต กล่าวคือไม่ทำลายทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้หมดไป รักษาสืบทอดกิจกรรมการพัฒนาไปยังคนรุ่นต่อไปโดยไม่สิ้นสุด หรือเป็นการพัฒนาคุณภาพของมนุษย์และสังคมให้สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนนั่นเอง 12) มีลักษณะเป็นประชาธิปไตย การพัฒนาชุมชนเป็นของคนในชุมชน ดำเนินการโดยคนใน ชุมชน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน เป็นการให้สิทธิเสรีภาพ อิสรภาพ เสมอภาพและภราดรภาพแก่ชุมชน เช่นเดียวกับระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเป็นผู้กำหนดวิถีการดำรงชีวิตของตนเองและชุมชน เป็นการดำเนินงานโดยคนและกลุ่มคนส่วนใหญ่ของชุมชน 13) เป็นการนำยุทธศาสตร์หรือกลวิธีการต่างๆ มาใช้ เช่น การให้การศึกษาแก่ชุมชน การใช้ตัวนำการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงเจตคติ การสร้างผู้นำ การสร้างกลุ่ม การเสริมสร้างทักษะ และความสามารถในด้านต่างๆ การจัดระเบียบทางสังคม เป็นต้น การพัฒนาชุมชนจึงต้องเลือก วิธีการหรือผสมผสานวิธีการเทคนิคต่างๆ มาใช้ในการพัฒนาให้เหมาะสม 14) มีลักษณะเป็นการบริหารจัดการ คือการพัฒนาชุมชนเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ เป็นจำนวนมากจึงต้องมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งการบริหารจัดการคน กลุ่ม องค์กร ทรัพยากร แผนและโครงการ เป็นต้น 15) มีลักษณะเป็นเครือข่ายการเรียนรู้ คือ

คนในชุมชนร่วมกันแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ มีศูนย์กลางในการบริหารจัดการชุมชนร่วมกัน มีความเป็นกัลยาณมิตร ระดมพลังและศักยภาพมาใช้ในการพัฒนาชุมชนอย่างเต็มที่ มีการเชื่อมโยง ความสัมพันธ์แบบเครือข่ายกับชุมชนอื่นๆ เป็นต้น

2.1.5 **องค์ประกอบของการพัฒนาชุมชน** ถ้าพิจารณาจากลักษณะที่สำคัญของการพัฒนาชุมชนแล้ว การพัฒนาชุมชนมีองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. คนในชุมชน คนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาชุมชน เนื่องจากการพัฒนาชุมชนเป็นการพัฒนาคน โดยความร่วมมือกันของคนในชุมชน เพื่อประโยชน์ส่วนรวมของคนในชุมชนด้วยกันเอง การพัฒนาชุมชนจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชนโดยตรง ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่มและองค์กรต่างๆ

2. ทุนของชุมชน ทั้งทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจและทุนสิ่งแวดล้อม

2.1 ทุนทางสังคม ได้แก่ คุณภาพของคน การจัดระเบียบทางสังคม สถาบันทางสังคม กลุ่มและองค์กรต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม เทคโนโลยีต่าง ๆ ฯลฯ

2.2 ทุนทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ ผลิตภัณฑ์ รายได้ แหล่งทุนของชุมชน ฯลฯ

2.3 ทุนสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ป่าไม้ แร่ธาตุ ภูเขา แม่น้ำลำคลอง น้ำตก ฯลฯ ทุนของชุมชนเหล่านี้จะเป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จ

3. วัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา เช่น วัสดุสำนักงาน วัสดุก่อสร้าง เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยานพาหนะ เครื่องมือ เครื่องจักร เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยวัสดุอุปกรณ์ เหล่านี้ต้องมีคุณภาพที่เหมาะสม ทันสมัยและเพียงพอกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนที่กำหนดขึ้น

4. ยุทธศาสตร์หรือวิธีการพัฒนา การพัฒนาชุมชนมีหลายวิธีการ เช่น การให้การศึกษา อบรม การจัดระเบียบชุมชน การสร้างผู้นำ การสร้างกลุ่มและองค์กร การวางแผนและโครงการ การประสานงาน เป็นต้น ยุทธศาสตร์เหล่านี้เมื่อนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนต้องเป็นยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับชุมชนจึงจะเป็นประโยชน์และสนับสนุนการพัฒนาให้ประสบความสำเร็จ

5. กระบวนการพัฒนาชุมชน จะเป็นลักษณะมีลำดับขั้นตอนในดำเนินงาน คือการศึกษา ชุมชน การวิเคราะห์ชุมชน การวางแผนและโครงการ การดำเนินงาน การประเมินผลและการทบทวน เพื่อไขปัญหาและอุปสรรค ซึ่งต้องดำเนินงานไปตามลำดับ ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ

6. การสนับสนุนช่วยเหลือจากรัฐบาลและภาคเอกชน เป็นการสนับสนุนช่วยเหลือเฉพาะในสิ่งที่มีความจำเป็น เกินขีดความสามารถของชุมชน หรือเพื่อกระตุ้นเร่งเร้าให้ประชาชนเกิดความตื่นตัวและเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนา

7. การบริหารและจัดการที่ดี เป็นการบริหารจัดการเกี่ยวกับบุคคล กลุ่ม องค์กร การเงิน เวลา พัสดุ ครุภัณฑ์ อาคารสถานที่ เป็นต้น ให้มีประสิทธิภาพ

8. นักพัฒนาชุมชน เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้กระตุ้นเตือน จูงใจ ประสานงาน ระดมพลังหรือศักยภาพของชุมชนมาใช้ในการพัฒนา

9. การประสานงาน เพื่อเป็นการเชื่อมประสานระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนให้ดำเนินกิจกรรมสอดคล้องกันเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นลำดับขั้นตอนที่กำหนดไว้

10. ผลของการพัฒนา คือเป็นผลงานที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานพัฒนาชุมชน ซึ่งจะทำให้คนที่ร่วมการพัฒนามีขวัญและกำลังใจที่ดี มุ่งมั่นที่จะร่วมกันพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จต่อไป

องค์ประกอบทั้ง 10 ประการของการพัฒนาชุมชนนี้ จะมีลักษณะความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกันและกันเป็นห่วงโซ่ของการดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชน ดังนั้นนักพัฒนา จึงต้องดำเนินงานไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งการดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ก็จะต้องทำการพัฒนาองค์ประกอบเหล่านี้ให้มีคุณภาพ มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นและเหมาะสมกับการ นำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน

2.1.6 วิธีการพัฒนาชุมชน สนธยา พลศรี (2547: 65-89) กล่าวว่า การพัฒนาชุมชนมีวิธีการสำคัญ 3 วิธี คือการให้การศึกษาแก่ชุมชน การจัดระเบียบชุมชน และการดำเนินงานในลักษณะของกระบวนการ ซึ่งอธิบาย ได้ ดังนี้

1. การให้การศึกษาแก่ชุมชน (Community Education) คือการให้คนในชุมชนได้เรียนรู้ในสิ่งที่ควรรู้เพื่อความรู้ความเข้าใจร่วมกัน เป็นกระบวนการที่ผู้เข้ารับการศึกษามีส่วนสำคัญที่สุด เพราะเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง จึงต้องมีแรงจูงใจที่ต้องการจะศึกษาและบางเรื่องต้องมีการฝึกฝนปฏิบัติให้มีทักษะ โดยผู้เข้ารับการศึกษาอาจเป็นเด็ก เยาวชนหรือ ผู้ใหญ่ในชุมชนรวมถึงผู้นำกลุ่มที่มีความสนใจ มีเวลาเพียงพอและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ส่วนผู้ให้การศึกษา เช่น นักพัฒนาชุมชน นักส่งเสริมการเกษตร นักสาธารณสุข ฯลฯ จะต้องเป็นผู้มีความรู้และทักษะในการถ่ายทอดเนื้อหาข้อมูลความรู้ มีบุคลิกและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รู้จักใช้จิตวิทยา ตลอดจนเทคนิควิธีสอนและถ่ายทอดความรู้ได้ดี

1.1 รูปแบบของการให้การศึกษาแก่ชุมชน การให้การศึกษาแก่ชุมชน ถ้าแบ่งตามจำนวนของคนที่ให้การศึกษา อาจแบ่งได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1.1 การให้การศึกษาเป็นรายบุคคล เป็นการให้การศึกษาแก่บุคคลที่ไม่ สามารถให้การศึกษาร่วมกับผู้อื่นได้ คือเป็นบุคคลที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากผู้อื่น เช่น คนพิการ และผิดปกติทางกายหรือจิตใจ ผู้นำชุมชนที่ต้องสร้างบุคลิกภาพให้เหมาะสม เด็กหรือเยาวชนที่เตรียม ตัวไปทำกิจกรรมประเภทประกวดและแข่งขัน เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นการฝึกทักษะให้แก่บุคคลในด้าน ใดด้านหนึ่งหรือหลาย ๆ ด้านก็ได้

1.1.2 การให้การศึกษาเป็นกลุ่ม เป็นการให้การศึกษาแก่บุคคลในชุมชน เป็นกลุ่มที่มีจำนวนไม่มากนัก มีความสนใจร่วมกัน มีลักษณะคล้ายคลึงกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน หรือใช้ชีวิตร่วมกันตามวัตถุประสงค์ของการให้การศึกษา ซึ่งอาจใช้วิธีการให้การศึกษาได้หลายวิธี เช่น การประชุมปฏิบัติการ การอภิปราย การจัดนิทรรศการ การศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์โดยจัดเวทีประชาคม เป็นต้น

1.1.3 การให้การศึกษาแก่คนจำนวนมาก เป็นการให้การศึกษาแก่ผู้คนในชุมชนที่มีจำนวนมาก เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องไปพร้อม ๆ กัน โดยส่วนใหญ่จะดำเนินการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หอกระจายข่าวของชุมชน วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมถึงอินเทอร์เน็ต เป็นต้น การให้การศึกษาแก่ชุมชนจึงต้องเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับบุคคล กลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของการให้การศึกษาด้วยจึงจะประสบความสำเร็จ

1.2 วิธีการให้การศึกษาแก่ชุมชน การให้การศึกษาแก่ชุมชนสามารถดำเนินการได้หลายวิธี ดังนี้

1.2.1 การพบปะเยี่ยมเยียนโดยตรง เป็นการให้การศึกษาโดยการไปพบปะ เยี่ยมเยียนผู้เรียนเป็นรายบุคคลหรือครอบครัว อาจจะเป็นที่บ้านหรือสถานที่ประกอบอาชีพ เช่น สวน ไร่ นา เป็นต้น แล้วจึงหาโอกาสที่เหมาะสมให้การศึกษาตามเนื้อหาสาระที่ต้องการ การพบปะเยี่ยมเยียนโดยตรงแม้จะมีกระบวนการค่อนข้างยุ่งยาก แต่จะสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้แบบเป็นกันเอง ทำให้ผู้ถ่ายทอดความรู้และผู้เรียนมีความสนิทสนมกัน ได้เห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้เรียน ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการถ่ายทอดความรู้ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ทำให้สามารถให้การศึกษาได้ง่าย เรียนรู้ และบรรลุเป้าหมายได้เร็วขึ้น

1.2.2 การอภิปรายกลุ่ม เป็นการให้การศึกษาแก่ชุมชนเป็นกลุ่ม โดยการนำผู้ที่มีปัญหามีความต้องการ และความสนใจร่วมกันจำนวนไม่มากนักมาร่วมปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยน ความรู้ความคิดเห็นกัน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกัน ฝึกการเรียนรู้ร่วมกันและทำงานร่วมกัน เป็นกลุ่มพัฒนาความเป็นผู้นำเรียนรู้วิธีการทำงานแบบประชาธิปไตย สร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของและรับผิดชอบการพัฒนาชุมชนร่วมกัน เป็นต้น

1.2.3 การสาธิต เป็นการให้การศึกษาด้วยการแสดงหรือทำให้ดูโดยให้ผู้เข้ารับการศึกษาได้เรียนรู้จากการเฝ้าดูและการทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นการสาธิตผลงาน การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จหรือสาธิตการดำเนินงานพัฒนาชุมชนก็ได้ การสาธิตช่วยให้ผู้เรียน มองเห็นสิ่งที่เรียน สามารถเชื่อมโยงเปรียบเทียบสิ่งที่จะเรียนกับสิ่งอื่น ๆ ได้ ทำให้บรรยากาศของการเรียนไม่ซ้ำซากจำเจ

1.2.4 การจัดนิทรรศการ เป็นการจัดแสดงสิ่งที่จะเรียนรู้ให้ดู เช่น การ แสดงตัวอย่าง หุ่นจำลอง แผนภูมิ รูปภาพ หรือโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ อย่างเป็นหมวดหมู่ มีระเบียบ แบบแผน กระตุ้นให้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ช่วยในการเปลี่ยนแปลงเจตคติ ความเชื่อ ค่านิยมบาง ประการของผู้เรียน เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างคนในชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน

1.2.5 การศึกษาดูงาน เป็นการนำกลุ่มเป้าหมายไปศึกษาหาความรู้ในสถานที่ต่าง ๆ ที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาชุมชน ศึกษาความก้าวหน้าเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการพัฒนาชุมชนของตนหรือไปหาคนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนา เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวในการพัฒนาชุมชน การศึกษาและดูงานยังช่วยในการฝึกทักษะของการทำงานร่วมกัน ทำให้เกิดการรวมกลุ่มและองค์กรขึ้นในชุมชน สร้างความรัก ความสามัคคี ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นำความรู้ และประสบการณ์ที่ได้พบเห็นมาปรับใช้ในการพัฒนาชุมชนของตน นอกจากนี้แล้วการศึกษาดูงานยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติ ความเชื่อ ค่านิยมที่ไม่พึงประสงค์ของบุคคลให้เหมาะสมได้อีกด้วย

1.2.6 การฝึกอบรม เป็นการให้การศึกษาแก่ชุมชนโดยการเพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ ความสามารถหรือทักษะของบุคคล การเปลี่ยนแปลงเจตคติและความรู้สึกของผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้เหมาะสม เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่และแก้ไขข้อบกพร่องในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในปัจจุบันและอนาคต

1.2.7 การรณรงค์ เป็นการให้การศึกษาแก่ชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชน ด้วยการแสดงว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับเรื่องที่รณรงค์นั้น ทางสื่อและการแสดงออกในรูปแบบต่าง ๆ ถ้าเป็นเรื่องที่เห็นด้วยก็ให้การสนับสนุนให้ดำเนินการ ถ้าหากไม่เห็นด้วยก็ไม่ให้การสนับสนุน ยับยั้ง พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ไม่ให้เกิดขึ้นในชุมชน การรณรงค์ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม รวมพลังคน ในชุมชน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จ นักพัฒนาชุมชนต้องรู้จักเลือกวิธีการให้การศึกษาแก่ชุมชน ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์และเป้าหมายที่จะให้การศึกษา ซึ่งอาจจะใช้เพียงวิธีการเดียวหรือรวมกันหลาย ๆ วิธีก็ได้

2. การจัดระเบียบชุมชน (Community Organization) เป็นวิธีการที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้คนในชุมชน เช่น บุคคลกับบุคคล บุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม เพื่อพัฒนาความสามารถของบุคคลและกลุ่ม รวมพลังหรือศักยภาพของชุมชนและนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชน โดยการจัดระเบียบชุมชนมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ชุมชน เป็นการศึกษาและสำรวจชุมชน เพื่อรับทราบถึงข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ของชุมชน และนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชน เช่น ศึกษาประวัติความเป็นมาของชุมชน ภูมิประเทศ ทรัพยากร ประชากรจำแนกตามลักษณะต่าง ๆ เช่น จำนวนคน จำนวนครัวเรือน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา อาชีพ การมีงานทำ การเกิด การตาย การย้ายถิ่น

การเพิ่มของประชากร ผู้นำและผู้มีอิทธิพล วิวัฒนาการของการพัฒนาชุมชน ลักษณะ ทางด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การรวมพลังชุมชน เป็นการใช้แรงจูงใจด้วยการกระตุ้น ยั่วยุให้ให้ประชาชนมองเห็นและตระหนักในปัญหาของชุมชน เกิดความต้องการที่จะแก้ไขปัญหาและร่วมมือกัน แก้ไขปัญหาด้วยวิธีการพัฒนาชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาและการวิเคราะห์ปัญหาชุมชน เป็นการทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างประชาชนในชุมชน ในเรื่องปัญหาและความต้องการ ความร้ายแรงเร่งด่วนของแต่ละปัญหาด้วยการประชุม อภิปราย การปรึกษาหารือ แล้วจัดลำดับปัญหาและความต้องการ โดยต้องทำการแก้ไขปัญหาที่ร้ายแรงเร่งด่วนต่อชุมชนก่อนปัญหาอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 4 การเตรียมโครงการ เป็นการเตรียมการแก้ไขปัญหาของชุมชน ซึ่งเกิดจากความต้องการของประชาชนและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการให้มากที่สุด

ขั้นตอนที่ 5 การค้นหาและพัฒนาผู้นำ ผู้นำชุมชนเป็นผู้ที่ประชาชนให้การยอมรับ นับถือและให้ความร่วมมือ ผู้นำที่ดีจึงสามารถสนับสนุนและให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จได้ ในการค้นหาผู้ นำนั้น อาจพิจารณาได้จากการศึกษาแนวคิด ลักษณะนิสัย พฤติกรรมต่าง ๆ และการยอมรับของประชาชนในชุมชน เมื่อได้บุคคลที่มีลักษณะเป็นผู้นำแล้ว อาจจะนำมาให้การฝึกอบรม เพื่อพัฒนาให้มีความรู้ความสามารถในการเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชนมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 6 การจัดตั้งกลุ่มและองค์กร กลุ่มและองค์กรของประชาชนในชุมชนนั้นเป็นฐานสำคัญในการรองรับการพัฒนา เพราะการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มและองค์กรจะก่อให้เกิดพลังในการพัฒนานำไปสู่ความสำเร็จได้ดีกว่าการทำงานเพียงคนเดียว การจัดตั้งกลุ่มและองค์กร ต้องคำนึงถึงลักษณะพื้นฐานของชุมชน เป้าหมายของสมาชิก ภาวะผู้นำในชุมชน และแสวงหาจุดร่วมของผลประโยชน์ที่ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งขึ้นในชุมชน แล้วร่วมกันบริหารจัดการกลุ่มให้สามารถดำเนินกิจกรรมด้านการพัฒนา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 7 การดำเนินการจัดระเบียบชุมชนด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจดำเนินการได้หลายวิธีดังนี้

1) กลยุทธ์โต้แย้ง เป็นการแสดงออกในรูปของความไม่พึงพอใจ เช่น การใช้วาจา การเดินขบวน การใช้มาตรการที่เฉียบขาด เพื่อจะให้ได้มาในสิ่งที่ชุมชนต้องการและเพื่อรักษา ผลประโยชน์ของชุมชน

2) กลยุทธ์เผชิญหน้า เป็นการแก้ไขปัญหาหรือความขัดแย้ง ด้วยการให้คู่ขัดแย้ง ทั้งสองฝ่ายมาเผชิญหน้ากัน เพื่อทำความเข้าใจกันซึ่งจะเป็นการระบายความตึงเครียด ความคับข้องใจที่มี

อยู่ให้หมดไปแต่จะต้องควบคุมการเผชิญหน้าให้ดี เพราะไม่เช่นนั้นแล้วอาจจะเพิ่มความขัดแย้งให้มากขึ้นไปอีก

3) กลยุทธ์การแข่งขัน การแข่งขันระหว่างกลุ่มคนต่างๆ ในชุมชนเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ เพราะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความมุมานะในการทำงาน แต่กลวิธีการแข่งขันนี้จะต้องเป็นการแข่งขันในการทำความดีตามแนวคิดและวิธีการที่กลุ่มยึดถือ เพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างแท้จริง

4) กลยุทธ์ประกวด เป็นวิธีการที่กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความต้องการที่จะเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาที่กำหนดขึ้น เพราะการประกวดเป็นแรงจูงใจให้บุคคลและกลุ่มเข้าร่วมในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี เช่น การประกวดหน้าบ้านน่ามอง การประกวดครอบครัวพัฒนา การประกวดชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น

5) กลยุทธ์ต่อรอง เป็นวิธีการที่ใช้เมื่อประชาชนยังไม่พร้อมที่จะปฏิบัติตามข้อบังคับหรือระเบียบที่วางไว้ เช่น การต่อรองให้ลดการประชุมลงจากสัปดาห์ละครั้งเป็นเดือนละครั้ง เป็นต้น

6) กลยุทธ์ต่อรองแลกเปลี่ยน เป็นวิธีการที่ทั้งสองฝ่ายหรือทุกๆ ฝ่ายจะต้องต่อรองแลกเปลี่ยนกัน เพื่อให้เกิดผลดีต่อชุมชนส่วนรวม ดังนั้นการต่อรองแลกเปลี่ยนจะทำให้บางฝ่ายได้รับผลประโยชน์ แต่บางฝ่ายต้องเสียผลประโยชน์ของตนไปบ้าง เช่น ยอมให้ลดการประชุมแต่สมาชิกต้องร่วมกันพัฒนาหมู่บ้านเดือนละ 1 ครั้ง

7) กลยุทธ์ประนีประนอม เป็นการใช้วิธีที่นุ่มนวลแบบสมานฉันท์แก้ไขปัญหาหรือข้อขัดแย้งระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในชุมชนโดยสันติวิธี เป็นต้น

8) กลยุทธ์รณรงค์ เป็นวิธีการที่ทุกคนทุกฝ่ายในชุมชนกระทำหรือแสดงออกอย่างพร้อมเพรียงกัน เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในชุมชนอย่างทันทีทันใด เช่น รณรงค์ต่อต้านยาเสพติด การรณรงค์ลด ละ เลิก บุหรี่และแอลกอฮอล์ การรณรงค์เพื่อต่อต้านเมาแล้วขับ เป็นต้น

9) กลยุทธ์ช่วยเหลือร่วมมือ เป็นวิธีการที่ใช้สำหรับการขอความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นหรือกลุ่มต่าง ๆ ทั้งเป็นครั้งคราวหรืออย่างถาวร เพื่อการพัฒนาชุมชนตามขีดความสามารถของแต่ละคนแต่ละกลุ่ม

10. กลยุทธ์ร่วมมือร่วมใจ เป็นวิธีการที่ทุกคน ทุกฝ่ายมีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี มีความเห็นพ้องร่วมกัน สามารถร่วมกันรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนด้วยความยินดี

ขั้นตอนที่ 8 การติดตามและประเมินผล เป็นการติดตามและประเมินผลกิจกรรม การจัดระเบียบชุมชนว่ามีข้อบกพร่องและประสบความสำเร็จหรือไม่ อย่างไร ทั้งในระหว่างการ เตรียมการ การดำเนินการและหลังการจัดระเบียบชุมชนแล้ว โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล

มากที่สุด ซึ่งมีหลายวิธีการ เช่น การสังเกต การแจงนับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม การติดตามผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชน เป็นต้น

3. กระบวนการพัฒนาชุมชน (Community as a Process) การพัฒนาชุมมีลักษณะสำคัญประการหนึ่ง คือเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นขั้นตอน ตามลำดับก่อนหลังทุกขั้นตอนจะต้องให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย ในการปฏิบัติงานพัฒนาชุมชนจะต้องทำอย่างต่อเนื่องเป็นกระบวนการ โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 การศึกษาชุมชน เป็นการเสาะแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ ในชุมชน เช่น ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ การเมือง การปกครองและสภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อรับทราบปัญหาและความต้องการของชุมชนที่แท้จริง วิธีการในการศึกษาชุมชนอาจต้องใช้หลาย วิธีประกอบกันทั้งการสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกต การสำรวจ และการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด กลวิธีที่สำคัญที่นักพัฒนาต้องใช้ในขั้นตอนนี้ คือการสร้างความสัมพันธ์กับคนในชุมชน เพราะถ้าหากปราศจากสัมพันธภาพที่ดีระหว่างนักพัฒนากับชาวบ้านแล้ว ก็จะเป็นการยากที่จะได้รู้และเข้าใจปัญหาความต้องการจริงๆ ของชาวบ้าน ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีจนถึงขั้นความสนิทสนม รักใคร่ ศรัทธาจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องปลูกฝังให้เกิดขึ้นกับคนในชุมชน

3.2 การให้การศึกษาแก่ชุมชน การสนทนาวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันกับประชาชน เป็นการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากขั้นตอนการศึกษาชุมชนมาวิเคราะห์ถึงปัญหาความต้องการและสภาพที่เป็นจริง ผลกระทบ ความรุนแรงและความเสียหายต่อชุมชน กลวิธีที่สำคัญในขั้นตอนนี้ คือ การกระตุ้นให้ประชาชนได้รู้ ได้เข้าใจ และตระหนักในปัญหาของชุมชน ซึ่งในปัจจุบันก็คือการจัดเวทีประชาคมเพื่อค้นหาปัญหาร่วมกันของชุมชน

3.3 การวางแผน/โครงการ เป็นขั้นตอนให้ประชาชนร่วมตัดสินใจและกำหนดโครงการเป็นการนำปัญหาที่ประชาชนตระหนักและยอมรับว่าเป็นปัญหาของชุมชนมาร่วมกันหาสาเหตุ แนวทางแก้ไขและจัด ลำดับความสำคัญของปัญหา และให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจที่จะแก้ไขปัญหาภายใต้ขีดความสามารถของประชาชน และการแสวงหาความช่วยเหลือจากภายนอก กลวิธีที่สำคัญในขั้นตอนนี้ คือการให้ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหา วิธีการวางแผน การเขียนโครงการ โดยใช้เทคนิคการวางแผนแบบมีส่วนร่วม

3.4 การดำเนินงานตามแผนและโครงการ โดยมีผู้รับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนและโครงการที่ได้ตกลงกันไว้ กลวิธีที่สำคัญในขั้นตอนนี้ คือการเป็นผู้ช่วยเหลือสนับสนุนใน 2 ลักษณะ คือ

3.4.1 เป็นผู้ปฏิบัติงานทางวิชาการ เช่น แนะนำการปฏิบัติงาน การให้คำปรึกษาหารือในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน

3.4.2 เป็นผู้ส่งเสริมให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน

3.5 การติดตามประเมินผล เป็นการติดตามความก้าวหน้าของงานที่กำลังดำเนินการตามโครงการ เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่พบได้อย่างทันท่วงที กลวิธีที่สำคัญในขั้นตอนนี้คือการติดตามดูแลการทำงานที่ประชาชนทำ เพื่อทราบผลความก้าวหน้าและปัญหา อุปสรรค แล้วนำผลการปฏิบัติงานตามโครงการหรือกิจกรรมไปเผยแพร่เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ ซึ่งสามารถกระทำได้โดยวิธีการ ดังนี้

3.5.1 แนะนำให้ผู้นำท้องถิ่นหรือชาวบ้านติดตามผลและรายงานผลด้วยตนเอง เช่น รายงานด้วยวาจา รายงานเป็นลายลักษณ์อักษร การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

3.5.2 นักพัฒนาและผู้นำชุมชนเป็นผู้รายงานผลการปฏิบัติงานด้วยตนเอง เช่น รายงานด้วยวาจาต่อผู้บังคับบัญชาหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอผลการปฏิบัติงานต่อที่ประชุม โดย การทำบันทึกรายงานซึ่งอาจจะมีแบบฟอร์มต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ สรุปได้ว่ากระบวนการพัฒนาชุมชนดังกล่าวข้างต้นมีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กันอย่างเป็น ขั้นตอน ซึ่งจะต้องดำเนินการอย่างเป็นลำดับไม่ควรข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง

2.2 แนวคิดทฤษฎีด้านวิสาหกิจชุมชน

2.2.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน (ที่มา: http://ophbgo.blogspot.com/ วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2560)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมิได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคม คือ การยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน

สำหรับความหมายของวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 “วิสาหกิจชุมชน” หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้การบริการ หรือการอื่น ๆ ที่

ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลและระหว่างชุมชน เพื่อพึ่งพาตนเองของครอบครัว และชุมชนวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนที่ เกิดขึ้นด้วยความคิดสร้างสรรค์จากพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมซึ่งไม่ใช่ธุรกิจ หากแต่วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาก้าวไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อยได้ (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548 : 2)

2.2.2 **ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน** (สมชาย น้อยฉ่ำและคณะฯ, 2561)

จากความหมายของวิสาหกิจชุมชนจะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะที่สำคัญ 7 ประการ ได้แก่

1. ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง แต่อย่างไรก็ดีคนนอกอาจมีส่วนร่วมโดยอาจถือหุ้นได้เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือและให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นใหญ่ทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ

2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ซึ่งอาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้ แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด

3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนซึ่งมีความรู้ ภูมิปัญญา หากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมเกิดมีความเชื่อมั่นในตัวเองก็จะริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้โดยไม่เอาแต่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ

4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ใช่ทำแบบโครงการเดี่ยว คล้ายกับปลูกพืชเดี่ยว แต่เป็นการทำแบบวนเกษตร คือ มีหลาย ๆ กิจกรรมประสานผนึกพลัง (synergy) และเกื้อกูลกัน (cluster)

6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก การเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนา วิสาหกิจชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีแต่การเลียนแบบ การหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะไม่มีวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้สึก ความอยาก ความต้องการตามที่สื่อในสังคมกระตุ้นให้เกิด ทำให้ความอยากกลายเป็นความจำเป็นสำหรับชีวิตไปหมด

7. มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย การพึ่งตนเองคือเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน ถ้าหากพลาดเป้าหมายนี้คือพลาดเป้า วิสาหกิจชุมชนจะกลายเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายที่กำไรก่อนที่จะคิดทำให้รอด ไม่พัฒนาเป็นขั้นเป็นตอนให้เกิดความมั่นคงก่อนที่จะก้าวไปพัฒนาธุรกิจ

ส่วนกรมส่งเสริมการเกษตร (2547: 41) ได้จำแนกประเภทของวิสาหกิจชุมชน ไว้ 3 ประเภท คือ

1) วิสาหกิจชุมชนทดแทนการพึ่งภายนอกชุมชน หมายถึง กิจกรรมการพัฒนาของเศรษฐกิจที่เน้นการลดรายจ่ายของเกษตรกรและชุมชน

2) วิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตและทรัพยากร หมายถึง ชุมชนผลิตสินค้าทางการ เกษตรและมีการประกอบการเพื่อนำผลผลิต และทรัพยากรมาสร้างผลิตภัณฑ์

3) วิสาหกิจชุมชนบริการ เป็นการประกอบการที่มีทักษะ ภูมิปัญญาและความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้บริการกับเกษตรกรในครอบครัว ชุมชน และบุคคลทั่วไป

กล่าวโดยสรุป การจำแนกเป็นประเภทของวิสาหกิจชุมชน เป็นการบริหารจัดการและส่งเสริมให้ประชาชนได้ร่วมคิด ร่วมทำเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นในชุมชนของตนเอง โดยใช้ทรัพยากรของท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดทั้งผู้ประกอบการก็เป็นคนของท้องถิ่นนั้นๆ ผลผลิตเกิดขึ้นก็ได้ใช้บริโภคในแต่ละครัวเรือน หากมีเหลือใช้ก็จัดให้มีการจัดการโดยการจำหน่าย คือ เข้าสู่ระบบการตลาด มีการแข่งขันด้านคุณภาพและปริมาณ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดทักษะและเกิดการพัฒนาสู่มาตรฐานอัน เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ของสมาชิก และส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนโดยมีรายได้เพื่อยังชีพ และเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อไป

2.2.3 **แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน**

วิสาหกิจชุมชน เป็นนโยบายของรัฐบาลซึ่งมีแนวคิดว่าปัญหาของประเทศในภาพรวมคือปัญหาซึ่ง ประชาชนมีหนี้สินเพิ่มขึ้น และสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยการที่ประชาชนรู้จักนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ในชุมชน ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถขจัดปัญหาความยากจน เป็นการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง คนในชุมชนมองเห็นสินทรัพย์ตนเองและชุมชนมีค่าสามารถทำให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และนำมาเป็นปัจจัยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชน ที่ปลุกให้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นฟื้นขึ้นมา เป็นพลังให้กับชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจ ระดับรากฐานของประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินการ คือ การพึ่งตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชนการ สำหรับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการบริหารจัดการในชุมชน ซึ่งประกอบด้วย (ศรีบุญจิตต์ และคณะ, 2547)

1. ด้านการจัดการองค์กรและการบริหารงาน การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการจัดการองค์กร และการบริหารงานกลุ่มแต่ละกลุ่ม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกลุ่ม ปรัชญา และวัตถุประสงค์การจัดตั้งและลักษณะของกลุ่ม การศึกษาครอบคลุมรูปแบบการจัดองค์กร ขนาดของกลุ่มโดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิก ลักษณะการกระจายการถือหุ้นและสอดคล้องกันระหว่างหน้าที่ตามตำแหน่งกับงานที่ปฏิบัติจริง ปรัชญาพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจของกลุ่มและพิจารณาการดำเนินงาน

ว่าสอดคล้องกับปรัชญาที่ตั้งไว้ โดยใช้ลักษณะ 7 ประการ ขององค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนเป็นฐานด้านการผลิต การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิตนั้น ประกอบด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การคัดคุณภาพของวัตถุดิบ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิต และความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต รวมถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วย ศักยภาพด้านยอดขาย และศักยภาพด้านยอดขายรวมและกำไรรวม

2. ด้านการเงินและการบริหารการเงิน การศึกษาถึงโครงสร้างการเงินนั้นประกอบด้วยการศึกษา เกี่ยวกับการตัดสินใจในด้านการบริหารการเงิน การจัดทำบัญชี การกู้ยืมเงิน การวางแผนการใช้เงินทุน และศักยภาพทางการเงิน

3. ด้านการตลาด ทำการวิเคราะห์การบริหารการตลาดของกลุ่ม ครอบคลุมการวางแผนการตลาด ความสามารถในการพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์การตลาดของกลุ่ม ตลอดจนความสามารถของบุคลากรของกลุ่มในด้านการตลาดด้วย สรุปได้ว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการบริหารจัดการในชุมชน โดยศึกษาการจัดการองค์กรและการบริหาร การผลิต การเงิน และการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เกณฑ์พิจารณาประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งเป็น 2 ลักษณะ (สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน, 2553) ได้แก่

1. วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้วไม่ได้ประกอบการ คือ สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม หรือไม่ได้ดำเนินกิจกรรมร่วมกัน คือ ต่างคนต่างทำหรือกลุ่มไม่ได้ดำเนินกิจกรรมใด ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่จดทะเบียนไว้หรือมีลักษณะเลิกกิจการแล้วโดยไม่ได้แจ้งยกเลิกต่อนายทะเบียนหรือการดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียว

2. วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้ว ได้ประกอบการ คือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามวัตถุประสงค์ที่จดทะเบียนไว้ แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ เข้มแข็ง ปานกลาง และปรับปรุง

กล่าวโดยสรุป ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พิจารณาจากปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้อง 7 ประการ และสามารถแบ่ง เกณฑ์พิจารณาประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้วไม่ได้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้วได้ประกอบการ

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพในการปฏิบัติงาน

2.3.1 ความหมายของศักยภาพ

อภิสรา ชุ่มจิตร และคณะ (2557) ได้กล่าวถึงความหมายและปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการปฏิบัติงาน โดยอ้างถึงความหมายของศักยภาพ David C. McClelland กล่าวว่า Competency คือ บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายใต้ ปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ในงานที่ตน รับผิดชอบ ศักยภาพ คือ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะ อื่นๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานโดดเด่นในองค์กร ศักยภาพ คือ ความสามารถสูงสุดที่คนคนหนึ่งสามารถทำได้ และศักยภาพหมายถึง ความสามารถสูงสุดที่เป็นไปได้ของบุคคล ถ้าหากบุคคลนั้นได้รับการบำรุงส่งเสริมอย่าง เต็มที่และถูกทางทั้งทางกายและทางจิต (พีรญา ตั้งสกุล, 2553: 6) ซึ่งตามแนวคิดของ Mc Clelland ศักยภาพ มีองค์ประกอบ 5 ส่วนดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) คือสาระสำคัญที่ต้องรู้ เช่น ความรู้ด้านเครื่องยนต์ เป็นต้น

2. ทักษะ (Skill) คือสิ่งที่ได้จากความรู้และสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self – Concept) คือ เจตคติ ค่านิยม ความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนหรือสิ่งที่เชื่อว่าตนเองเป็น เช่นความมั่นใจในตนเอง

4. บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (Traits) เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น เช่น คนที่มีลักษณะเป็นผู้นำ

5. แรงจูงใจ/เจตคติ (Motive / Attitude) เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคล แสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายหรือความสำเร็จ (ขจรศักดิ์ ศิริมัย, ม.ป.ป.: 1-4)

2.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการปฏิบัติงาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันนำมาซึ่งการกระทำที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นลักษณะพฤติกรรมเฉพาะของตนเอง ซึ่งปัจจัยด้านนี้ เช่น ความถนัดในด้านต่างๆ ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะบุคลิกภาพ อายุ เพศ การศึกษา และประสบการณ์ จะทำให้บุคคลมีความต้องการที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง (พรรณราย ทรัพยะประภา, 2534: 25 – 26)

2. ปัจจัยด้านการบริหาร

ปัจจัยด้านการบริหารที่มีผลต่อการปฏิบัติงานมีดังนี้ (สมยศ นาวีการ, 2529: 5)

1) กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดวิสัยทัศน์และภารกิจ การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งภายในองค์กร และโอกาสรวมถึง อุปสรรคต่าง ๆ ภายนอก

2) โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสมจะช่วยเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน

3) ระบบของ องค์กรที่บรรลุเป้าหมาย

4) แบบของการบริหารจัดการของผู้บริหาร เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

5) บุคลากร ผู้ร่วมในองค์กร

6) ความสามารถของพนักงานในองค์กร

7) ค่านิยมร่วมของพนักงานในองค์กร

3. ปัจจัยด้านการเรียนรู้

1) การฝึกอบรม (Training) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยกระบวนการฝึกอบรม (Training) จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ทำให้การปฏิบัติงานของพนักงานมีสมรรถภาพสูงขึ้น ประหยัดเวลาและทุ่นค่าใช้จ่าย ช่วยขจัดปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ในงานเฉพาะอย่าง นอกจากนี้ยังช่วยแบ่งเบา ภาระหน้าที่ของผู้บังคับบัญชา เสริมสร้างบุคลิกภาพการเป็นผู้นำ ป้องกันปัญหาในการเกิดอุบัติเหตุและมีส่วนบำรุงขวัญบุคลากร ได้ด้วย (สิริวิลาส มณฑลโสภณ, 2537: 11) การอบรมมีหลายรูปแบบที่หัวหน้างานสามารถทำได้ เช่น การฝึกอบรมร่วมกับพนักงานในหน่วยงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายใน (In-House Training) หรือการฝึก อบรมภายนอกตามหน่วยงาน หรือสถาบันต่างๆ (Public Training) หรือฝึกอบรมขณะปฏิบัติงาน (On The Job Training) (ณัฐภัส ชินกิ่ง, ม.ป.ป.) ทั้งนี้ เนื้อหาของเรื่องที่ฝึกอบรมอาจเป็นเรื่องที่ตรงกับความต้องการ ของตัวบุคคลนั้นหรือไม่ก็ได้ แต่จะเป็นเรื่องที่มุ่งเน้นให้ตรงกับงานที่กำลังปฏิบัติอยู่หรือกำลังจะได้รับมอบหมาย ให้ปฏิบัติ โดยมีจุดประสงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรม ซึ่งสามารถประเมินผลได้จากการปฏิบัติงาน หรือผลงาน (วันมีชัย บูรณะพันธุ์, 2550 : 32)

2) การสอนงาน (Coaching) การสอนงานเป็นเทคนิคหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อมุ่งพัฒนาผู้ปฏิบัติงานให้มีความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะเฉพาะตัว เพื่อให้การทำงานนั้นๆ ประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมายที่กำหนดขึ้น และเพื่อเป็นการถ่ายทอดเทคนิคและวิธีการทำงานเพื่อให้ผู้ถูกสอนงานมีศักยภาพ ในการทำงานที่สูงขึ้น มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานต่อไปในอนาคต ทั้งนี้การสอนงานมีวิธีการหรือรูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. ให้คำแนะนำแบบตัวต่อตัวหรือกลุ่มย่อย

2. เป็นการสอนอย่างต่อเนื่อง ตลอดการปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้นๆ

3. ระยะเวลาขึ้นอยู่กับลักษณะงานและความสะดวกของผู้สอนงาน

4. อาจจะเป็นรูปแบบที่ เป็นทางการ และไม่เป็นทางการระหว่างหัวหน้า และลูกน้องเรียกว่าการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) คือ หัวหน้างานใช้ในการแจ้งและรับฟังสิ่งที่คาดหวังและต้องการจากลูกน้อง อีกช่องทาง หนึ่งจะเป็นการสอบถามถึงปัญหาและอุปสรรค

ที่เกิดขึ้นในการทำงาน และเป็นโอกาสดีที่หัวหน้างานและ ลูกน้องได้ร่วมกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจาก การทำงาน (ณัฐภัส ชินกิ่ง, ม.ป.ป.)

3) การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning) มักเริ่มจากการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันและการพัฒนาบุคลากรในองค์กรทั้งในระดับผู้บริหารและพนักงานให้เป็นคนแห่งการเรียนรู้ และรัก การเรียนรู้ตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน และการเปลี่ยนแปลงระบบต่าง ๆ ในองค์กรให้รองรับ เช่นการปรับโครงสร้าง ในองค์กร การสร้างระบบที่มอบอำนาจในการเรียนรู้ (People Empowerment in Learning) ที่สนับสนุน พนักงาน ให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ระบบโค้ชงานที่เปลี่ยนจากการสั่งการไปสู่กลยุทธ์การสอนงาน การสร้าง ระบบการให้รางวัล ระบบการประเมินผลที่จูงใจให้คนในองค์กรเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น รวมถึงการสร้าง วัฒนธรรมใหม่ เช่น วัฒนธรรม การทำงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์กรที่เปิดโอกาสให้คิดแตกต่าง เป็นต้น รวมทั้งการสร้างบริบทหรือสภาพแวดล้อม ในองค์กรให้เอื้อต่อการเรียนรู้ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, ม.ป.ป.)

4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่มากระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใด อย่างหนึ่งออกมา เพื่อที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือตอบสนองความต้องการที่ตนเองมีอยู่ แรงจูงใจจะเป็นกำลังหรือพลังใจที่จะส่งผลทำให้บุคคลปฏิบัติภาระหน้าที่ให้สำเร็จตามที่องค์กรกำหนดไว้ ซึ่งบุคคลใดๆ จะมีแรงจูงใจที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้น จะต้องมีความต้องการเป็นพื้นฐาน และความต้องการนั้นก็จะเริ่มด้วยความปรารถนา จุดมุ่งหมาย เป็นเงื่อนไข และถ้าหากเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้ถูกกระตุ้นหรือผลักดันแล้ว ก็จะได้รับการตอบสนอง โดยบุคลากรเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างเต็มความสามารถ และทุ่มเท ความพยายามในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งก็จะส่งผลทำให้ได้ผลงานที่ดีมีคุณภาพ เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ (วันมีชัย บูรณะพันธุ์, 2550: 32)

2.4 แนวคิดการบริหารจัดการกลุ่ม

หลักการจัดการมีประเด็นสำคัญ 5 องค์ประกอบ คือ 1. การวางแผน 2. การจัดการ 3. การจัดกำลังคน 4. การสั่งการ 5. การควบคุม (สมคิด บางโม, 2550 : 83, 116-117)

1. **การวางแผน** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินการ ตลอดจนการวางนโยบายแผนงาน และวิธีปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ประเภทของการวางแผนงานซึ่งสามารถจำแนกได้ตามระยะเวลา ดังนี้

1) แผนระยะสั้น เป็นแผนในรูปแบบกิจกรรมเฉพาะอย่างที่มุ่งหวังให้เกิดในอนาคตอันใกล้ และสอดคล้องกับแผนระยะยาว โดยมากมักกำหนดเวลา 1 ปี หรือสั้นกว่า

2) แผนระยะปานกลาง เป็นแผนที่มีระยะเวลาปฏิบัติมากกว่า 1 ปี ตามปกติอยู่ในระยะ 3-5 ปี

3) แผนระยะยาว เป็นแผนของกิจกรรมขนาดใหญ่ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานหลายฝ่าย หลายสาขา ต้องใช้กระบวนการวางแผน และการทำงาน สลับซับซ้อนตลอดจนต้องใช้การศึกษาวิจัยเป็นเวลานานกว่า 5 ปี

2. การจัดการ หรือการจัดองค์กร เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดโครงสร้างและบทบาทตลอดจนความสัมพันธ์ของหน่วยงานและกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์การเพื่อดำเนินให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1) หลักการแบ่งงานกันทำตามความถนัด หลักการที่สำคัญคือ หลักทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวกับ “การแบ่งงานกันทำตามความถนัด” ระบุว่า การทำงานจะมีประสิทธิภาพให้เกิดผลสำเร็จสูงขึ้นเมื่อมีการแบ่งงานให้กับบุคคลฝ่ายต่าง ๆ แยกกันไปตามความถนัด

2) การกระจายอำนาจหน้าที่ อำนาจหน้าที่จะแยกออกตามชนิดของความสัมพันธ์ทางอำนาจหน้าที่ที่แตกต่างกันสามารถแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ

2.1 อำนาจหน้าที่ของด้านการปฏิบัติ คือ อำนาจหน้าที่ในการสั่งการปฏิบัติ

2.2 อำนาจหน้าที่ของฝ่ายให้การปรึกษา คือ อำนาจหน้าที่ในการให้การสนับสนุนการทำงานของฝ่ายปฏิบัติ

2.3 อำนาจตามหน้าที่ คือ อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจสั่งการ

3) การส่งเสริมให้ทำงานเป็นทีม อาศัยข้อเท็จจริงที่ว่า คนเราทุกคนต่างต้องการที่จะรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของทีม และเมื่อทุกคนเกิดความรู้สึกเป็นทีมมากเท่าใด ก็จะยิ่งพยายามทำงานอย่างแข็งขันเพื่อให้ผลผลิต และเป้าหมายของกลุ่มประสบผลสำเร็จให้ได้ และข้อขัดแย้งในด้านต่าง ๆ ก็จะน้อยลงได้

3. การจัดกำลังคน หมายถึง การวางแผนความต้องการกำลังคน การจัดสรรกำลังคน การสรรหา การคัดเลือกบุคคล การฝึกอบรมพนักงานใหม่ และการพัฒนาพนักงานที่ทำงานอยู่เดิมให้มีขีดความสามารถตามความต้องการขององค์การ การกำหนดผลตอบแทน และสวัสดิการตลอดจนการประเมินผลของพนักงาน

1. การสรรหาบุคคล การสรรหาบุคคลสามารถหาได้จาก 2 แหล่ง ดังนี้

1.1 การแหล่งภายในองค์กร

1.2 จากแหล่งภายนอกองค์กร

2. วิธีการฝึกอบรม การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคคลนั้น อาจแบ่งได้ ดังนี้

2.1 การบรรยาย คือ การจัดให้ผู้หนึ่งพูดบรรยายให้ผู้เข้าอบรมฟัง

2.2 การประชุมอภิปราย เป็นการประชุมในรูปของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกกลุ่ม

2.3 กรณีศึกษา เป็นเทคนิคการฝึกอบรม โดยอาศัยการศึกษาจากกรณีตัวอย่าง

2.4 การแสดงบทบาทสมมติเป็นการให้ผู้เข้าอบรมแสดงเหตุการณ์และสมมติต่าง ๆ

2.5 การสาธิต ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมรู้ถึงวิธีการใช้เครื่องมือบางอย่างเพื่อให้ผู้เข้าอบรมการฝึกอบรมเข้าใจและเรียนรู้ได้เร็ว

2.6 การสอนสำเร็จรูป เป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมีผู้เสนอหรือช่วยเหลือ โดยมีการจัดอุปกรณ์หรือหนังสือคู่มืออ่านประกอบ

2.7 การสอนงาน เป็นการที่มีพี่เลี้ยงคอยช่วยเหลืออธิบาย และสอนงานให้

4. **การสั่งการ** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดวิธี และแนวทางเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมมือร่วมใจกันทำงาน ซึ่งได้แก่การจูงใจ และสร้างสภาวะความเป็นผู้นำ การติดต่อสื่อสารและการใช้อำนาจหน้าที่ เป็นต้น

1) การจูงใจ ในการกำกับการขององค์กร ต้องพิจารณาถึงการจูงใจในประเภทของการจูงใจของ นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 การจูงใจภายใน หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการจะทำบางสิ่งบางอย่างด้วยจิตใจของตนเองโดยไม่ต้องใช้สิ่งต่าง ๆ มากระตุ้น

1.2 การจูงใจภายนอก หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เพื่อนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมตามจุดมุ่งหมายของผู้กระตุ้น การจูงใจภายนอก ได้แก่ เป้าหมายหรือการคาดหวังของบุคคล ความก้าวหน้าและเครื่องล่อต่าง ๆ เช่น การชมเชย การติเตียน การให้รางวัล การประกวด การลงโทษ และการแข่งขัน เป็นต้น

2) การติดต่อสื่อสารในองค์กร ทิศทางของการติดต่อสื่อสารในองค์กรสามารถแยกออกได้เป็น 3 ทิศทาง ได้แก่

2.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นวิธีที่ใช้ตามปกติโดยเป็นทิศทางของการติดต่อในรูปแบบของการออกคำสั่งจากผู้นำไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา

2.2 การติดต่อจากล่าง เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกว่า โดยกำหนดให้มีทิศทางการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบนควบคู่กันทำให้การติดต่อสื่อสารในองค์การเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชา

2.3 การติดต่อตามแนวนอน เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างตำแหน่งหรือแต่ละแผนกที่แยกกันอยู่

5. **การควบคุม** หมายถึง การบังคับให้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปตามแบบแผนที่วางไว้ ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหารทุกระดับจะต้องเกี่ยวข้องด้วยเสมอ เทคนิคการควบคุม สามารถแบ่งออกได้เป็นกลุ่มต่าง ๆ คือ

1) การควบคุมด้านคุณภาพ หมายถึง เทคนิคต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าสินค้าและบริการที่ผลิตได้จะตรงกับความต้องการของลูกค้า

2) การควบคุมด้านปริมาณ หมายถึง การควบคุมที่มีการใช้ข้อมูลตัวเลขต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้วัดผลในทางปริมาณ เทคนิคที่ใช้ควบคุมด้านปริมาณที่นิยมใช้กัน การควบคุมปริมาณของคงคลัง การควบคุมปริมาณการผลิต การควบคุมยอดขาย การควบคุมปริมาณและกำไร และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เป็นต้น

3) การควบคุมด้านค่าใช้จ่าย เทคนิคที่ใช้ในการควบคุมค่าใช้จ่ายที่สำคัญและนิยมใช้มากที่สุด คือ การใช้งบประมาณเพื่อการควบคุมค่าใช้จ่าย โดยมีการจัดทำงบประมาณการใช้จ่ายต่าง ๆ ทุกด้านไว้ล่วงหน้า และจะทำการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยวัดผบการใช้จ่ายต่าง ๆ ว่าที่ใช้ไปจริงมีความแตกต่างจากงบประมาณที่ตั้งไว้เพียงใด

4) การควบคุมด้านเวลา หมายถึง การควบคุมให้งานต่าง ๆ ดำเนินไปโดยสามารถจัดทำให้เสร็จตามกำหนดเวลาที่วางไว้

2.5 แนวคิดด้านการบริหารจัดการการตลาด

2.5.1 ความหมายของการตลาด

นักการตลาดสมัยใหม่หลายท่านได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ดังนี้

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association - AMA.) ได้ให้ความหมาย "การตลาด" ใหม่ ว่าการตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อสนองตอบความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการด้วย

Philip Kotler กล่าวว่า การตลาด หมายถึง การทำกิจกรรมกับตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดความต้องการ และสนองต่อความจำเป็นของมนุษย์ทำให้เกิดความพึงพอใจ

Harry L. Hansan กล่าวว่า การตลาดเป็นขบวนการค้นหาความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ และวิเคราะห์ออกมาเพื่อที่จะหาสินค้าหรือบริการที่มาสนองตอบความต้องการนั้น ๆ

McCarthy กล่าวว่า การตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการผ่านจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เพื่อสนองความต้องการและทำความพอใจให้กับผู้บริโภคตลอดจนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทด้วย

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถแยกพิจารณาประเด็นสำคัญของความหมายการตลาดได้ดังนี้

1. เป็นกิจกรรมที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้ายอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ประกอบไปด้วยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด รวมถึงการวิจัยการตลาดอื่น ๆ

2. การตอบสนองความต้องการหรือความพอใจของผู้บริโภคหรือลูกค้า นักการตลาดจะต้องพยายามตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา จึงจะสามารถอยู่ในตลาดได้ไม่ใช่เป็นการไปสร้างความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดขึ้น เพราะว่าอาจจะสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นไม่ได้ นักการตลาดควรที่จะทราบในความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่แล้วให้เกิดขึ้นจะดีกว่าไปสร้างความต้องการ

3. ผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือลูกค้า ในการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ จะต้องมุ่งเน้นไปที่ตัวผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือลูกค้าเป็นสำคัญ แล้วจึงใช้กิจกรรมการตลาดเข้าไปรองรับผู้บริโภคเหล่านั้น ซึ่งผู้บริโภคหรือลูกค้านี้เป็นไปได้ทั้งที่อยู่ในปัจจุบันและที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าของธุรกิจ

4. การเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ การตลาดจะต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย จึงจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายเกิดขึ้นได้ระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภคหรือลูกค้า) กับผู้ขาย (ผู้ผลิตหรือคนกลาง)

ความหมายของการตลาดที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปและถือเป็นความหมายมาตรฐานคือความหมายการตลาดที่กำหนดโดยคณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตลาด หมายถึง การกระทำทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังตัวอย่าง กิจกรรมที่ทำให้รถยนต์ผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ดังนี้

1. การวิจัยรูปร่างลักษณะ รูปแบบ และความต้องการผลิตภัณฑ์รถยนต์ ทั้งนี้หมายความว่าการตลาดจะเริ่มก่อกระบวนในการผลิต

2. การกำหนอราคาในระดับผู้ผลิต และระดับผู้ค้าปลีก

3. การขนส่งและการเก็บรักษารถยนต์ที่ผลิตแล้ว คือ ในชั้นแรกเป็นเรื่องของผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกในขั้นต่อมา

4. การโฆษณา ควรใช้สื่อตรง ได้แก่ วารสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้ายโฆษณา และสื่ออื่น ๆ

5. การจัดเตรียมเครื่องมือที่ใช้สำหรับการขาย และสิ่งช่วยในการส่งเสริมการขายให้กับตัวแทนจำหน่าย

6. การบริหารกิจการของตัวแทนจำหน่ายในการทำให้ผู้บริโภคได้รับการบริการที่ประทับใจตลอดทั้งการให้โควตาในการขาย นโยบายการขาย แผนการขาย และการควบคุมการขาย

7. การขายโดยใช้พนักงานขายที่เป็นบุคลากรของตัวแทนจำหน่ายและการเปลี่ยนทะเบียนเจ้าของรถ

8. การช่วยเหลือทางการเงินให้แก่ตัวแทนจำหน่ายในด้านสินค้าคงเหลือและการขายผ่อนชำระให้กับผู้ซื้อ

9. การเตรียมให้บริการการจองรถยนต์ เพื่อความสะดวก ความพอใจของลูกค้า

คำจำกัดความของการตลาดตามที่สมาคมการตลาดแห่งประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดไว้ได้รวมถึงการตลาดบริการ คือ การตลาดสินค้าที่ไม่มีตัวตน ซึ่งโดยปกติแล้วสินค้าประเภทนี้ จะถูกบริโภคโดยทันที เช่น การแสดง ที่พัก หรือยานพาหนะโดยสาร เป็นต้น การตลาดบริการนับวันจะมีความจำเป็นมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการขายบริการท่องเที่ยว โรงละคร หรือบริการลดความอ้วนก็ตาม ซึ่งเราจะเห็นว่าแต่ละประเภทมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นกว่าเดิมมาก เมื่อคิดออกมาเป็นตัวเงินแล้วจะเห็นว่า ผู้บริโภคได้ใช้เงินไปกับสินค้าที่ไม่มีตัวตนนี้เป็นจำนวนมาก

2.5.2 **การบริหารจัดการการตลาด** (Marketing Management)

การบริหารจัดการการตลาด (Marketing Management) หมายถึง "การที่องค์การใช้ความพยายามทั้งสิ้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อมุ่งให้เกิดยอดขายและกำไรในที่สุด" ในอดีตแนวคิดด้านการตลาดเป็นแบบเก่าที่เน้นเรื่องการผลิต ผู้ผลิตสินค้ามีน้อยราย ความต้องการสินค้ามีมากกว่าสินค้าที่ผลิตออกมาหรืออุปสงค์ (Demand) มีมากกว่าอุปทาน (Supply) ต่อมาเมื่อมีการผลิตจำนวนมาก (Mass Production) ต้นทุนสินค้าต่ำลง ตลาดก็ขยายตัวขึ้น ความเจริญทางเศรษฐกิจขยายตัวเพิ่มมากขึ้น กิจการต่าง ๆ เริ่มหันมาสนใจและเน้นการตลาดมากขึ้น ทำให้แนวคิดด้านการตลาดเปลี่ยนไปเป็นแนวคิดด้านการตลาดมุ่งเน้นการตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing Concept) แนวคิดด้านการตลาดที่ธุรกิจและองค์การได้ยึดถือและปฏิบัติกันมาซึ่งมีการใช้กันอยู่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ทั้งนี้ สามารถอธิบายแต่ละแนวคิดโดยจัดเรียงลำดับจากแนวคิดที่เกิดขึ้นก่อนหลัง

- **แนวคิดด้านการผลิต** (Production Concept)

เป็นแนวคิดที่เก่าแก่ที่สุดของฝ่ายขาย โดยคิดว่าผู้บริโภคจะพอใจที่จะหาซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ตนชอบ หาซื้อง่าย และต้นทุนต่ำเท่านั้น ดังนั้นงานด้านการตลาดก็คือ พยายามปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้ดีขึ้น และจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึงแนวคิดด้านการผลิต มีลักษณะ ดังนี้

1. ผู้บริโภคมีความสนใจในสินค้า และราคาของสินค้าที่เสนอขายที่เป็นธรรมและถูกเป็นพิเศษ

2. ผู้บริโภคไม่เห็นความสำคัญของราคาที่แตกต่างกัน สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละระดับของบริษัทต่าง ๆ

3. พยายามลดต้นทุนให้ต่ำ เพื่อดึงดูดและจูงใจผู้บริโภคในด้านราคา

4. รักษาคุณภาพและปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ รวมทั้งการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

-แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept)

เป็นการสมมติว่าผู้บริโภคจะสนใจในคุณภาพที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์และราคาที่เหมาะสมโดยกิจการใช้ความพยายามในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพ รูปแบบ ส่วนผสม หีบห่อ สี กลิ่น รสชาติ ก็สามารถประสบผลสำเร็จในการขายสินค้าและมีผลกำไรได้แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ มีลักษณะดังนี้

1. ผู้บริโภคให้ความสนใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก

2. ผู้บริโภครู้คุณภาพและลักษณะที่แตกต่างกันของสินค้ายี่ห้อต่างๆ ที่แข่งขันกันในตลาด

3. ผู้บริโภคเลือกสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งจากสินค้าที่แข่งขันกัน โดยยึดหลักว่า ได้รับผลตอบแทนในด้านคุณภาพสูงสุดจากเงินที่จ่ายไป

4. งานขององค์การก็คือ ความพยายามรักษาและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อดึงดูดและจูงใจผู้บริโภค

-แนวคิดด้านการขาย (Selling Concept)

เป็นการศึกษาด้านการจัดการตลาด โดยเน้นถึงความพยายามของผู้ขายมากกว่าผู้ซื้อ ยึดหลักว่าผู้บริโภคโดยทั่วไปมักจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ถ้าไม่ถูกกระตุ้นด้วยความพยายามทางการขายและการส่งเสริมการตลาดอย่างเพียงพอ ตัวอย่างเช่น การขายบริการประกันภัย ประกันชีวิต การขายเอนไซโคพิเดีย การขายผลผลิตทางการเกษตรล่วงหน้า ผู้บริโภคไม่คิดซื้อสินค้าหรือบริการเหล่านั้นจนกว่าจะได้รับการกระตุ้นการขายจากพนักงานขายของบริษัทแนวคิดด้านการขาย มีลักษณะดังนี้

1. ผู้บริโภคโดยทั่วไปจะไม่ซื้อสินค้าเต็มที่ ผู้ขายจึงควรกระตุ้นให้ซื้อเพิ่มขึ้นได้เรื่อย ๆ

2. ผู้บริโภคจะถูกชักจูงให้ซื้อสินค้าโดยผ่านเครื่องมือกระตุ้นการขายวิธีต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขายที่มีความสามารถ ตลอดจนการจัดรายการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น

3. งานหลักของบริษัท คือ การจัดให้มีแผนกขายที่มีความสามารถดีเด่นเพื่อดึงดูดและชักจูงผู้บริโภค

4. ผู้บริโภคอาจซื้อซ้ำอีก เพราะมีความต้องการอยู่เรื่อย ๆ หรือถ้าไม่ซื้อซ้ำอีก ก็ยังมีผู้บริโภครายอื่นที่ต้องการซื้อสินค้า

-แนวคิดด้านการตลาด (Marketing Concept)

เป็นการศึกษาจัดการ โดยยึดหลักว่า งานขององค์การ คือ การพิจารณาความจำเป็นและความต้องการของบริษัทเป้าหมาย และการปรับปรุงการจัดการให้สามารถสนองความพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่เหนือคู่แข่งขันอื่น หรืออาจกล่าวได้ว่าแนวคิดด้านการตลาดหมายถึง การค้นหาและการสนองความต้องการของผู้บริโภค แนวคิดด้านการตลาด มีลักษณะ ดังนี้

1. องค์การที่ตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ให้ความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าที่ตั้งใจไว้

2. องค์การจะต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ได้

3. องค์การต้องตะหนักถึงผู้บริโภคทุกคน ที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงาน

4. องค์การเชื่อว่า การทำงานที่จะทำให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภคจะเป็นสาเหตุให้ได้มาซึ่งชัยชนะ ด้วยความซื่อสัตย์ของบริษัท จะทำธุรกิจดำเนินต่อไปได้ และเป็นที่นิยมในระยะยาว อันเป็นเป้าหมายขององค์การ

-แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing Concept)

เป็นการศึกษาเรื่องความต้องการและการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสวัสดิภาพของสังคมส่วนรวม โดยหวังผลการตอบสนองเป็นเป้าหมายขององค์การที่ต้องการในระยะยาว เพื่อให้องค์การบรรลุเปาหมาย กิจการต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อปัญหาต่าง ๆ ของสังคมที่เกิดขึ้น อันเนื่องจาการดำเนินงานทางธุรกิจ ได้แก่ ความเสื่อมโทรมของสภาพสิ่งแวดล้อม การเกิดภาวะเงินเฟ้อ อันเนื่องมาจากราคาสินค้าเพิ่มขึ้น การขาดแคลนทรัพยากรบางประเภท ปัญหาที่เกิดขึ้นองค์การควรจะมีความรับผิดชอบต่อสังคม และผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ ไม่ผลิตสินค้าที่ด้อยคุณภาพไม่ผลิตสินค้าที่เป็นพิษเป็นภัยต่อประชาชน ไม่ค้ากำไรเกินควร ไม่โฆษณาชวนเชื่อมากเกินไป

แนวคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม มีลักษณะดังนี้

1. มีลักษณะเหมือนแนวคิดที่มุ่งการตลาด คือ ต้องพิจารณาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และพยายามสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ผู้บริโภค

2. ให้ความสำคัญกับผลกระทบในทางที่ดีต่อสังคมส่วนรวม และสภาพแวดล้อม ซึ่งมีผลไปถึงตัวผู้บริโภคด้วย

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

2.6.1 ความหมายของส่วนประสมการตลาด

คอตเลอร์ (Kotler, 2000: 9) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึง กลุ่มเครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย กล่าวคือ เป็นการสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

สุดาพร กุณฑลบุตร (2557: 9) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึง องค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยด้านการคลาดสี่ชนิดที่มักเรียกว่า 4P's จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้อง กับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด

เลิฟล็อคและเวิร์ซ (Lovelock and Wirtz, 2007: 15) ได้แบ่งส่วนประสมการตลาดบริการ ออกเป็น 8 P's ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า (Goods) บริการ (Service) และความคิด (Idea) ที่ธุรกิจได้พัฒนาหรือผลิตขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ และความหมายของผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) อีกด้วย

2. ราคาและค่าใช้จ่าย (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินที่ผู้บริโภคต้องชำระให้แก่องค์กรทางการตลาดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการกำหนดราคามีความหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับที่ธุรกิจยังคงความมีกำไรอยู่ได้

3. สถานที่และช่องทางการตลาด (Place/ Distribution Channel) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่มีส่วนในการจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด ด้วยการนำผลิตภัณฑ์ไปส่งมอบให้แก่ลูกค้าภายในระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยในปัจจุบันรูปแบบ การส่งเสริมการขายได้เปลี่ยนไปเป็นรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารทางการตลาด ดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) รูปแบบการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยธุรกิจเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รูปแบบของวิธีการเพื่อเพิ่มยอดขายของธุรกิจในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นในลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

4.3 การประชาสัมพันธ์ (Public Related) รูปแบบของการบอกข่าว และการแจ้งข่าวแก่สาธารณชน

4.4 การใช้พนักงานขาย (Salesperson) รูปแบบของการใช้การสื่อสารการตลาดแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคล

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) รูปแบบของการใช้สื่อหรือเครื่องมือต่างๆ ในการสื่อสารไปยังลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

5. พนักงาน (People) หมายถึง คนทุกคนที่มีส่วนร่วมในการส่งมอบบริการ รวมถึงมี อิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งคนเหล่านี้หมายถึง พนักงาน ลูกค้า และลูกค้ารายอื่นในสภาพแวดล้อมของการบริการ โดยทั่วไปผู้ที่ให้บริการจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้การให้บริการผ่านทาง การแต่งกายบุคลิกภาพ ทัศนคติและพฤติกรรม ในบางสถานการณ์ผู้รับบริการเองก็มีอิทธิพลต่อกระบวนการ ส่งมอบบริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ ตัวอย่างเช่น ลูกค้าของบริษัทที่ปรึกษาสามารถสร้างอิทธิพลต่อคุณภาพของบริการที่ได้รับด้วยการให้ข้อมูลที่สำคัญ เพียงพอ และทันเวลา แก่บริษัทที่ปรึกษาเพื่อที่จะรับคำแนะนำที่มีคุณภาพจากบริษัทที่ปรึกษา อีกทั้ง ลูกค้าเองก็มีส่วนในการสร้างอิทธิพลต่อผลของการรับบริการของลูกค้ารายอื่น เช่น ในโรงภาพยนตร์ ในห้องเรียน ลูกค้าสามารถสร้างอิทธิพลของคุณภาพของการรับบริการของลูกค้ารายอื่น ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพที่ดีขึ้นหรือด้อยลงต่อประสบการณ์ของลูกค้ารายอื่น

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีการส่งมอบบริการ สถานที่ซึ่งบริษัทและผู้บริโภคเกิดการแลกเปลี่ยนและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันรวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จับต้องได้ที่ช่วยในการสื่อสารและประสิทธิภาพของบริการ ลักษณะทางกายภาพของบริการยังรวมไปถึง สิ่งที่จับต้องได้ที่สื่อถึงบริการ อาทิเช่น โบรชัวร์ หัวจดหมาย นามบัตร รูปแบบรายงาน อุปกรณ์ต่าง ๆ ในบางกรณี รวมถึง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการนำเสนอบริการ ยกตัวอย่างเช่น เก้าอี้ในร้านอาหาร ในธนาคาร บางครั้งลักษณะทางกายภาพก็ไม่จำเป็นต้องเป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการให้บริการโดยตรง อาทิ รถซ่อมของหน่วยบำรุงซุมสายโทรศัพท์ของธุรกิจโทรศัพท์มือถือ ลูกค้าจะตัดสินคุณภาพของการให้บริการผ่านทางการใช้งานโทรศัพท์มิใช่ผ่านทางรถซ่อม แต่ลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ก็สามารถสร้างโอกาสที่สำคัญในการตอกย้ำถึงคุณค่าของบริการและส่งข้อความถึงกลุ่มเป้าหมายขององค์กรได้

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน กลไก และลำดับของกิจกรรมที่เกิดขึ้น ในการส่งมอบการบริการ ขั้นตอนในการส่งมอบบริการและประสบการณ์แก่ลูกค้าหรือลำดับของการบริการ เพราะในการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้านั้น ต้องมีการออกแบบและจัดการขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่า เป็นวิธีการและลำดับขั้นตอน ซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า เนื่องจากอาจมีความล้าช้า มีขั้นตอนมากและมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะเดียวกันกระบวนการการผลิตบริการที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบแก่พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด

8. ผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality) องค์ประกอบนี้ไม่ควรแยกพิจารณาทีละส่วน เพราะการปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพและต้องระวังไม่ให้มีการลดคุณภาพและระดับบริการลงอย่างไม่เหมาะสมจนลูกค้าเกิดความไม่พอใจคุณภาพบริการตามที่ลูกค้ากำหนดเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งจะเป็นตัวที่ทำให้เห็นถึงความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ธุรกิจจำเป็นต้องมีการรักษาระดับบริการ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการ อย่างไรก็ดีการลงทุนปรับปรุงคุณภาพโดยปราศจากความเข้าใจถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรพร้อม ๆ กับมีความเสี่ยงสูงในเวลาเดียวกัน

คอตเลอร์ (Kotler, 2011: 434-438) แบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ผู้ขายเสนอขายต่อตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ สนใจอยากได้เป็นเจ้าของ และซื้อมาเพื่ออุปโภค อันเป็นการตอบสนองความต้องการ คำว่าผลิตภัณฑ์ มิได้มี

ความหมายจำกัดเพียงวัตถุที่มีรูปร่างจับต้องได้เท่านั้น แต่ยังหมายถึง บริการสถานที่ บุคคล แนวความคิด และพิจารณาถึงขอบเขตของคุณภาพของบริการ ระดับชั้นของบริการตราสินค้า สายการบริหาร การรับประกันและการบริการหลังการขาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความหมายกล่าวรวมไปถึงสิ่ง ที่มีคุณค่าที่เสนอขาย หรือผลประโยชน์ที่สนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) ซึ่งมีลักษณะสำคัญที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ส่วน

1.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง ประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการโดยตรงจากการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น ผลประโยชน์หลักของรถยนต์ คือเป็นยานพาหนะ

1.2 ผลิตภัณฑ์ทั่วไป (Generic Product) หมายถึง รูปแบบหรือรูปลักษณะทั่วไปที่ประกอบขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์

1.3 ผลิตภัณฑ์คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง ผลประโยชน์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้คาดหวังต้องมีประกอบขึ้นเป็นปกติในตัวผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

1.4 ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึง ผลประโยชน์หรือบริการพิเศษอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้รับจากการที่ซื้อสินค้านั้น โดยที่ผู้ขายมีความมุ่งหมายต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีความสมบูรณ์ หรือเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

1.5 ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในอนาคต หมายถึง ผลประโยชน์หรือบริการพิเศษอื่น ๆ ที่เป็นไปได้ซึ่งผู้ขายคิดพัฒนาขึ้นเพื่อเสนอให้ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ในอนาคต นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ควบที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ เพื่อสร้างความพอใจที่มากยิ่งขึ้น

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจากผลิตภัณฑ์ ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคาและคุณภาพของการบริการของผลิตภัณฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ การพิจารณาด้านราคาจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือ ค่านายหน้า และเงื่อนไขการ ชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน และมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากการบริการ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานสำคัญต่อไปนี้

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Non personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือจากเครื่องมือต่อไปนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้อง กับกลยุทธ์การสร้างสรรค์ในงานโฆษณาและกลยุทธ์สื่อ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่าง ผู้ขายกับลูกค้าที่คาดหวัง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง เครื่องมือ การส่งเสริม การขาย สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ได้ 3 ประการ คือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความสนใจ การทดลองใช้ หรือเกิดการซื้อ เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

4.3.2 การกระตุ้นคนกลางให้ใช้ความพยายามในการขายสินค้าของผู้ผลิตให้มากขึ้นเป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขายหรือหน่วยงานขายให้ใช้ความพยายามในการขาย เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการส่งเสริมการตลาดโดยไม่ใช้บุคคล โดยไม่มีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามในการวางแผน โดยองค์หนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริม ผลิตภัณฑ์โดยตรง และสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด ประกอบด้วยการขายทางโทรศัพท์ จดหมายตรง แค็ตตาล็อก โทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ที่จูงใจให้ผู้บริโภคตอบกลับเมื่อจะซื้อเพื่อรับของตัวอย่าง

5. บุคลากร (People) การบริการต้องการการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงานและการปฏิสัมพันธ์นี้ ส่งผลต่อการรับรู้ทางด้านกายภาพการบริการของลูกค้า ตัวอย่างเช่น ผู้ที่พักที่โรงแรมโดยเฉพาะพนักงานระดับล่างสุดขององค์กร ความประทับใจของผู้ที่มาพัก ปัจจัยด้านบุคลากรของส่วนประสมการตลาดบริการ ยังรวมถึงการจัดการกับลูกค้าของบริษัท เพราะการบริการส่วนมาก จะเกิดขึ้นในพื้นที่ของผู้ให้บริการ ความพึงพอใจในการบริหารก็จะถูกส่งผลโดยลูกค้าคนอื่นที่กำลังรับบริการอยู่ในสถานที่เดียวกัน และยังรวมไปถึงการเลือกสรร การฝึกอบรม และการกระตุ้นพนักงานให้สามารถสร้างความแตกต่างอย่างมากในด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ในการผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อม ๆ กันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงมีส่วนสำคัญอย่างมาก

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านนี้เกี่ยวข้องกับส่วนที่สัมผัสจับต้องของการบริการและสิ่งแวดล้อม สิ่งกระตุ้นที่จับต้องได้ที่จะส่งผลกระทบต่อความประทับใจของลูกค้าในรูปแบบที่เกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมของการบริการได้แก่ สภาพบรรยากาศ เสียงดนตรี ความสบายของเก้าอี้ จะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อประสบการณ์บริการ สิ่งที่จะใช้ในการทำการส่งเสริมการตลาดแสดงหลักฐานที่จับต้องได้ ที่จะแสดงถึงความเป็นมืออาชีพของบริษัท เพื่อช่วยลดความกังวลของลูกค้าเกี่ยวกับการซื้อบริการบริษัทบริการจะต้องออกแบบสิ่งเหล่านี้ด้วยความระมัดระวังอย่างยิ่ง เนื่องจาก สิ่งเหล่านี้จะแสดงบทบาทหลักในการส่งผลต่อความประทับใจต่อบริษัท นอกจากนี้ ปัจจัยด้านกายภาพจะต้องออกแบบให้เข้ากับบุคลิกของบริษัทที่ต้องการแสดงออกด้วย

7. กระบวนการ (Process) ผู้ให้บริการต้องใช้กระบวนการเพื่อส่งมอบการบริการของตนให้กับลูกค้า เนื่องจากลูกค้าจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตของงานบริการ การไหลและความ ก้าวหน้าของกระบวนการผลิตมีความสำคัญมากในการบริการ ซึ่งมากกว่าตัวสินค้า ลูกค้าที่ซื้อโทรทัศน์จะไม่สนใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตโทรทัศน์ แต่ลูกค้าที่รับบริการในร้านอาหารจะไม่สนใจเพียงแต่ผลสุดท้ายที่ได้รับคือ การดับความหิว แต่ประสบการณ์ที่ได้รับตั้งแต่ไปถึงร้านอาหารมีความสำคัญทุก ๆ ขั้นตอน ความสำคัญของกระบวนการนั้นสำคัญ แม้กับประสบการณ์ที่ไม่มีประสาทสัมผัสมาเกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้าธนาคารจะประเมินการรับบริการทั้งจำนวนเงินที่กู้ยืม และความรวดเร็วของกระบวนการ การปฏิสัมพันธ์กับพนักงานธนาคาร

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552: 63–81) แบ่งองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการออกเป็น 8 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) บริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น บริการจะต้อง มีคุณภาพเช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอัธยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน

2. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตามก็มิได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสภาวะของการมีคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่มย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในมุมมองของลูกค้า การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มโนภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่ได้จะรับสูงด้วย แต่ผลที่ตามมาคือ บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำ ลูกค้ามักคิดว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพด้อยตามไปด้วย ซึ่งถ้าหากต่ำมาก ๆ ลูกค้าอาจจะไม่ใช้บริการได้ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ ดังนั้นการตั้งราคาในธุรกิจบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนยากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้บริหารต้องไม่ลืมว่าราคาก็จะเป็นเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายออกไปเพื่อการรับบริการกับธุรกิจหนึ่ง ๆ ดังนั้น

การที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูง ก็หมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย ผลที่ตามมาก็ คือจะมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งหรืออย่างน้อยจะเปรียบเทียบกับความคุ้มค่ากับสิ่งที่จะได้รับ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในการให้บริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทาง การจัดจำหน่าย ได้ 4 วิธี คือ

3.1 การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมานาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ให้บริการด้วยการเปิดร้านค้าตามตึกแถวในชุมชน หรือห้างสรรพสินค้าแล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้าได้สูงสุด โดยร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้นมา

3.2 การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการแบบนี้ เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงบ้านที่ลูกค้าหรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า เช่น การ บริการจัดส่งอาหารตามสั่ง การให้บริการส่งพยาบาลไปดูแลผู้ป่วย การส่งพนักงานทำความสะอาดไป ทำความสะอาดอาคาร การจ้างวิทยากรมาฝึกอบรมที่โรงแรมแห่งหนึ่ง การให้บริการแบบนี้ธุรกิจไม่ต้อง มีการจัดตั้งสำนักงานที่หรูหราหรือการเปิดเป็นร้านค้าให้บริการ สำนักงานอาจจะเป็นบ้านเจ้าของหรืออาจจะมีสำนักงานแยกต่างหาก แต่ลูกค้าติดต่อธุรกิจด้วยการใช้โทรศัพท์หรือโทรสาร เป็นต้น

3.3 การให้บริการผ่านตัวแทน การให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น แมคโดนัลด์หรือเคเอฟซีที่ขยายธุรกิจไปทั่วโลก บริษัทการบินไทยขายตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัททัวร์และโรงแรมต่าง ๆ

3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นบริการที่ค่อนข้างใหม่โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อทำให้บริการเป็นไปอย่างสะดวก และทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การบริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม เครื่องแลกเงินตราต่างประเทศ เครื่อง ชั่งน้ำหนักหยอดเหรียญตามศูนย์การค้า การให้บริการดาวน์โหลด (Download) ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า กล่าวคือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์การให้ข่าว การลด แลก แจก แถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่ง การบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลาง และระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการการลด แลก แจก แถม เป็นต้น สำหรับในธุรกิจบริการ การส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้กันมากยกตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

4.1 โครงการสะสมคะแนน (Loyalty Program) การส่งเสริมการตลาดแบบนี้เป็นการเน้น ความจงรักภักดีจากลูกค้า ด้วยการให้สิทธิประโยชน์สะสมทุกครั้งของการใช้บริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึก

ผูกผันกับธุรกิจ การส่งเสริมการขายแบบนี้ประสบความสำเร็จมาก เนื่องจากลูกค้าจะรู้สึกถึงความคุ้มค่าจากการให้บริการแต่ละครั้ง ทำให้ธุรกิจครองใจลูกค้าได้ในระยะยาว

4.2 การลดราคาโดยใช้ช่วงเวลา ตามที่ได้กล่าวถึงลักษณะเฉพาะของความต้องการในการ ใช้บริการของลูกค้ามีการขึ้นลงตามช่วงเวลาของวัน ผู้บริหารจะต้องนำเรื่องนี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ

4.3 การสมัครเป็นสมาชิก ลูกค้าได้รับข่าวสารจากคู่แข่งตลอดเวลา ทำให้ลูกค้าอาจจะไปทดลองใช้บริการของคู่แข่งได้และในที่สุดอาจจะสูญเสียลูกค้าไป การให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกเป็นการ ผูกมัดและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างหนึ่งไม่ให้หนีไปไหนแต่สิ่งที่ผู้บริโภคจะต้องทำคือจะต้องสร้างความแตกต่างของสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าเป็นสมาชิกกับลูกค้าทั่วไปอย่างชัดเจนและจะต้องมีการ สื่อสารถึงสิทธิประโยชน์ให้ลูกค้าทราบอย่างแท้จริง

4.4 การขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า การใช้บริการในแต่ละครั้ง ลูกค้าย่อมต้องการได้รับราคาพิเศษหรือต้องการการลดราคา แต่ธุรกิจไม่ควรลดราคาแต่ควรขายบัตรใช้บริการ คือให้ลูกค้าซื้อบริการไว้ล่วงหน้าซึ่งอาจจะเป็น 5 ครั้ง หรือ 10 ครั้ง แล้วมาใช้บริการภายในระยะเวลา 6 เดือน หรือ 1 ปี ทั้งนี้ จะทำให้ลูกค้าได้สัมผัสคุณภาพในการบริการอย่างแท้จริงของธุรกิจ กล่าวคือ หากใช้วิธีการลดราคา ลูกค้าอาจจะใช้บริการครั้งเดียวและในการใช้บริการนั้น อาจจะมีขั้นตอนหนึ่งขั้นตอนใดในธุรกิจขาดตกบกพร่องไปซึ่งจะทำให้ลูกค้าไม่เกิดความประทับใจ แต่การได้ราคาพิเศษด้วยการซื้อล่วงหน้าประมาณ 5 ครั้ง หรือ 10 ครั้ง จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่แท้จริงในการใช้บริการได้ว่าคุณภาพ ในการบริการดีหรือไม่ เพียงใด

5. พนักงาน (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการเจ้าของและผู้บริหาร เจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึง การแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุน พนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่มี ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรงและพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์ การบริหารพนักงาน พนักงานในองค์กรที่ให้บริการจะมีทั้งพนักงานที่ทำงานพบกับลูกค้าโดยตรง (พนักงานส่วนหน้า) กับพนักงานที่ทำงานสนับสนุน (พนักงานส่วนหลัง) เพื่อทำให้พนักงานส่วนให้บริการส่งมอบบริการอย่างมีคุณค่าให้ลูกค้า

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับการสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้ บริการ การตกแต่งสถานที่ ล็อบบี้ ลานจอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้า จะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใดบริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วย ดังได้กล่าวแล้วว่าธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ตัวที่กล่าวมาเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริหารการตลาดของธุรกิจให้ประสบความ สำเร็จนั้น จะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย ดังต่อไปนี้

7.1 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับ ใคร สิ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้นธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

7.2 ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการ นั้นต้องคุ้มค่ากับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้น ในการตั้งราคาค่าบริการธุรกิจจะต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

7.3 ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือ ที่ทำงานลูกค้า

7.4 การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะเดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูล ความเห็น หรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้น

การส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

7.5 การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

7.6 ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้ รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นการบริการตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องมีความเรียบร้อย ตรงกับความต้องการลูกค้าหรือการเข้ารักษาอาการป่วย ไม่ว่าในโรงพยาบาลใดอาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการแม้ขั้นตอนในการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใด ต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้อย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

7.7 ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคาน์เตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกข์ใจและความไม่สบายกาย ได้บรรเทาเบาบางลง เช่น การนั่งฟังเพลงในร้านค้าอาหาร ทุกสิ่งในร้านอาหารต้องสร้างความสบายให้ลูกค้า

8. ผลิตผลและคุณภาพบริการ (Productivity & Quality) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผลิตผลและคุณภาพมาตรฐานบริการ ปัจจัยข้อนี้เป็นเสมือนเหรียญคนละด้านที่ต้องคอย Trade off กันผู้บริหารบางคนไม่เข้าใจไปลดต้นทุนการผลิตบริการลง ทำให้ไปลดคุณภาพบริการลงตามไปด้วย คุณภาพบริการที่ไม่ดี หรือไม่สม่ำเสมอทำให้ลูกค้าหนีหายไปได้ง่าย ในขณะเดียวกันการเพิ่มคุณภาพโดยไม่คำนึงถึงต้นทุนและการตั้งราคาที่เหมาะสม ก็อาจจะทำให้ผลประกอบการของบริษัทมีปัญหาใน เรื่องของกำไรได้เช่นเดียวกัน

สุดาพร กุณฑลบุตร (2557: 134) แบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของกิจการ

2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาขายของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่กิจการนำเสนอสู่ผู้บริโภค

3. สถานที่ (Place) หมายถึง สถานที่ในการจำหน่าย หรือหมายถึงช่องทางการจำหน่าย (Channel of Distribution)

4. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) หมายถึง การกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาสนใจ ซื้อสินค้าและบริการจากกิจการ

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ สอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีทั้งหมด 9 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา สถานที่การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และอำนาจ ซึ่งในที่นี้หมายถึงการมีเครือข่ายที่ช่วยประสานงานให้เกิดความคล่องตัวด้านต่าง ๆ

2.7 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

โดยใช้หลัก 8 P's ประกอบด้วย การทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม (https://www.igitalgeek.com/ blog/กลยุทธ์การตลาดออนไลน์, 09 Apr 2018) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ธุรกิจมีองค์ประกอบหลักซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างแรก คือ ผลิตภัณฑ์ สินค้า (Goods) สำหรับในส่วนสินค้านั้นแบ่งออกเป็น สินค้าประเภทจับต้องได้ และสินค้าประเภทจับต้องไม่ได้ สำหรับการบริการนั้นแบ่งออกเป็น บริการแบบมีส่วนร่วม และการบริการแบบไม่มีส่วนร่วม ดังนั้นสินค้า และบริการจึงนับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง โดยต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ คุณภาพ (Quality) สำหรับในส่วนของคุณภาพนั้นยังมีความหมายรวมถึง ด้านความเหมาะสมในการใช้งาน คุณภาพการออกแบบ และคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้อีกด้วย นอกจากนั้นคุณภาพยังเป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจ

2. ราคา (Price) การกำหนดราคานับว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ โดยมักจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ขนาดของตัวธุรกิจ ประเภทของสินค้าที่ต้องการจำหน่าย ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด กฎหมาย ความเปลี่ยนแปลกของราคาวัตถุดิบ หรือแม้กระทั่งระบบการจัดจำหน่าย ต้นทุนการผลิต และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

สำหรับธุรกิจขนาดเล็กนั้น การกำหนดราคาขายของสินค้านั้น เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากราคานั้น เป็นสิ่งที่ใช้วัดค่า และประโยชน์ของตัวสินค้า และยังเป็นตัวกำหนดว่าเราจะสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดไปในทิศทางใด จะสามารถขายสินค้าอย่างไร จำนวนเท่าไหร่ ราคาขายจะเป็นเครื่องบ่งชี้ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจนั้นๆ เนื่องจากกำไรจะคำนวณจาก รายรับหักลบด้วยต้นทุน โดยรายรับจะมาจากปริมานจำนวนที่ขายคูณด้วยราคาต่อหน่วย อีกหนึ่งกลยุทธ์การขายสินค้าที่นิยมนำมาใช้กัน อย่างแพร่หลาย ได้แก่ การให้ส่วนลด (Discount) การขายเงินเชื่อ (Credit) และการฝากขาย (Consignment) รวมทั้งยังมีการใช้นโยบายการตั้งราคาอีกด้วย นโยบายการตั้งราคาแบ่งออกเป็น

- นโยบายราคาเพียงราคาเดียว (One Price Policy) เป็นการเสนอขายสินค้า หรือบริการในราคามาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าจะซื้อมากหรือน้อยก็ตาม เช่น ราคาน้ำมัน ค่าขนส่งสินค้า คำตามน้ำหนัก หรือธุรกิจขายสินค้าราคาเดียวทั้งร้าน

- นโยบายราคาที่แตกต่างกัน (Variable Price Policy) มีเหตุมากจากความแตกต่างในด้านคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือตัวบริการ และการเจรจาต่อรองของลูกค้า นั่นจึงเป็นเหตุให้มีการต้นราคาขายแตกต่างกัน เช่น สินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าจะมีราคาที่สูงกว่า สินค้าที่คุณภาพรองลงมา เช่น ราคาตั๋วชมภาพยนตร์ที่นั่งธรรมดา กับที่นั่งพิเศษ เสื้อผ้าแบรนด์ดังกับเสื้อผ้าไม่มีแบรนด์

- นโยบายกำหนดราคาขายแบบแพ็กเกจ (Multiple Unit Package Pricing Policy) เป็นการกำหนดราคาขายโดยเปรียบเทียบความแตกต่างในด้านปริมาณสินค้าที่ซื้อ อธิบายง่ายๆ คือถ้าซื้อในจำนวนมากราคาจะถูกกว่าซื้อในจำนวนน้อย เช่น เครื่องดื่ม บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป สินค้าประเภทอุปโภคบริโภค

- นโยบายกำหนดราคาตามสายราคา (Price Lining-Policy) เป็นรูปแบบการกำหนดราคาสินค้า แบบต่อเนื่องตามขนาด และปริมานของสินค้า โดยแบ่งตามขนาด ใหญ่ กลาง เล็ก ทั้งนี้เพื่อความสะดวกแก้พนักงานขาย และตัวลูกค้าเอง เช่น น้ำยาบ้วนปาก ยาสีฟัน

- นโยบายกำหนดราคาเชิงจิตวิทยา (Psychological-Pricing Policy) ธุรกิจอาจจะใช้วิธีการกำหนดราคาให้น่าสนใจ โดยอาศัยหลักจิตวิทยาซึ่งเชื่อว่ามีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้า หรือผู้บริโภค เช่น สินค้าที่มีราคาลงท้ายเหมือนกัน 59 89 99 หรือสินค้าที่มีป้ายกำกับ เช่น สินค้าขายดี

- นโยบายกำหนดราคาจามจำนวน (Unit Pricing-Policy) เป็นรูปแบบการต้นราคาให้แตกต่าง โดยอ้างอิงจากน้ำหนักของสินค้าต่อหน่วยเป็นเกณฑ์ เช่น ซื้อสินค้าที่มีน้ำหนักที่แตกต่างกัน 100 50 และ 30 กรัม ตัวสินค้าจะมีราคาไม่เท่ากัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การนำสินค้าไปให้ถึงมือของลูกค้า โดยยึดหลักความมีประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความปลอดภัย และความรวดเร็ว วิธีการที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด คือจะต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด หากเป็นสินค้าที่ขายไปหลาย ๆ แห่ง วิธีการกระจายสินค้านั้นจะมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยหลักการของการเลือกวิธีกระจายสินค้านั้นไม่ใช่มีขายให้มากสถานที่ จะเป็นวิธีการที่ดีที่สุดเสมอ แต่ต้องขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) ความสำเร็จทางด้านธุรกิจ คือ การขายสินค้า หรือบริการให้ได้มากที่สุด แต่ปัญหาคือต้องทำอย่างไร จึงจะทำให้ กิจกรรมดังกล่าวประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

- การส่งเสริมการขายนั้นมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับงบประมาณ เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนกลับคืนอย่างคุ้มค่าที่สุด ซึ่งมีอยู่หลายวิธีที่ทั้งทางตรง และทางอ้อม

- การโฆษณา (Advertising) อาจจะใช้คำพูด หรือข้อความ ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกดีต่อต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ รวมทั้งจูงใจให้เกิดความต้องการอยากทดลองใช้สินค้า หรือบริการของเรา

- การขายโดยตรง (Direct Sales) เป็นการขายโดยเข้าไปติดต่อถึงตัวลูกค้าโดยตรง โดยการอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าให้ลูกค้าได้ทราบ หรือที่เรียกว่าการเสนอขาย โดยอาศัยเทคนิคและวิธีการที่น่าสนใจ

- การส่งเสริมการขายทางด้านลูกค้า (Consumer Promotion) เป็นรูปแบบในการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับตัวลูกค้าโดยตรง เช่น การลด แลก แจก แถม หรือการเล่นเกมเพื่อชิงรางวัล เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และมีความหวังในประโยชน์ที่ได้รับจากตัวสินค้า หรือบริการของเรา

- การบริการ (Service) เป็นรูปแบบการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย ไม่ว่าจะเป็นการอธิบายคุณลักษณะที่ดีและการใช้สินค้าก่อนลูกค้าจะทำการซื้อ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจ การบริการขณะขาย เช่น การสาธิตให้ลูกค้าได้ชมก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า หรืออาจจะเป็นการให้ลูกค้าทดลองด้วยตัวเองก่อน และบริการหลังการขายสินค้าให้กับลูกค้า เช่น การซ่อมบำรุงหรือตรวจสอบสินค้าเมื่อลูกค้าได้ซื้อไปแล้วโดยทำอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความประทับใจระยะยาว

แม้ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยน ทั้ง 4P's ได้หมดในระยะเวลาอันสั้นได้ แต่เราสามารถปรับกลยุทธ์ทีละส่วน จนได้ส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมที่สุดได้

5. บุคลากร (People) ในธุรกิจประเภทบริการนั้น ลูกค้าจะมีส่วนร่วมในระหว่างการใช้บริการทำให้พนักงานจำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์ลูกค้า ซึ่งค่อนข้างจะต่างจากการขายสินค้า (Product) ที่จะไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต และการบริหารมากกว่า แต่ธุรกิจประเภทบริการ (Service) ต้องพบปะกับลูกค้าโดยตรง นั่นคือเหตุผลว่าทำไมถึงต้องให้ความสำคัญกับคน (People) นั่นเอง

ส่วนกลยุทธ์เกี่ยวกับคน (People) ในธุรกิจมี ดังนี้

- การฝึกอบรม การฝึกสอนเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในการให้บริการแก่พนักงาน รวมถึงการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีในบริการลูกค้าด้วย

- การรับมือกับจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เช่น เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการเยอะเกินไปควรมีมาตรการรองรับอย่างไร หรือกรณีที่ลูกค้ามาใช้บริการน้อย ควรแก้ไขอย่างไร

6. บรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy)

หลักสำคัญของกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ คือการออกแบบให้สวยงาม และโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งเมื่อนำไปวางขาย ส่วนในด้านของร้านค้าออนไลน์กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์นั้น จะรวมไปถึงเรื่องความปลอดภัยของสินค้าในส่วนของการจัดส่งรวมอยู่ด้วย เพราะการส่งสินค้าในระยะทางไกลนั้นอาจจะเกิดเหตุไม่คาดฝันขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรจัดการห่อสินค้าให้ดีเพื่อป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นด้วย สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความประทับใจ และทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อร้านค้าออนไลน์ของเรา

7. การให้ข่าวสาร (Public Strategy) การให้ข้อมูลข่าวสารเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ และเหมาะกับยุคสมัยนี้ที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างไร้พรมแดน ทำให้การรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการขายสินค้าออนไลน์ การให้ข่าวสาร โดยการโพสต์ประกาศ รวมไปถึงการฝากขายสินค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้

8. กลยุทธ์ด้านอำนาจการต่อรอง (Power Strategy) การใช้อำนาจในการต่อรองเพื่อสร้างเครือข่าย โดยคนที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายต้องสมัครเป็นตัวแทนเท่านั้น เพื่อที่จะได้สั่งซื้อสินค้าในราคาขายส่ง หรือต้องสมัครเข้ากลุ่มตามประเภทของสินค้าในไลน์เพื่อนำรูปภาพของสินค้าแต่ละประเภทที่มีการอัปเดตทุกวันไปโพสต์ขาย ในกรณีนี้เป็นการขายส่งสินค้า ส่วนการขายปลีกให้กับลูกค้าทั่วๆ ไปหน้าเว็บเพจรูปแบบการใช้กลยุทธ์พลังอาจมีการกำหนดราคาขายที่แตกต่างกัน เช่น สั่งซื้อสินค้าครบ 3 รายการคิดราคาพิเศษเป็นการต่อรองเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ร้านค้าออนไลน์มียอดขายเพิ่มขึ้นส่วนของลูกค้าได้สินค้าในราคาที่ถูกลง เป็นต้น

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณิดา ไกรสันติและรัสมนต์ คาศรี (2559) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดีมีศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ ผู้นำกลุ่มมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และการดำเนินงานในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ด้านการผลิต มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการลดต้นทุนในการผลิต มีการควบคุมคุณภาพสินค้าผ่านตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เครื่องหมายรับรองฮาลาล และองค์การอาหารและยา (อย.) จนผลิตภัณฑ์ได้ระดับ 4 ดาว ด้านสมาชิกและชุมชนมีรายได้เสริมและมีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี ผลกำไรบางส่วนนำมาทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิก ด้านแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่า หน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้านการตลาด สนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จัดหาช่องทางการจัดจำหน่วย

สินค้าเพิ่มมากขึ้น ด้านเงินทุนควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่ ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล ส่งเสริมการอบรมเพิ่มพูนความรู้ในการผลิต การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น สมุนไพรท้องถิ่นให้แก่ผู้สนใจในชุนชน เพื่อถ่ายทอดไปยังสมาชิกรุ่นต่อไป ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ส่งเสริมการศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมและสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศให้มากขึ้น

สาวิตรี อกนิษฐ์เสนีย์ (2558) ศึกษาเรื่องโครงการสร้างศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารนำร่อง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปรับปรุงการผลิตให้ตรงตามความต้องการและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคจนกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พัฒนาตราสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม สามารถนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบทำการทดสอบตลาด เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และจับคู่ทางธุรกิจ จากการแสดงสินค้าสามารถช่วยส่งเสริมด้านการตลาดและความมั่นใจในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ ตลอดจนการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารนำร่อง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยการเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดโคนญี่ปุ่น กระยาสารทและกล้วยโดยออกแบบตราสินค้า Buriram Hi-light ในการนำภาพปราสาทหินเขาพนมรุ้งมาเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ในการสื่อความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ก่อให้เกิดมิติแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์อาหารนำร่องจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีคุณค่าต่อผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บุญทวี นันสถิต และคณะ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการพัฒนาตลาดผักปลอดภัยจากสารเคมีของผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคในตลาดสด เทศบาลตำบลกมลลาไสย อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาวิจัยพบว่าสมาชิกภายในกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม วัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพ การบริหารจัดการของกลุ่ม ตลอดจนประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่ม ผู้นำกลุ่มเป็นเพียงนามธรรม ไม่มีอำนาจหรือเครื่องมือที่จะใช้ในการบังคับหรือสั่งการ โครงสร้างการรวมกลุ่มยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม ไม่มีการระดมทุนเพื่อกิจกรรมของกลุ่ม กลุ่มผู้บริโภคเริ่มมีความตระหนักถึงพิษภัยของการบริโภคผักที่ปนเปื้อนสารเคมี ซึ่งเป็นผลมาจากการสร้างกระแสการบริโภคที่มีความปลอดภัยของแกนนำภาคีด้านสุขภาพและสื่อต่าง ๆ ในทุกระดับ แต่ยังขาดโอกาสและทางเลือกที่จะสามารถเข้าถึงตลาดผักปลอดสารเคมีได้โดยสะดวก ในส่วนขององค์กรที่ทำหน้าที่สนับสนุนการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผักในด้านต่าง ๆ มีความพร้อม ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือท้องถิ่นเองก็ตาม แต่ปัญหาอยู่ที่กระบวนการผลิตพืชผักปลอดสารเคมีที่จะนำสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ญาณัญฎา ศิรภัทร์ธาดา (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ค้ารายย่อย เขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์รูปแบบ วิธีการแบบพิเศษทางการตลาดเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจลูกค้า คือ การปรับปรุงสินค้าที่ขายและปรับวิธีการขายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงาม ประทับใจ สื่อถึงเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา ตลาดเก่าย้อนยุค เพื่อให้เป็นไปตามกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม อำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้า เช่น สุขาที่สะอาดและเพียงพอ จัดให้มีกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ ต่าง ๆ ในพื้นที่ เพื่อดึงดูดการเยี่ยมชม การจัดการเส้นทางการคมนาคมเพื่อให้มีการสัญจรในพื้นที่ขายสินค้า มีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย การหาทำเลที่ลูกค้าสังเกตได้ง่าย อีกทั้ง การทำป้ายประชาสัมพันธ์ให้มีความสะดุดตามากขึ้น และยังต้องพิจารณาถึงช่วงเวลาการขายด้วย สำหรับรูปแบบ วิธีการแบบพิเศษในงานวิจัยพบว่า การสร้างความโดดเด่น แปลกตา สะดุดใจแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่ผู้ค้ารายย่อยเห็นว่าควรได้รับการสนับสนุนในเรื่องขององค์ความรู้ งบประมาณและการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดกิจกรรมโดยให้แม่ค้า พ่อค้า ร่วมมือร่วมใจกันใส่เสื้อสีสดใส ลายดอก ที่สะดุดตา เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผู้ค้ารายย่อยในช่วงวันที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ อีกทั้งเป็นการเชิญชวนลูกค้า นักท่องเที่ยวให้อยากมาสัมผัสบรรยากาศย้อนยุคในอดีตอีกด้วย นอกจากนั้นผลการวิจัยยังมีข้อเสนอแนะให้มีการสนับสนุนการจัดตั้งชมรมหรือสมาคมสำหรับผู้ประกอบการค้ารายย่อยประเภทต่าง ๆ ในศาลายา ให้มารวมตัวกันและใช้เป็นที่สำหรับเผยแพร่ความรู้ เทคโนโลยี และให้การฝึกอบรม เพื่อให้ผู้ประกอบการค้ารายย่อยและลูกจ้างสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในกิจการ โดยหน่วยงาน ราชการ ภาครัฐให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็น มีการมอบหมายหน่วยงานของรัฐให้รับผิดชอบในการดูแล พัฒนา ให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ จัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก สวัสดิการและอื่น ๆ ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และสินเชื่อผู้ประกอบการรายย่อย จัดระเบียบให้ขายในพื้นที่ที่กำหนด

สุธีรา ไชยเทพ (2549) ศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานโครงการมีความสำเร็จในระดับปานกลาง โดยด้านการตลาดมีจุดแข็ง คือ สินค้ามีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง มีช่องทางจัดจำหน่ายที่ดี พนักงานขายมีประสิทธิภาพสามารถรักษาจำนวนลูกค้าเดิมได้ ลูกค้าเดิมมีปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น และมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ด้านการผลิตมีจุดแข็งคือ วัตถุดิบมีคุณภาพและมีปริมาณเพียงพอ พนักงานมีความชำนาญ ผลิตสินค้าได้ตามระยะเวลาที่วางแผน สินค้ามีคุณภาพ ส่วนด้านการเงินมีจุดแข็ง คือ สามารถหาต้นทุนที่แท้จริงทางสินค้าได้ ระบบบัญชีมีประสิทธิภาพ ได้รับเครดิตจากผู้ขายวัตถุดิบ กู้เงินด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำ และมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ สำหรับด้านการจัดการมีจุดแข็งคือ มีจำนวนพนักงานที่เหมาะสมต่อการผลิต มีการฝึกอบรมให้ความรู้ พนักงานมีความชำนาญมีทักษะในการบริหารคน สามารถรักษาพนักงานที่มี

ฝีมือไว้ได้ วิธีการประเมินการทำงานของพนักงานมีคุณภาพและมีค่าตอบแทน วิธีการจ่ายค่าตอบแทนที่จูงใจในการทำงาน ความรุนแรงของปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานทุกด้านอยู่ในระดับน้อย โดยจุดอ่อนของการดำเนินงานแต่ละด้าน มีดังนี้ ด้านการตลาด คือ ราคาสินค้าแพงกว่าคู่แข่ง มีช่องทางการจำหน่ายน้อย ลูกค้าไม่รู้จักร้านหรือสินค้าของร้าน ขาดแผนการตลาดและไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า ด้านการผลิต คือ ต้นทุนการผลิตสูง มีของเสียจากการผลิตมาก และกำลังการผลิตไม่เพียงพอ ด้านการเงิน คือ ขาดความเข้าใจในการบริหารการเงิน ยอดขายต่ำและมีหนี้สูญ ด้านการจัดการ คือ ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการงานไม่เป็นระบบ การประสานงานภายในไม่ราบรื่น การสื่อสารภายในไม่ชัดเจน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจเพราะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลและหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ลูกค้ารู้จักการเป็นสินค้า OTOP ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวได้ ในขณะเดียวกันมีอุปสรรคจากจำนวนคู่แข่งขันมีมากขึ้น วัตถุดิบราคาแพงและช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าใช้จ่ายสูง

ยงยุทธ เศรษฐกร และคณะ (2549) ได้ทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบเครือข่ายที่สามารถพัฒนาให้เข้มแข็ง ได้ 7 รูปแบบคือ 1. วิสาหกิจชุมชน 2. วิสาหกิจชุมชนที่มีเครือข่ายสนับสนุน 3. วิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด 4. วิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัดที่มีเครือข่ายสนับสนุน 5. วิสาหกิจชุมชนที่มีหน่วยงานของรัฐบาลเป็นแกนนำ 6. วิสาหกิจชุมชนที่มีแกนนำหมุนเวียน และ 7. เครือข่ายตามธรรมชาติ โดยทั้ง 7 รูปแบบอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาให้มีความเข้มแข็งในด้านการจัดการทางธุรกิจและกระบวนการเรียนรู้ของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน แต่ยังไม่ถึงขั้นความยั่งยืน โดยความยั่งยืนจำเป็นต้องพัฒนาด้านบุคคล ต้องใช้เวลาในการพัฒนาให้เข้มแข็ง นอกจากนี้ ผลการวิจัยได้แบ่งลักษณะรูปแบบวิสาหกิจชุมชนออกเป็น 2 ประเภท คือ วิสาหกิจชุมชนที่มีเครือข่ายสนับสนุนและวิสาหกิจชุมชนที่ไม่มีเครือข่ายสนับสนุน รวมทั้ง มีข้อค้นพบสรุปได้ดังนี้ 1 .วิสาหกิจชุมชนมีขนาดเล็ก มีรายได้น้อยไม่เพียงพอต่อการทำเป็นอาชีพหลัก ทำให้สมาชิกไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน 2. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิดในการพึ่งพาหน่วยงานราชการที่เข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุน 3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องพัฒนาบุคคลที่เป็นสมาชิกและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายให้มีความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่ายที่ยั่งยืน

นุชจรี ทิวาวัลย์และคณะ (2547) ได้ทำการศึกษาการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่วิสาหกิจชุมชนเข้มแข็ง : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพแปรรูปน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตำบลชาวไทย จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่าด้านการตลาด มีตลาดค่อนข้างกว้างโดยส่งจำหน่ายในจังหวัดจันทบุรีและต่างจังหวัด อย่างไรก็ตามมีคู่แข่งจากกลุ่มอื่น ๆ ทั้งจากจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดใกล้เคียง ด้านรายได้พบว่า มีการกระจายรายได้ให้กับ

สมาชิกและคนในชุมชน เกิดการอยู่ดีกินดีเพิ่มขึ้น แรงงานมีงานทำ มีรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตดีขึ้น เกิดการหมุนเวียนเงินจากภายนอกสู่ภายในชุมชนประมาณเดือนละ 500,000 บาท อย่างไรก็ตาม ยังคงมีปัญหาอุปสรรคอยู่บ้าง เช่น การรวมตัวของกลุ่มยังไม่เหนียวแน่นเท่าที่ควร ไม่มีการกำหนดแผนงานที่ชัดเจน ขาดการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของกลุ่ม ในส่วนการเสริมสร้างศักยภาพแก่กลุ่มอาชีพนั้น ควรมีการสนับสนุนด้านเงินทุน ด้านวิชาการ ด้านวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตและด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ โดยกิจกรรมทั้งหมดต้องมีแผนของชุมชนเป็นตัวกำกับขับเคลื่อนการดำเนินงาน องค์ประกอบความเข้มแข็งของชุมชนประกอบด้วย วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตต้องเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน แหล่งทุนโดยกลุ่มจะต้องมีทุนดำเนินการเป็นของตนเองหรือ มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนอื่น ๆ ผู้นำกลุ่มจะต้องมีความรู้ ความสามารถในการบริหารโครงการ กลุ่มจะต้องมีผลิตภัณฑ์ที่มีภูมิปัญญาของท้องถิ่น แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดให้เข้าสู่ตลาดสากลได้ สมาชิกต้องเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบและรับผลประโยชน์ และกลุ่มจะต้องมีการเรียนรู้ การบริหารโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา รวมทั้งต้องมีการถ่ายทอดให้สมาชิกได้เรียนรู้และฝึกทักษะในการดำเนินการเช่นกัน

สุนิษา กลิ่นขจร (2558) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านเขานาใน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า บริบทชุมชนและกลุ่มลูกประคบสมุนไพร มีการประชุมปีละ 3 ครั้ง การประชาสัมพันธ์กลุ่มเข้าร่วมสัมมนากับหน่วยราชการ ร่วมกิจกรรมวันสตรีสากล ส่งผลิตภัณฑ์ประกวดและจำหน่ายในงานเทศกาลต่าง ๆ ในระดับอำเภอ จังหวัด และนำผลิตภัณฑ์ไปสาธิตตามเทศกาลหรือหน่วยงานที่ขอมา การสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เงิน SML ของหมู่บ้าน ได้รับการสนับสนุนเงินกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยี ตำบล ต้นยวน และสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร คือ สมาชิกมาประชุมไม่ตรงต่อเวลาและไม่พร้อมเพรียงกัน บางครั้งก็ขาดการประชุม เนื่องจากต้องประกอบอาชีพประจำวัน วัตถุดิบมีไม่เพียงพอในการผลิตทำให้ให้การผลิตลูกประคบไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และสมุนไพรอยู่ไกลจากแหล่งผลิต ขาดเครื่องมือในการผลิตที่ทันสมัย การแปรรูปไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และไม่ผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) ขาดการดูแลช่วยเหลือจากภาครัฐและไม่ต่อเนื่อง ขาดงบประมาณและยุทธศาสตร์การพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรุก ควรขยายตลาดในผลิตภัณฑ์เดิม ขยายตลาดในผลิตภัณฑ์ใหม่ บริหารจัดการการรวบรวมวัตถุดิบในชุมชน บริหารจัดการหาช่องทาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานในการประสานงานกับกลุ่มอื่น เชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต ส่งเสริมชุมชนให้มีการปลูกสมุนไพรมากขึ้น ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน คือพัฒนาคุณภาพการผลิต

ที่ถูกสุขลักษณะเป็นไปตามหลักสุขาภิบาลโรงงาน ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงวิกฤต ควรเพิ่มเครื่องจักรที่ทันสมัย การส่งเสริมการตลาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ศศิเพ็ญ พวงสายใจและคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาการวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ในเขตภาคเหนือ ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนด้านต่าง ๆ กล่าวคือธุรกิจที่มีศักยภาพดีนั้น ในด้านบริหารจัดการพบว่าขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่ม กลุ่มที่ผู้นำมีความรับผิดชอบ มีการศึกษาดี มีความรู้ในขบวนการผลิตสินค้าของตนเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น มีความโปร่งใสในการดำเนินการ สมาชิกให้การยอมรับสามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว และรู้จักช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยราชการจะเป็นกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม นอกจากนั้นกลุ่มที่มีศักยภาพดีนั้นจะมีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน มีกฎระเบียบของกลุ่ม และมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน ในด้านการผลิตพบว่าธุรกิจที่มีศักยภาพดีนั้น จะผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีการใช้วัตถุดิบและแรงงานภายในท้องถิ่น สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ต่อเนื่องและตรงตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มีการจัดการที่คำนึงถึงผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ในด้านการเงินพบว่าธุรกิจที่มีศักยภาพดีนั้น จะมีการร่วมลงทุนกันของสมาชิก มีการจัดทำบัญชี มีการจัดสรรเงินปันผลให้แก่สมาชิก ในด้านการตลาดพบว่าธุรกิจที่มีศักยภาพดีนั้น จะเป็นกลุ่มที่มีการตลาดอย่างกว้างขวาง ทราบลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในสินค้าของตนเป็นอย่างดี มีการประชาสัมพันธ์สินค้าในหลายรูปแบบปัญหาที่เกิดขึ้นพบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถผลิต ผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ยังคงผลิตตามรูปแบบเดิมที่เคยผลิต เป็นรูปแบบการผลิตและการตลาดแนวรับโดยรอรูปแบบผลิตภัณฑ์และคำสั่งซื้อจากลูกค้า ไม่กล้ารุกตลาดโดยการคิดหรือออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อนำเสนอสู่ตลาด ไม่มีความสามารถในการค้นหา แหล่งหรือสื่อที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า และไม่มีฐานหรือทราบแหล่งข้อมูลความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา จึงส่งผลให้กลุ่มไม่สามารถใช้ศักยภาพและทรัพยากรการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นสำหรับกลุ่มธุรกิจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ ควรมีการสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายโดยทั่วไปโดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ อันจะนำมาซึ่งการเป็นที่ต้องการของตลาดซึ่งจะส่งผลต่อรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีและยั่งยืนของกลุ่มการพัฒนาศักยภาพเบื้องต้นโดยการให้กลุ่มธุรกิจทำแผนธุรกิจและจัดการฝึกอบรมตามแผน พบว่าในแต่ละกลุ่มสามารถจะวางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีคุณภาพดีขึ้นและมีความหลากหลายมากขึ้น เมื่อประเมินผลการจัดการฝึกอบรมตามแผนธุรกิจพบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยของขั้นตอนหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม แสดงถึงพัฒนาการการทำงานของกลุ่มว่ามีการพัฒนาที่ดีขึ้น เกิดการเรียนรู้ เกิดการทำงานร่วมกันอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ข้อค้นพบนี้แสดงว่ากลุ่ม

ธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าที่ยังไม่เผยแพร่มาก่อน หากได้รับการพัฒนาแล้วจะสามารถเพิ่มศักยภาพของกลุ่มได้

นฤเบศ เลขกลาง (2557) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มอาชีพทอผ้าฝ้ายและตัดเย็บบ้านโคกสูง ตำบลเชียงยืน อำเภอเชียงยืน จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานของกลุ่มมีการดำเนินงานที่เป็นระบบและมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิก ระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน ผู้นำและคณะกรรมการกลุ่มมีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สมาชิกกลุ่มมีความสามารถผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพได้มาตรฐานจากการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับประเทศ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ทันสมัย ด้านปัญหาและอุปสรรค กลุ่มมีสมาชิกลดลง เนื่องจากกลุ่มมีกฎไม่รับสมาชิกเพิ่มจึงทำให้มีความเสี่ยงที่จะมีการยุบเลิกกลุ่ม และปัจจุบันไม่มีการทอผ้าฝ้ายในกลุ่ม เหลือเพียงแต่ช่างที่ทำการตัดเย็บเท่านั้น ซึ่งกลุ่มมีช่างที่มีประสบการณ์และความชำนาญในการตัดเย็บน้อย จึงทำให้ต้องใช้เวลานานในการผลิต เกิดความล่าช้าด้านการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์มีเพียงประธานกลุ่มที่เป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้า สมาชิกของกลุ่มขาดทักษะความรู้ด้านการตลาด ส่งผลให้กลุ่มขาดรายได้ในการจำหน่ายสินค้า ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือกลุ่มมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ผู้นำกลุ่มมีความเสียสละ มีความซื่อสัตย์และมีความมุ่งมั่นในการทำงาน สมาชิกมีส่วนร่วม มีทักษะและมีความชำนาญในการทำงาน จึงทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยกลุ่มมีช่องทางการ จำหน่ายสินค้าที่หลากหลายและมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้กลุ่มมีการสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานทุกปี ตลอดจนการได้รับการสนับสนุนด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง สำหรับแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพ คือ ควรเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและผู้ที่มีความสนใจเข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับกลุ่ม ควรมีการส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงาน ให้สามารถทำงานในทุกขั้นตอน และมีการเพิ่มทักษะความรู้สร้างแนวคิดและประสบการณ์ใหม่ ๆ รวมถึงความรู้ด้านการตลาดให้กับสมาชิก อีกทั้งควรมีการฟื้นฟูอนุรักษ์และสืบทอดการทอผ้าฝ้ายให้คงอยู่ในหมู่บ้านต่อไป

รัตนา ดือเระซอ (2556) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาอาชีพการทำผลิตภัณฑ์จักสานเพื่อสร้างรายได้เสริมกลุ่มแม่บ้านปะกาลิมาปูโระ ตำบลบาราเฮาะ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกทุกคนต้องช่วยกันทำ โดยทำร่วมกันทุกวันศุกร์ ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ได้สวยงาม ประณีตและมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ด้วยวิธีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะและศึกษาดูงาน

แลกเปลี่ยนประสบการณ์และฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ ด้านการตลาด เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีปัญหาเรื่องความมั่นคง กลุ่มเกิดจากการรวมกันของหญิงหม้ายที่ได้รับผลกระทบจากความรุนแรง ดังนั้น ทางกลุ่มจึงมีโอกาสไปร่วมขายของในงานต่าง ๆ ด้านการจัดการ มีการกำหนดบทบาทซึ่งมีโครงสร้างรองรับ คือมีประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ และการตลาด ทางกลุ่มยังมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการทำงานในแต่ละครั้ง มีการกำหนดกติการ่วมกัน มีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง แนวทางในการพัฒนาอาชีพการทำผลิตภัณฑ์ จักสาน การพัฒนาอาชีพการทำผลิตภัณฑ์จักสานเริ่มจากการศึกษาข้อมูลศักยภาพที่เอื้อต่อการพัฒนาอาชีพการทำจักสานที่ยั่งยืน การอบรมเพิ่มทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและประณีต วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาฝีมือการทำจักสานให้กับสมาชิกในกลุ่ม

วิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ปัจจัยเกี่ยวกับตัวสมาชิก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร

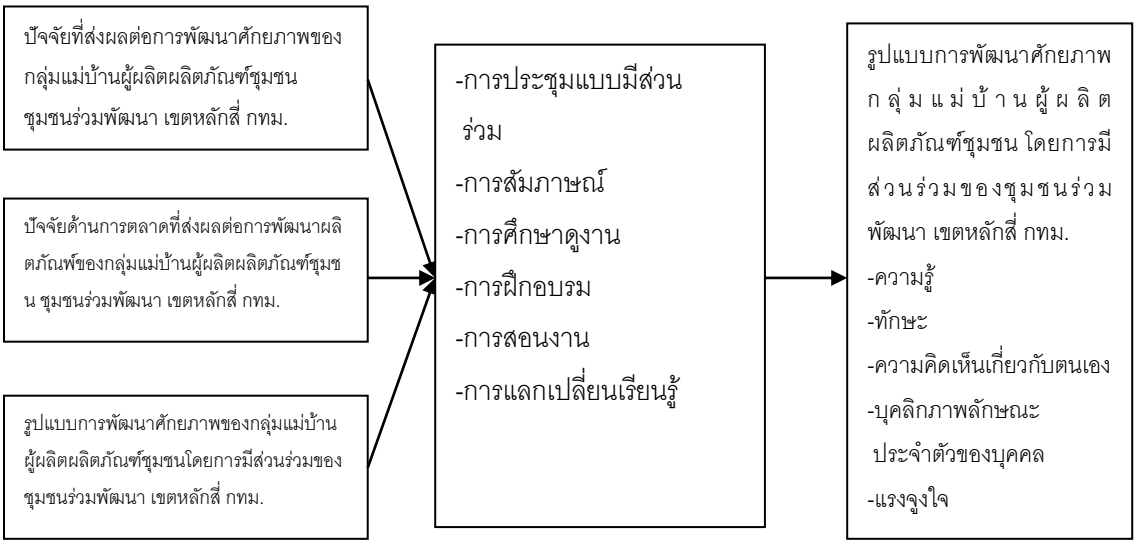
ปีฉ๊ะ องศาราและคณะ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนสู่การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหลอมปืน ม.14 ตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล ผลการวิจัยได้นำเสนอสถานที่สำคัญ 2 แหล่งเพื่อเป็นจุดหลักในการท่องเที่ยว คืออ่าวนุ้ย และจุดหลอมปืน เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งคลอง ป่าบก ป่าเลนเดิม และป่าเลนปลูกใหม่ มีสันทราย หรือดอนทรายยาวกว่า 1 กิโลเมตร นอกจากนี้ ยังสามารถนั่งเรือชมวิว โดยกิจกรรมสำคัญที่ควรจัดเพิ่มขึ้นจากผลการวิจัยคือ การเก็บขยะในป่าชายเลน ปลูกป่าชายเลน การมีมัคคุเทศก์น้อย การมีเงินทุน โดยทีมวิจัยมีการลงหุ้นสมาชิกเพื่อพัฒนาเป็นกองทุนในการดำเนินงาน มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อมาร่วมการบริหารจัดการ และมีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนที่อำเภอละงู เพื่อเป็นองค์กรที่มีตัวตน และล่าสุดได้สมัครเป็นสมาชิกเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดสตูล ร่วมเรียนรู้ ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีประธานท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแกนนำ

ศักดิ์ศิริ นันตะสุขและคณะ (2550) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพสิ่งทอชุมชน จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอชุมชน ทอผ้าไหม ทอผ้าฝ้าย กระจายอยู่ตามอำเภอ โดยมีกลุ่มที่มีศักยภาพมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและขึ้นทะเบียนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ จำนวน 221 กลุ่ม เงินทุนในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มส่วนใหญ่มีเงินทุน 37,650 บาท ในขณะที่เงินทุนเฉลี่ยทั้งจังหวัด 135, 416 บาทต่อกลุ่ม /ราย จึงมีการกู้ยืมจากทางราชการ กองทุนในชุมชนและธนาคาร เฉลี่ย 55, 666 บาทต่อกลุ่ม/ราย สภาพด้านการผลิตอุตสาสหกรรมสิ่งทอชุมชนจังหวัดชัยภูมิต้องพึ่งพาเส้นไหมนอกชุมชน มีทักษะระดับปานกลาง ปรับปรุงบ้างในการทอลายที่ไม่ถนัดหรือลายใหม่ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพสิ่งทอชุมชนจังหวัดชัยภูมิ ที่สำคัญคือ ปัจจัยการผลิตยังขาดประสิทธิภาพโดยเฉพาะเส้นไหม ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ ปัญหาเรื่องภัยแล้งในบางพื้นที่ทำให้มีผลกระทบต่อหม่อนที่จะนำมาเลี้ยงไหม ปัจจัยด้านทรัพยากรบุคคล แรงงานที่มีคุณภาพส่วนใหญ่เป็นวัยครองเรือน และวัยสูงอายุ มีทักษะในการทอที่ปราณีตนับเป็นจุดแข็งการพัฒนามาตรฐานผ้าไหม แต่ขาดคนรุ่นใหม่ ขาดการออกแบบแปรรูปที่จะช่วยเพิ่มมูลค่า ขาดช่างตัดเย็บผ้าไหม ส่วนในระดับธุรกิจขาดนักออกแบบผ้าไหม หรือนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาความแตกต่างของสินค้า

ศักดิ์ศิริ นันตะสุข สมนึก ขวัญเมืองและอาวุธ ปะเมโท (2550) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่า คนในท้องถิ่นมีศักยภาพด้านบุคลิกภาพระดับมาก ส่วนศักยภาพด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการพึ่งตนเองระดับปานกลาง มีความต้องการพัฒนาศักยภาพด้านบุคลิกภาพด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการพึ่งตนเองในระดับมาก ระดับศักยภาพกับระดับความต้องการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของคนในท้องถิ่นทั้ง 4 ด้าน ด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านบริหารจัดการและด้านการพึ่งพาตนเอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แนวทางยุทธศาสตร์พึ่งพาตนเองเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ การปรับทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การสร้างความมั่นใจในการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่น การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับ ประเพณีวัฒนธรรม แบบแผนการปฏิบัติต่าง ๆ ของคนในพื้นที่ การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ส่งเสริมให้มีนักวิจัยอยู่ในพื้นที่เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

2.10 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

การพัฒนา หมายถึง วิธีการในการแก้ปัญหา การส่งเสริมและสนับสนุนให้การกลุ่มแม่บ้านมีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

กลุ่มแม่บ้าน หมายถึง ประชาชนส่วนหนึ่งของชุมชนร่วมพัฒนาที่มีการรวมกลุ่มกันดำเนินงานเป็นกลุ่มอาชีพเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามความถนัด เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน หมายถึง ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจในการบริหารจัดการ ที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกลุ่มการรวมกลุ่มแม่บ้านให้การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนได้

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลผลิตที่กลุ่มแม่บ้านร่วมมือกันทำ ซึ่งเกิดจากทักษะ ประสบการณ์ ภูมิปัญญาของชุมชน หรือการถ่ายทอดของบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น ตามความถนัด ได้แก่ ข้าวต้มมัด ขนมดอกจอก แคบหมู น้ำพริกเผา ขนมจีนน้ำยา น้ำเต้าหู้ ดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้จันทน์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้แก่ ยาหม่องสมุนไพร พิมเสน การบูร เป็นต้น

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการทำผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญที่เกิดจากประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ จนเกิดปัญญา และตกผลึกเป็นความรู้ความสามารถในการสร้างประดิษฐ์ คิดค้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้าน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นความรู้ ความสามารถที่จะใช้แก้ปัญหา และถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างผาสุก

สหกรณ์ออมทรัพย์ หมายถึง สถาบันการเงินซึ่งกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนร่วมจัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกชุมชนออมทรัพย์ โดยสมาชิกสามารถกู้เงินจากสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อนำไปใช้จ่ายหรือนำเงินมาลงทุนเพื่อการทำผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้านเศรษฐกิจ

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งประเด็นที่ศึกษามีรูปแบบการวิจัย กลุ่มประชากรเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังมีรายละเอียดดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงเชิงคุณภาพในรูปแบบปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผ่านขั้นตอนกระบวนการทำวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ใช้การจัดเวทีประชุมกลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ การศึกษาดูงาน การอบรมให้ความรู้ด้านการตลาด และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

3.2 กลุ่มประชากรเป้าหมาย

กลุ่มประชากรเป้าหมาย คือกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาหารคาว กลุ่มขนมไทย กลุ่มของชำร่วย และกลุ่มดอกไม้จันทน์ จำนวน 20 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล (Individual – depth Interview) ของกลุ่มผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader) ได้แก่ ผู้นำชุมชน ชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้การสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้างแบบขยายความ (Divergent Interviewing) เพื่อไม่เป็นการปิดกั้นข้อมูลข่าวสารและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องจากบุคคลที่หลากหลาย เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้าน ดังภาคผนวก ก โดยมีผู้นำชุมชนเป็นสมาชิกในกลุ่มแม่บ้าน และ แบบสัมภาษณ์ชุมชน ดังภาคผนวก ข

2) การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อศึกษาศักยภาพ ความพร้อม และความสามารถของชุมชน เพื่อนำผลที่ได้ไปวางแผนกำหนดรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

3) การประชุมกลุ่ม หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมภายในชุมชนกับผู้นำชุมชน ตัวแทนชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ฯลฯ เกี่ยวกับความรู้ด้านการสื่อสารภายในองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organization Communication: IOC) และความรู้ด้านส่วนประสมการตลาด 9P's

สำหรับเครื่องมือในการวิจัย ดังระบุข้างต้นมีความเหมาะสมต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากเป็นแบบสัมภาษณ์ ที่มีการเจาะลึกเป็นรายบุคคล และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.4 การรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและรอบด้าน กลุ่มผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การทบทวนเอกสารประวัติความเป็นมา ทำการทบทวนเอกสารประวัติความเป็นมาที่มีในชุมชน และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อาทิ สำนักงานเขต ห้องสมุดภายในชุมชนเพื่อทราบบริบทพื้นที่ความเป็นมาของชุมชน ประวัติการรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านทุกวัย โดยเฉาะผู้สูงอายุในชุมชนที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 30 ปี จำนวน 10 คน โดยทำการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของชุมชน การมีส่วนร่วมของการรวมกลุ่ม ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

3. การจัดเวทีประชุมทีมวิจัย เพื่อทราบสถานการณ์รวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้าน ปัญหาอุปสรรค และทิศทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ทิศทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

4. การรับฟังความคิดเห็น เพื่อให้ทราบมุมมอง แนวคิด ปัญหา ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

5. การอบรมให้ความรู้ เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้รับความรู้ด้านการเก็บข้อมูลเพื่อการทำวิจัย ความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และการพัฒนาฝีมือแรงงานจากผู้มีฝีมือระดับการส่งออก เพื่อสามารถบริหารการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันได้

6. การศึกษาดูงาน เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งคนในชุมชนได้มีความรู้และประสบการณ์ด้านต่างๆ อาทิ รูปแบบและวิธีการจำหน่ายสินค้า การทำผลิตภัณฑ์ในลักษณะการรวมกลุ่มภายในชุมชนของชุมชนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

3.5 แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	พ.ศ. 2561				พ.ศ. 2562												พ.ศ. 2563	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. เวทีประชุมประจำเดือน	←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→			
2. เวทีชี้แจงโครงการ		↔																
3. เวทีอบรมการเก็บข้อมูล		↔																
4. เก็บข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา			↔	↔														
5. เวทีวิเคราะห์ข้อมูล					↔													
6. การศึกษาดูงาน/การฝึกอบรม					↔	—	↔											
7. เวทีรับฟังความคิดเห็น								↔	↔									
8. การทดลองดำเนินการตามแผน										↔	—	—	↔					
9. เวทีวิเคราะห์และสรุปผลการทดลอง														↔	↔			
10. เวทีนำเสนอผลการวิจัย																↔		
11. เวทีถอดบทเรียนการวิจัย																	↔	
12. จัดทำรายงานความก้าวหน้าและฉบับสมบูรณ์																		↔

ตารางที่ 3.1 แสดงแผนการดำเนินงาน

3.6 ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล

จากแผนการดำเนินงานข้างต้น กลุ่มผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานโดยแบ่งตามการดำเนินงานวิจัยที่ได้ลงมือปฏิบัติ ทั้งนี้ กลุ่มผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งตามการดำเนินงานวิจัยที่ได้ลงมือปฏิบัติ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีการรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย

1.1 การเลือกประเด็นวิจัย

1.2 การสร้างกลุ่มผู้วิจัย

1.3 การพัฒนาโจทย์การวิจัย และการออกแบบโครงร่างการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงโครงการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

ขั้นตอนที่ 5 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

ขั้นตอนที่ 6 การเรียนรู้ (การอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน)

ขั้นตอนที่ 7 ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย

1.1 การเลือกประเด็นวิจัย

การทำวิจัยท้องถิ่น ณ ชุมชนร่วมพัฒนาเริ่มต้นจาก เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2559 มหาวิทยาลัยเกริก โดยศูนย์วิจัยและพัฒนานำคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยฯ ที่สนใจทำวิจัยชุมชนลงพื้นที่ ณ ศูนย์สุขภาพ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ โดยมีคณาจารย์ร่วมลงพื้นที่ประมาณ 20 คน และชุมชนร่วมพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน และชุมชน เข้าร่วมประชุมประมาณ 30 คน สำหรับวัตถุประสงค์ของการลงพื้นที่ครั้งนี้เพื่อให้คณาจารย์ที่สนใจทำวิจัยชุมชน (Community Based Research : CBR) รู้จักพื้นที่ที่จะทำวิจัย มีโอกาสรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ และปัญหาด้านต่าง ๆ ที่ต้องการได้รับการพัฒนา รวมทั้งการแก้ไข โดยชุมชนที่เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง และได้ช่วยกันระดมสมองเพื่อค้นหาความต้องการ ปัญหาต่าง ๆ ที่ประสบ รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหา

1.2 การสร้างกลุ่มผู้วิจัย

นักวิจัยอาจารย์นัดหมายประธานชุมชนร่วมพัฒนา คือนางพันพร วรรณากุล เพื่อหารือเกี่ยวกับนักวิจัยซึ่งเป็นคนในชุมชนว่าจะมีผู้ใดสนใจเป็นนักวิจัยชุมชน เรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร” โดยกลุ่มมีส่วนร่วมในการทำวิจัยร่วมกับทีมอาจารย์

1.3 การพัฒนาโจทย์การวิจัย และการออกแบบโครงร่างการวิจัย

จากการที่กลุ่มผู้วิจัยได้ทราบถึงความต้องการ และปัญหาของชุมชนซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ซึ่งกลุ่มแม่บ้านยังไม่สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและกลุ่มแม่บ้านได้

อย่างยั่งยืน อีกทั้ง ชุมชนต้องการได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดเพื่อส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน โดยกลุ่มผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาโจทย์การวิจัย และออกแบบโครงร่างการวิจัย เพื่อทำให้การทำวิจัยชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ มีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 การพัฒนาโจทย์การวิจัย

กลุ่มผู้วิจัยจัดกิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหาวันที่ 28 กรกฎาคม 2559 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ ดังนี้ 1) เพื่อทำความรู้จักกับผู้นำชุมชน ชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนร่วมพัฒนา 3) เพื่อรับฟังความต้องการ รวมทั้งปัญหาต่างๆ ของชุมชนอย่างชัดเจน ถูกต้อง ตรงประเด็น 4) เพื่อทำให้การกำหนดโครงร่างงานวิจัยมีความถูกต้อง และสามารถแก้ปัญหาของชุมชนอย่างถูกต้อง ตรงตามความต้องการ มีกระบวนการโดยกลุ่มผู้วิจัย ได้นัดหมายประธานชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนร่วมพัฒนา เพื่อพบปะพูดคุยเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน บริบทชุมชน การประกอบอาชีพ ปัญหา อุปสรรค ความต้องการด้านต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชน นักวิจัยอาจารย์และนักวิจัยชาวบ้าน เพื่อสามารถกำหนดหัวข้อการวิจัย รวมทั้งประเด็นการศึกษาที่สามารถพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชนได้ตรงประเด็นและเกิดประโยชน์สูงสุด

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ : กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด เพื่อจดบันทึกประเด็นของการสนทนา กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา และกล้องถ่ายภาพ โดยการจัดเวทีครั้งนี้ กลุ่มผู้วิจัยมีโอกาสทำความรู้จักกับประธานชุมชน ชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ ความเป็นอยู่โดยรวม การประกอบอาชีพ ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดจากการประกอบอาชีพ ความต้องการด้านการประกอบอาชีพ ประวัติความเป็นมาของชุมชน การประกอบอาชีพเมื่อครั้งอดีต การริเริ่มให้มีกลุ่มแม่บ้าน ลักษณะการทำงานของกลุ่มแม่บ้าน จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ทำและวางจำหน่าย ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ กลุ่มผู้วิจัยได้เริ่มเก็บข้อมูลประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และร่วมกันเขียนร่างข้อเสนอโครงการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่การพิจารณาหัวข้อการวิจัยที่ชัดเจนและถูกต้อง และเป็นหัวข้อที่ตรงตามความต้องการของชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและแก้ไขปัญหาให้ชุมชนได้อย่างแท้จริง ซึ่งจากการสนทนา และสัมภาษณ์ประเด็นต่าง ๆ ในเชิงลึก ต่อจากนั้น กลุ่มผู้วิจัยจึงร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งมีโจทย์การวิจัยหลายโจทย์ อาทิ การทำวิสาหกิจชุมชนในชุมชนร่วมพัฒนา การทำผักปลอดสารพิษ การทำงานฝีมือ ในที่สุดจึงได้โจทย์วิจัยร่วมกัน ดังนี้ “แนวทางพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร” เนื่องจากมีความเห็นร่วมกันว่า กลุ่มแม่บ้านเป็นคนสูงวัยที่มีฝีมือ มีประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์

ต่างๆ ที่หลากหลาย แต่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ จึงส่งผลกระทบต่อรายได้ที่มั่นคง

1.3.2 การออกแบบโครงร่างการวิจัย

การออกแบบโครงร่างงานวิจัยเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำการวิจัย เนื่องจากโครงร่างงานวิจัยเป็นกรอบหรือแนวทางสำคัญ และเป็นสิ่งนำทางเพื่อให้การทำวิจัยดำเนินไปอย่างถูกต้อง ชัดเจน และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยได้เป็นอย่างดี โครงร่างการวิจัย ประกอบด้วยหัวข้อต่าง ๆ หลายหัวข้อ อาทิ ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย คำถามของการวิจัย ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย ระยะเวลาในการดำเนินงาน งบประมาณค่าใช้จ่ายในการวิจัย โดยคณะผู้วิจัยได้จัดกิจกรรม 3 กิจกรรม เพื่อนำไปสู่การออกแบบโครงร่างการวิจัย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

โดยกลุ่มผู้วิจัยจัดกิจกรรมที่ 1 ลงพื้นที่วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลบริบทของพื้นที่วิจัย (ครั้งที่ 1) วันที่ 18 สิงหาคม 2559 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาโครงร่างงานวิจัยที่ถูกต้อง ชัดเจน สามารถพัฒนา และแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น 2) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน 3) เพื่อค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน และ 4) เพื่อค้นหาศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข โดยกลุ่มผู้วิจัยมีกระบวนการเก็บข้อมูล โดยได้นัดหมายประธานชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพบปะพูดคุยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน เพื่อค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้งศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข เพื่อนำไปสู่การกำหนดโครงร่างงานวิจัยได้อย่างถูกต้อง อันจะทำให้ผลของวิจัยช่วยพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างแท้จริง เครื่องมือที่ใช้มีกระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ และกล้องถ่ายภาพ

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมลงพื้นที่วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่วิจัย (ครั้งที่ 2) วันที่ 25 สิงหาคม 2559 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาโครงร่างงานวิจัยที่ถูกต้อง ชัดเจนและสามารถพัฒนาและแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น 2) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน 3) เพื่อค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน และ 4) เพื่อค้นหาศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข ซึ่งมีกระบวนการ โดยกลุ่มผู้วิจัย ได้นัดหมายป้าเมียด ซึ่งเป็นประธานชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพบปะพูดคุยสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านอย่างต่อเนื่อง โดยได้เดินสำรวจภายในชุมชนอย่างทั่วถึงทั้งฝั่งซ้ายและฝั่งขวาของสะพานข้ามคลองเปรมประชากร เพื่อสามารถพัฒนาโครงร่างงานวิจัย การค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง

ศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข เพื่อสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและทำการตลาดเพื่อสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้ง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มนักวิจัย เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด เพื่อจดบันทึกประเด็นของการสนทนา กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมคำตอบที่ต้องการจากชุมชน และกล้องถ่ายภาพ

กิจกรรมที่ 3 การนำเสนอโครงร่างการวิจัย วันที่ 27 มีนาคม 2560 ณ ห้องประชุม 1219 อาคารมังคละพฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอโครงร่างการวิจัย เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เข้าร่วมฟังการนำเสนอโครงร่างการวิจัย และเพื่อสอบถามข้อสงสัย และประเด็นความรู้ต่าง ๆ ที่สามารถนำไปปรับแก้โครงร่างการวิจัยได้อย่างสมบูรณ์ มีกระบวนการ จัดส่งเอกสารโครงร่างการวิจัยให้ศูนย์วิจัยและพัฒนา รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก นัดหมายทีมผู้วิจัยเพื่อซักซ้อมการนำเสนอ การตอบข้อซักถาม การจัดทำเอกสารการนำเสนอ Power Point และการมอบหมายภารกิจต่าง ๆ ให้ทีมวิจัยรับผิดชอบ อาทิ การนำเสนอ การตอบคำถามหรือข้อซักถามของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เข้าร่วมฟังการนำเสนอ การจดบันทึก การอัดเทปบันทึกเสียง การถอดเทปบันทึกเสียง เครื่องมือที่ใช้กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา น้ำยาลบคำผิด เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษจดประเด็นคำถามต่าง ๆ เอกสารโครงร่างการวิจัย Flash Drive ซึ่งบันทึกไฟล์โครงร่างการวิจัย

โดยมีรายละเอียด การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย การเลือกประเด็นวิจัย การสร้างกลุ่มผู้วิจัย การพัฒนาโจทย์การวิจัย และการออกแบบโครงร่างการวิจัย ตามกิจกรรม ดังภาคผนวก ค

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงโครงการวิจัย

กลุ่มผู้วิจัยซึ่งประกอบด้วยนักวิจัย และนักวิจัยชุมชน ได้จัดประชุมชี้แจงโครงการวิจัยต่อชุมชนร่วมพัฒนา ณ ศูนย์การเรียนรู้ ชุมชนร่วมพัฒนา ดังมีการดำเนินการจัดกิจกรรมการประชุมชี้แจงโครงการการวิจัยชุมชม หัวข้อ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร วันที่ 17 กันยายน 2559 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทำให้ชุมชนร่วมพัฒนารับรู้เกี่ยวกับการเข้ามาทำงานวิจัยร่วมกันระหว่างนักวิจัย อาจารย์ และนักวิจัยชุมชน 2) เพื่อทำให้ชุมชนร่วมพัฒนารู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย และประโยชน์โดยรวมที่จะเกิดขึ้นภายในชุมชน และ 3) เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับคนในชุมชน ทำให้เกิดความไว้เนื้อเชื่อใจและให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลหรือการให้ความร่วมมือด้านต่างๆ แก่กลุ่มผู้วิจัย กระบวนการที่นักวิจัยกลุ่มอาจารย์โทรศัพท์สอบถามประธานชุมชนร่วมพัฒนาเกี่ยวกับวันเวลาที่เหมาะสมเพื่อจัดประชุมชี้แจงโครงการการวิจัยชุมชนต่อชุมชนร่วมพัฒนา หลังจากทราบวันที่แล้ว ได้จัดเตรียมกำหนดการของการประชุม กำหนดผู้รับผิดชอบภารกิจด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านสถานที่ การ

ลงทะเบียน เอกสาร อุปกรณ์การเขียน อาหารว่าง อาหารกลางวัน พิธีกร และผู้นำเสนอโครงการวิจัยกับคนในชุมชน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษ Flip Chart กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา ดินสอ วาระการประชุม เอกสารการลงทะเบียนผู้เข้าประชุม และกล้องถ่ายภาพ ดังภาคผนวก ฆ

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กลุ่มนักวิจัยศึกษาบริบทชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริบทพื้นที่วิจัย และประวัติความเป็นมาของชุมชน 2) เพื่อทราบประวัติความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีกระบวนการโดย การศึกษาบริบทชุมชน กลุ่มผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ พูดคุย กับคนในชุมชนที่เป็นผู้ที่อาศัยในชุมชนมาตั้งแต่แรกสร้าง ซึ่งขณะนั้นยังเป็นเด็กในชุมชน แต่ปัจจุบันชุมชนหลายคนมีอายุกว่า 70 ปี จึงมีความเข้าใจบริบทชุมชนและสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้เป็นอย่างดี อาทิ ประวัติความเป็นมา พื้นที่ อาณาเขต จำนวนประชากร จำนวนหลังคาเรือน การประกอบอาชีพ ปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ นอกจากนั้น ได้เดินสำรวจพื้นที่ชุมชน การสนทนากับชุมชน การสร้างความคุ้นเคยกับคนในชุมชน การอุดหนุนสินค้า รวมทั้งอาหารของแม่ค้าภายในชุมชน อาทิ อาหารตามสั่ง เครื่องดื่ม น้ำแข็งใส กล้วยแขก ผลไม้ เช่น ฝรั่ง ส้ม มะพร้าวอ่อน เพื่อสร้างมิตรภาพที่ดีต่อคนในชุมชน นอกจากนั้น ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร และเว็บไซต์เพื่อทำให้การรวบรวมข้อมูลมีความสมบูรณ์และรอบด้านมากยิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษ Flip Chart เพื่อจดบันทึกประเด็นของการสนทนา กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษคำถามในประเด็น ต่าง ๆ และกล้องถ่ายภาพ ดังภาคผนวก ง

การดำเนินการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลอย่างรอบด้านด้วยการสัมภาษณ์ พูดคุยกับกลุ่มแม่บ้านชุมชน และเดินสำรวจชุมชนร่วมพัฒนาโดยรอบ เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน โดยได้จัดกิจกรรม 2 กิจกรรม เพื่อค้นพบประเด็นที่ต้องการศึกษา ดังนี้

<u>กิจกรรมที่ 1</u> การศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้งที่ 1) วันที่ 2 พฤศจิกายน 2559 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนดำเนินการในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาที่มาของความรู้

ความสามารถหรือศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีกระบวนการนัดหมายกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนทนา สัมภาษณ์สอบถามและสังเกตการณ์การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง สนทนากับสมาชิกในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้งการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ ของคนในชุมชน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ และกล้องถ่ายภาพ

<u>กิจกรรมที่ 2</u> การศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้งที่ 2) วันที่ 15 ธันวาคม 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนดำเนินการในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาที่มาของความรู้ ความสามารถหรือศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีกระบวนการ การนัดหมายกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนทนา สัมภาษณ์สอบถามและสังเกตการณ์การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง สนทนากับสมาชิกในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันของกลุ่มแม่บ้าน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการลงพื้นที่ครั้งนี้ กลุ่มผู้วิจัย ได้จัดทำเอกสารฉบับร่างซึ่งระบุรายละเอียดเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน เพื่อให้นักวิจัยชุมชนซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านตรวจสอบประเด็นต่างๆ ว่ามีความถูกต้องหรือไม่และควรเพิ่มประเด็นใด เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ เอกสารฉบับร่างศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

โดยได้จัดกิจกรรม 2 กิจกรรม มีรายละเอียดของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังภาคผนวก จ

การดำเนินการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2

ขั้นตอนที่ 5 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

การศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนานั้น กลุ่มผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยมีการดำเนินกิจกรรม 3 กิจกรรม ดังนี้

<u>กิจกรรมที่ 1</u> การลงพื้นที่เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาด รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน

กระบวนการโดยการนัดหมายกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนทนา สัมภาษณ์ สอบถาม และสังเกตการณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ ชุมชนร่วมพัฒนา รวมทั้งสนทนากับสมาชิกในชุมชนเพื่อทราบปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่างๆ กล้องถ่ายภาพ และเอกสารเกี่ยวกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการตลาด

กิจกรรมที่ 2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา วันที่ 9 เมษายน 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหา นคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนาเพื่อสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนได้อย่างยั่งยืน กระบวนการโดยการนัดหมายกลุ่มแม่บ้านเพื่อสนทนาและสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการตลาดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 9 ประเด็น ได้แก่ Product, Price, Place Promotion, People, Process, Packaging, Physical Evidence, และ Power โดยนำแต่ละประเด็นมาวิเคราะห์เพื่อค้นหาแนวทางการแก้ปัญหาในแต่ละประเด็นของส่วนประสมการตลาด เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ และเอกสารเกี่ยวกับสาเหตุและปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กิจกรรมที่ 3 ประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้าน และชุมชนร่วมพัฒนา เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร วันเสาร์ที่ 24 พฤศจิกายน 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ประเด็นการระดมสมองในด้านต่างๆ อาทิ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีอะไรบ้าง ใครเป็นผู้ดำเนินการ ปัญหา/อุปสรรคด้านต่าง ๆ มีอะไรบ้าง แนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกันเป็นอย่างไร วิธีการแบ่งกลุ่ม แบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มผลิตอาหารคาว และกลุ่มผลิตขนมไทย กลุ่มผลิตของชำร่วย และกลุ่มผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษโปสเตอร์ กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ

โดยมีการดำเนินกิจกรรม 3 กิจกรรม มีรายละเอียดของปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนาดังภาคผนวก ฉ

ขั้นตอนที่ 6 ด้านการเรียนรู้ (การอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน)

เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้วิจัยจึงได้เดินทางไปศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชน ณ คลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล กรุงเทพมหานคร ศึกษาดูงานตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ฝึกอบรมการเก็บข้อมูลเพื่อทำให้นักวิจัยชุมชนสามารถเก็บข้อมูลประกอบการทำวิจัยได้ถูกต้อง และสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างครบถ้วน สมบูรณ์ การเชิญวิทยากรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการทำวิสาหิจชุมชน อบรมกลยุทธ์การทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จ การฝึกอาชีพ ฯลฯ ดังมีรายละเอียดการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล
- วันที่ 27 ธันวาคม 2561 การอบรมเทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน
- วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
- วันที่ 13 พฤศจิกายน 2562 การอบรม หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน”

- วันที่ 16 พฤศจิกายน 2562 การอบรมหัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน” ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

- วันที่ 24 ธันวาคม 2562 การทัศนศึกษา บริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา

- วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 อบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

- วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563 การประชุมระดมสมอง ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ และการศึกษาดูงานตลาดน้ำ ผลิตภัณฑ์ โครงการอาชีวะอาสาพัฒนาค่านิยมไทย ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนพอเพียงบ้านหนองกาชุมชน อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ ดังมีรายละเอียดการดำเนินกิจกรรม 7 กิจกรรม ดังนี้

<u>กิจกรรมที่ 1</u> การศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560 ศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม โดยศึกษารูปแบบวิธีการทำวิสาหกิจชุมชนและหารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาดูงานการทำวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านทั่วทุกภาคของประเทศ 2) เพื่อให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านด้านต่างๆ และ 3) เพื่อศึกษาการใช้เครื่องมือการตลาด (Marketing Tools) ของกลุ่มแม่บ้าน และวิสาหกิจชุมชนต่างๆ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 4 คน ดังภาคผนวก ฐ

<u>กิจกรรมที่ 2</u> การอบรม เรื่อง เทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน วันพฤหัสบดีที่ 27 ธันวาคม 2561 ณ ห้องประชุม 1208 มหาวิทยาลัยเกริก บางเขน กรุงเทพมหานคร การอบรม เรื่อง “เทคนิคการ

เก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน" วิทยากรโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปิยจันทร์ และรองศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น ตอบข้อซักถาม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน จำนวนแม่บ้าน 5 คน ที่เป็นนักวิจัยร่วมเข้าร่วมกิจกรรม ดังภาคผนวก ฑ

<u>กิจกรรมที่ 3</u> การศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 จังหวัดสุพรรณบุรีศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษารูปแบบวิธีการทำวิสาหกิจชุมชนและหารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาดูงานการทำวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน 2) เพื่อให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านด้านต่าง ๆ 3) เพื่อศึกษาการใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ของกลุ่มแม่บ้าน และวิสาหกิจชุมชน มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 12 คน ดังภาคผนวก ฒ

<u>กิจกรรมที่ 4</u> การอบรม หัวข้อ "การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน" วิทยากรโดย อาจารย์ ดร.ทรงยศ สาโรจน์ เลขาธิการสาขาวิชาพัฒนาสังคมเมือง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร วันที่ 13 พฤศจิกายน 2562 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร การอบรม หัวข้อ "การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน" มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้กลุ่มผู้วิจัยมีความรู้และเข้าใจหลักการตลาด และการบริหารการตลาด 2) เพื่อให้ชุมชนมีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน 3) เพื่อให้นักวิจัยชุมชนเข้าใจกลยุทธ์การทำการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 41 คน ดังภาคผนวก ณ

<u>กิจกรรมที่ 5</u> การทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา วันอังคารที่ 24 ธันวาคม 2562 การจัดทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านมีความรู้ ความเข้าใจการผลิตผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับโอทอป 2) เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการตลาด 3) เพื่อทราบกลยุทธ์การวางแผนการตลาดและวางแผนเพื่อการส่งออก บรรยายพิเศษโดย คุณสมคิด พวงยี่โถ กรรมการผู้จัดการบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด เยี่ยมชมกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนโอทอป ทัศนศึกษาตลาดต้องชม เอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ของชุมชน (ตลาดร้านค้าชุมชนหลวงปู่ทวด) และเยี่ยมชมที่ทำการกลุ่มอาชีพสหกรณ์คลองสอง โอทอป จ.ปทุมธานี บริษัทไนท์ แบล็ก ฮอร์ส ไวน์เนอรี่ บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ไวน์ของชุมชน มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 12 คน ดังภาคผนวก ด

<u>กิจกรรมที่ 6</u> การอบรม "การทำดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร" วันศุกร์ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดย คุณสาวิตรี ผิรังคะเปาระ วิทยากรจาก บริษัทยูนิฟลาว บริษัทส่งออกดอกไม้

ประดิษฐ์ การอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านมีความรู้ ความเข้าใจและมีทักษะการประดิษฐ์ดอกไม้ประดิษฐ์รูปแบบใหม่ 2) เพื่อให้คนในชุมชนมีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน 3) เพื่อให้นักวิจัยชุมชนทราบแนวทางการทำการตลาดไปยังต่างประเทศ การทำการตลาด มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 37 คน ดังภาคผนวก ต

<u>กิจกรรมที่ 7</u> การระดมสมองและการศึกษาดูงาน ตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว และศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563 ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปา และศูนย์การเรียนรู้ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ โดยในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 การระดมสมองเพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทราบศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน 2) เพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน 3) เพื่อทราบปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน 4) เพื่อทราบรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 20 คน และวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563 ไปศึกษาดูงานตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว และศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา วัตถุประสงค์ 1) เพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนให้กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนา 2) เพื่อก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืน 3) เพื่อทราบแนวทางการประกอบอาชีพ การบริหารจัดการ และการทำการตลาด ในลักษณะศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ ตลาดน้ำสามพันนาม /ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชน ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว/กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

ดังมีรายละเอียดการดำเนินกิจกรรม 7 กิจกรรม ดังภาคผนวก ซ

การดำเนินการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 3

ขั้นตอนที่ 7 ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ต่อจากนั้น กลุ่มผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

กลุ่มผู้วิจัยจัดกิจกรรมการระดมสมองและการศึกษาดูงานตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563 ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปา และศูนย์การเรียนรู้ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ การระดมสมองเพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในวันแรก มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทราบศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน 2) เพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน 3) เพื่อทราบปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน และ 4) เพื่อทราบรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา มีจำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษโปสเตอร์ กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ และกิจกรรมการระดมสมองในวันที่สอง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อทราบความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม 2) เพื่อทราบแนวความคิดในการนำไปปฏิบัติ กลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนาได้ระดมสมองเกี่ยวกับศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน ศักยภาพที่ต้องการพัฒนา ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจในกิจกรรมปลายเปิด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ และกล้องถ่ายภาพ ดังภาคผนวก ซ

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆ โดยการลงพื้นที่วิจัย การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสนทนา การสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชน รวมทั้งการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ นำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) เมื่อรวมรวบข้อมูลมาได้แล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ มีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ได้พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพ กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

1. ชุมชนตั้งอยู่ใกล้เขตการปกครอง 3 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตบางเขน และเขตจตุจักร ใกล้แหล่งชุมชน

2. อยู่ใกล้แหล่งชุมชน วัด ทำให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างขวาง

3. กลุ่มแม่บ้านเป็นคนสูงวัย มีต้นทุนทางปัญญาที่ดี มีฝีมือ ทักษะ และประสบการณ์การทำอาหารคาว-หวานสูตรโบราณที่อร่อย

4. กลุ่มแม่บ้านอยู่ร่วมกันมายาวนาน มีความรัก ความผูกพัน และความสามัคคีอย่างเหนียวแน่น

5. มีที่ทำการภายในชุมชนทำให้การรวมกลุ่ม การประชุม หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ สะดวกเป็นสัดส่วน

6. มีผู้นำชุมชนที่มีภาวะผู้นำ เข้มแข็ง เสียสละ อดทน

จุดอ่อน (Weakness)

1. กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่เป็นคนสูงวัย ทำให้อ่อนล้า เริ่มป่วยและต้องพักรักษาตัวหรือต้องไปโรงพยาบาลตามแพทย์นัด ทำให้ไม่สามารถรวมตัวกันเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

2. การทำอาหารบางประเภทมีความยุ่งยาก และใช้เวลามาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีจำนวนลดน้อยลง

3. เวลาว่างไม่ตรงกัน ส่งผลต่อความล่าช้าในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

4. การแบ่งผลประโยชน์ยังขาดความชัดเจน

5. ไม่มีกฎ ระเบียบเพื่อเป็นหลักในการบริหาร จัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน

6 กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลเรื่องที่อยู่อาศัย หมดกำลังใจในการรวมกลุ่ม แต่ยังคงหาเลี้ยงชีพด้วยการทำผลิตภัณฑ์แต่เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ

7. ลูกหลานซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ของกลุ่มแม่บ้าน ไม่สนใจการสืบทอดการทำผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่นิยมทำงานโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน หรือหน่วยงานราชการมากกว่า

8. กลุ่มแม่บ้านขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ ความรู้ด้านการจัดการการตลาดและกลยุทธ์การตลาด อาทิ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์ หรือจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้สนใจผลิตภัณฑ์

9. ผลิตภัณฑ์ชุมชนลดน้อยลง ขาดการพัฒนาปรับปรุง และไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน

โอกาส (Opportunity)

1. การปรับปรุงและพัฒนาคลองเปรมประชากร ทำให้มีโอกาสในการสร้างตลาดน้ำที่มีความแตกต่างจากชุมชนอื่น ชุมชนสามารถจัด One Day Trip จัดทัวร์ 9 วัด ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากขึ้น

2. หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา ให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน และงบประมาณ เพื่อก้าวสู่การเป็นของดีหลักสี่

3. ชุมชนตั้งอยู่ใกล้วัดจำนวนมาก ทำให้มีโอกาสจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด

4. เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ช่วยในการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ พัฒนาอย่างรวดเร็ว ราคาไม่สูง มีให้เลือกหลากหลาย ซึ่งจะส่งผลดีต่อการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่รวดเร็ว และประหยัด

ข้อจำกัด (Threat)

1. จากการที่รัฐบาลมีนโยบายการจัดระเบียบชุมชนริมคลองโดยการรื้อย้ายบ้านเรือนที่กีดขวางทางระบายน้ำและจะทำการก่อสร้างบ้านมั่นคง ทำให้ชาวบ้านมีความวิตกกังวล ส่งผลต่อการรวมตัวกันเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. ปัญหาน้ำท่วมและน้ำเน่าของคลองเปรมประชากร

3. ลักษณะทางกายภาพ อาทิ ที่จอดรถน้อย ทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่สะดวกในการจอดรถเพื่อซื้อสินค้า

4. ชุมชนตั้งอยู่ริมถนน Local Road ไม่มีรถประจำทางผ่านทำให้กลุ่มเป้าหมายเดินทางไม่สะดวก

5. ปัญหาเศรษฐกิจที่ซบเซา ส่งผลต่อกำลังซื้อที่ลดน้อยลง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายประหยัดและระมัดระวังการใช้จ่าย

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ประสมการตลาด 9 P's การวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นปัญหาตามส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ซึ่งจากการลงพื้นที่ในครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

- **Product** มีแนวคิดการทำผลิตภัณฑ์ หมูอบโอ่ง ไส้กรอกพร่องมัน การทำสบู่ขนาดเล็กโดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามแปลกตา การทำพิมเสนน้ำที่ขวดมีลักษณะสวยงาม ทันสมัย พกพาสะดวก

- **Price** กำหนดราคาปานกลาง เพื่อจำหน่ายได้ง่าย และสามารถแข่งขันได้

- **Place** จำหน่ายที่ตลาดเช้าภายในชุมชน จำหน่ายภายในศูนย์ ร้านสหกรณ์ ร้านค้าโดยทั่วไป ลักษณะการฝากขาย รวมทั้งการจำหน่ายทางเว็บไซต์

- **Promotion** การให้ลูกค้าชิมหรือทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อ การลดราคาหากซื้อในปริมาณมาก

- **People** ให้บริการด้วยความมิตรภาพ อัธยาศัยไมตรีดี มีมรรยาท

- **Process** เน้นการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก คล่องตัว

- **Packaging** ปรับบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย สวยงาม แปลกตา

- **Physical Evidence** ลักษณะทางกายภาพต้องสะอาด สวยงาม จัดตกแต่งร้านค้าหรือเคาน์เตอร์ให้น่าซื้อ

- Power สร้างพันธมิตรเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการจัดจำหน่ายหรือการประสานงานที่สะดวกและรวดเร็ว

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเปรียบเทียบหลังผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพ โดยมีรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบไปด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ 1) องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ 2) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน 3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ ซึ่งเมื่อกลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนา ผ่านกระบวนการการพัฒนา การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงานแล้ว จึงเกิดการพัฒนาศักยภาพเพิ่มขึ้น

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย กลุ่มผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามประเด็นการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ปัญหาในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน ปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้าน แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้าน และรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยศึกษาจากการสนทนา การสัมภาษณ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชน การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม นอกจากนั้น ได้ศึกษาจากเอกสาร ข้อมูลทางเว็บไซต์ ผลจากการดำเนินการวิจัยสามารถตอบคำถามการวิจัยได้ ผลการวิจัยได้นำเสนอเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

4.2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

4.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

จากการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และสภาพความเป็นอยู่ของชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นชุมชนประเภทแออัด สภาพเศรษฐกิจของชุมชนส่วนใหญ่มีความฝืดเคือง ส่งผลให้ชุมชนต้องดิ้นรนหาเลี้ยงชีพเพื่อความอยู่รอด ชุมชนจึงได้รวมกลุ่มกันเป็น "**กลุ่มแม่บ้าน**" โดยมีประธานชุมชน คือนางพันพร วรรณากุล หรือป้าเมียดเป็นแกนนำ และเป็นผู้ริเริ่มการก่อตั้ง โดยป้าเมียด ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

"...ตอนแรกของการก่อตั้งกลุ่มแม่บ้านนั้น ป้าก็เชิญชวนคนในชุมชนให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มก่อน ซึ่งป้าเห็นว่ามันจะช่วยสร้างรายได้ให้แต่ละครอบครัว ซึ่งพวกเราก็ไม่ค่อยมีเงินกันเท่าไหร่ มันก็ช่วยสร้างเงินโดยที่ไม่ต้องไปไหนไกล ทำกันในชุมชนนี่แหละ ป้าก็เปิดโอกาสให้สมาชิกทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามความเค้าถนัดและสนใจ โดยเฉพาะด้านอาหาร คนที่นี่เป็นคนสูงวัย เขามีประสบการณ์เยอะ ทำอะไรก็อร่อยพวก ข้าวต้มมัด ขนมดอกจอก แคบหมู น้ำพริกเผา ขนมจีนน้ำยา น้ำเต้าหู้ หรือสิ่งประดิษฐ์งานฝีมือ พวกดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้จันทน์ โดยในตอนนั้น เราก็ได้ตั้งกลุ่มแม่บ้านขึ้นมาเพื่อทำผลิตภัณฑ์ตามที่พวกเราถนัด ตอนนั้นแบ่งได้ 5 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มอาหารคาว 2. กลุ่มขนมไทย 3. กลุ่มสมุนไพร 4. กลุ่มของชำร่วย และ 5. กลุ่มดอกไม้จันทน์ เมื่อทำเสร็จเราก็ขายในชุมชนนั่นเลย เพราะเรามีตลาดเช้านี่คนก็มาขายของกันแถว ๆ ริมคลองเป็นตลาดยาวเลย มีของกิน ของใช้เยอะแยะ ส่วนพวกสมุนไพรพวกยาหม่องสมุนไพร พิมเสน การบูรอะไรพวกนี้เราไม่ได้ขายที่ตลาดเช้า แต่ใช้วิธีการขายโดยเราประสานกับเจ้าหน้าที่ของวัดที่อยู่แถว ๆ ชุมชนเรา ซึ่งมีอยู่หลายวัดเลย เช่น วัดหลักสี่ วัดดอนเมือง วัดคลองบ้านใหม่ วัดสีกัน วัดพรหมรังสี วัดเทพนิมิตต์ วัดเวฬุวนาราม วัดเทวสุนทร วัดเราเยอะ โดยผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่พวกป้า ๆ ช่วยกันทำและที่ขาย เพราะคนเค้าเอาไปแจกเป็นของชำร่วยในงานพิธีต่าง ๆ ของป้า ๆ ทำจะไม่เหมือนคนอื่น คือเราจะเน้นความเข้มข้นเอาส่วนผสมมารผสมแต่พอดี ถ้าเจือจางมันหอมไม่นาน คนก็จะไม่ติดใจ..."

นอกจากนั้น ป้าต๋อย ซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการสนับสนุนของภาครัฐและอาชีพเสริมต่าง ๆ ที่กลุ่มแม่บ้านทำเพื่อก่อให้เกิดรายได้ว่า

"...นอกจากผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากที่พวกเราคิดและพ่อแม่ปู่ย่าตายายสอนมา พวกเราก็ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการพัฒนาความรู้และทักษะการประกอบอาชีพให้กับพวกเรา มีการอบรมและให้ฝึกปฏิบัติด้วย ตอนนั้นเราก็ทำหลายอย่าง เช่น เพาะเห็ด สอนปลูกยอดทานตะวันหลายอย่าง แต่

พอมาแล้ว เค้าไม่ได้มาแบบต่อเนื่อง บางทีมันมีปัญหาเราก็ไม่รู้จะแก้ไขยังไง มันต้องใช้ทุน และบางอย่างเราก็ไม่ถนัด แต่ทำเพราะเค้ามาอบรมให้ มีอุปกรณ์มาให้ เราก็ทำก็ดีเหมือนกัน สร้างอาชีพได้กินได้ด้วย แต่มันทำได้ไม่นานเพราะอย่างที่บอกงบประมาณมันไม่ถึง มันไม่เยอะเพราะเค้าก็ต้องใช้หลายอย่าง พวกป้าก็เข้าใจ แต่ที่พวกป้าถนัดก็พวกอาหาร งานฝีมือ สมุนไพร อะไรพวกนี้แหละ และที่พวกเราทำกันด้วยในตอนนี้คือการนวดแผนโบราณ มันเป็นอาชีพติดตัวได้บางคนก็ไปเรียนมาที่วัดโพธิ์เลย เค้าคิดค่านวดไม่แพงนะชั่วโมงละ 100 เอง..."

จากข้อมูลเบื้องต้น กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลอย่างรอบด้านด้วยการสัมภาษณ์ พูดคุยกับกลุ่มแม่บ้าน ชุมชน และเดินสำรวจชุมชนร่วมพัฒนาโดยรอบ เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน โดยได้จัดกิจกรรม 2 กิจกรรม เพื่อค้นพบประเด็นที่ต้องการศึกษา ดังนี้

<u>กิจกรรมที่ 1</u> การศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้งที่ 1) วันที่ 2 พฤศจิกายน 2559 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า เดิมกลุ่มแม่บ้านแบ่งเป็นหลายกลุ่ม เช่น แคบหมู น้ำเต้าหู้ ทอดมัน ขนมดอกจอก ขนมโบราณต่าง ๆ น้ำเต้าหู้ ซึ่งมีสูตรลับเฉพาะ กลุ่มอาหารคาวมีหลายอย่างแบ่งเป็น กลุ่มอาหารหวาน กลุ่มสมุนไพร กลุ่มของชำร่วย กลุ่มดอกไม้จันทน์ ปัจจุบันเหลือเพียง 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มอาหารคาวและกลุ่มขนมไทย 2) กลุ่มสมุนไพร 3) กลุ่มของชำร่วย และ 4) กลุ่มดอกไม้จันทน์ โดยกลุ่มสมุนไพร จำพวกพิมเสนน้ำ ชุมชนมีสูตรการผสมสูตรลับเฉพาะทำให้กลิ่นหอมชื่นใจ ติดทนนาน และราคาไม่แพง นอกจากนั้นยังมีสินค้าบางประเภทมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยากใช้เวลามาก เช่น แคบหมูซึ่งต้องทำความสะอาดหนังหมู ต้องใช้แรงงานคนในการทำ และใช้เวลานาน ซึ่งปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัยทำให้เกิดความเหนื่อยล้า หมดแรง และบางคนไม่มีเวลา ทำให้ยกเลิกการทำในที่สุด

สำหรับประเด็นด้านศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน จากการสัมภาษณ์ป้าเล็กซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านผลจากการสัมภาษณ์พบว่า

"...พวกเราทำอาหารและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ กันเก่งก็เพราะพวกเรามีประสบการณ์เยอะ และผู้หญิงสมัยก่อนก็ไม่ได้เรียนหนังสือกัน พ่อแม่ก็สอนให้ทำอาหาร ทำขนม ทำงานฝีมือ ตอนแรก ๆ พวกเราก็เป็นลูกมือก่อน ต่อจากนั้นก็ค่อย ๆ ทำ มันก็เก่งเองแหละ พวกรสชาติต่าง ๆ เราก็ลองกะดู ดูน้ำหนักมือ ว่ามันมากไปน้อยไป มันไม่ต้องจดนะ จำได้เอง ทำบ่อย ๆ ไม่ต้องไปเรียนที่ไหนเหมือนคนตอนนี้ไปเรียนตามโรงเรียนแพงไม่ไหว พวกป้า ๆ ก็อาศัยครูพักลักจำ ทำแบบนี้มันประหยัดไม่ต้องไปซื้อที่ไหน ทำกินเอง มันก็สะสมประสบการณ์มาเรื่อย ๆ กลายเป็นอาชีพมีเงินเลี้ยงลูกเลี้ยงหลานได้ ตอนนี้

จะเห็นได้ว่าคนนิยมคำว่าโบราณ อะไร ๆ ที่โบราณมันอร่อยหมด ดีหมด คนตอนนี้ก็เลยชอบ เพราะมันดีจริง ๆ ส่วนใหญ่ใช้ของธรรมชาติ มีการประดิดประดอย ใช้ใบตอง ไม่ใช้พวกพลาสติก ซึ่งเราก็รู้ ๆ กันอยู่ว่าไม่ดี ขยะมันล้น พวกป้าก็ทำกันมาเรื่อย ๆ ลองผิดลองถูก พอนาน ๆ เข้ามันก็เข้าที่เข้าทาง อร่อย และดี...”

ส่วนประเด็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน จากการสอบถาม และการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้าน พบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มีหลายประการ เริ่มตั้งแต่ การทำผลิตภัณฑ์บางประเภทมีความยุ่งยากในการทำและการมีขั้นตอนมาก ใช้เวลานาน ต้องอาศัยฤดูกาล โดยป้าแป๋ ซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“...ตอนแรก ๆ พวกเราก็แข็งขันทำงานกันดี เพราะแรก ๆ พวกลูก ๆ หลาน ๆ ก็มาช่วยทำด้วย แต่ตอนหลังพวกเด็ก ๆ ชอบทำงานโรงงานกันมากกว่า เค้าได้ออกจากบ้าน เจอคนเยอะแยะ ได้เงินประจำแน่นอน เขาก็ซื้อมอเตอร์ไซค์ขี่ไปทำงานกัน ก็เหลือพวกป้า ๆ ที่ทำกัน ซึ่งพวกเราก็อายุเยอะขึ้นทุกวัน บางคนก็ 70-80 ปี พออายุเยอะโรคภัยก็มาเยือน ต้องหาหมอกันประจำ ไปหาหมอทีก็นานกว่าจะกลับมาบางมีก็เหนื่อย หมดแรง และพวกเราอยู่กันแบบพี่ ๆ น้อง ๆ เวลามีใครเจ็บ ใครตาย เราก็ไปเยี่ยม ไปงานศพ งานบวช งานแต่งอะไรพวกนี้ เราก็ช่วยกันหมด เราช่วยเค้า เค้าช่วยเรา พวกป้าก็ไปช่วยกันหมด ทีนี้เวลามันก็ไม่ได้ไง เพราะงานมันเยอะอย่างที่บอก แต่หากมีเวลาพวกเราก็ทำกันนะ เพราะมันก็ทำให้เรามีเงิน แต่พองานต่าง ๆ เข้ามาเยอะ เราก็เลยหาเวลาทำของและรวมตัวกันยาก ต่างคนต่างยุ่ง การทำสินค้าต่าง ๆ ของเราก็เลยลดลง และก็ทำไม่ต่อเนื่องด้วย ไอ้ที่ว่ารวมกลุ่มกันน่ะก็น้อยลง ทำให้การทำของขายไม่ค่อยได้ผลเท่าไหร่เพราะเราไม่ต่อเนื่อง...”

นอกจากนั้น ป้าเล็กยังให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับสินค้าต่าง ๆ ที่มีวางจำหน่ายและวิธีการทำการส่งเสริมการตลาดว่า

“...ป้ามองว่าตอนนี้ของมีขายเยอะ บางทีขนมไทยที่เรารู้จักกัน พวกขนมชั้น ข้าวต้มมัด วุ้นกะทิ ห่อเค้าสวย ๆ กัน คือเค้ามีเวลา และมีความคิดที่ประดิษฐ์ห่อสวย ๆ มันน่ากิน น่าซื้อ ราคาเค้าก็ไม่แพงนะ บางทีซื้อเยอะ ๆ เค้าก็มีของแถม มีลดราคา แหมหากย้อนเวลาได้พวกป้ามีแรงนะไม่แพ้ใครจริง ๆ...”

อีกทั้งป้าช่วยได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นการทำกิจการของชุมชนในลักษณะวิสาหกิจชุมชนที่ว่า

“...ป้าว่าบางทีการทำกลุ่มแม่บ้านของบางที่เขาเป็นวิสาหกิจชุมชนป้าก็ว่าดี มันชัดเจน กฎระเบียบ ความมีมาตรฐานมันก็ดี เพราะมันต้องทำตามกฎ ระเบียบ ถึงเป็นวิสาหกิจชุมชนได้ เรื่องนี้ ป้า

ว่าถ้าพวกเราเกาะกลุ่มกันดี ๆ มีคนรุ่นใหม่มาช่วย และพวกหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาลมาช่วยด้วยก็จะมีเพราะพวกป้า เริ่มหมดแรง แต่ป้าว่ามันไปได้นะ เพราะพวกเราเก่ง ๆ กันหลายคน มันเป็นอาชีพของชุมชนของพวกเรา และของลูกหลานพวกเราด้วย..."

<u>กิจกรรมที่ 2</u> การศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้งที่ 2) วันที่ 15 ธันวาคม 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ด้านศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเกิดจากการได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการทำอาหารและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากบรรพบุรุษ การฝึกปฏิบัติจนเกิดความชำนาญ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มแม่บ้านภายในชุมชน ส่วนปัจจัยส่งที่ผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ อายุของสมาชิก ขาดหลักเกณฑ์การบริหารจัดการภายในกลุ่มแม่บ้าน งบประมาณน้อย การสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดการช่วยเหลือกันยังไม่เป็นรูปธรรม ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อการประชุม อบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน ขาดคนรุ่นใหม่เข้ามาร่วมทำผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ รวมทั้ง เกิดพลังในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแม่บ้าน

วัตถุประสงค์ที่ 1

สำหรับการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยการลงพื้นที่วิจัย การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสนทนา การสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชน การรวบรวมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด (SWOT Analysis) และทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่ามี 7 ด้าน มีรายละเอียด ดังนี้

1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ)

. กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก โดยมีอายุระหว่าง 60-75 ปี มีความอ่อนล้าหมดเรี่ยวแรงและมีปัญหาสุขภาพจำเป็นต้องพบแพทย์บ่อยครั้ง อีกทั้ง ต้องดูแลลูกหลาน การทำงานบ้าน ทำภารกิจส่วนตัว การเข้างานสังคม ช่วยงานบุญ งานกุศล ทำให้ไม่มีเวลาที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน จึงส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) **ด้านขั้นตอนการผลิต**

การทำอาหารหรือผลิตภัณฑ์บางประเภทมีความยุ่งยาก ซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยฤดูกาล และใช้เวลามาก เช่น การทำแคบหมู ซึ่งมีขั้นตอนมาก ได้แก่ การทำความสะอาดหนังหมูให้สะอาด การถอนขนให้เรียบ การนำไปผึ่งแดด และสูตรการทำอาจใช้วิธีการตากแดดและนำไปทอด ซึ่งต้องอาศัยแดดจัด หากแดดไม่จัดจะทำให้แคบหมูไม่ฟู ไม่กรอบ และมีกลิ่นหืน หรืออาจใช้วิธีการทอดซึ่งจะต้องเลือกมันหมูที่ไม่หนามากนำมาหั่นให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ แล้วนำไปเคี่ยวจนกว่าหนังหมูจะแห้ง ประมาณชั่วโมงกว่า ขึ้นอยู่กับความหนาของมัน และความสม่ำเสมอของการหั่น จากนั้นก็ทิ้งไว้แช่ในน้ำมันจนเย็นหรือแช่ค้างคืน ถ้าต้องการทอดก็ตักจากภาชนะใส่กระทะพร้อมน้ำมันที่ได้จากการเคี่ยว ให้ท่วมตัวมันหมู ตั้งกระทะจนน้ำมันเริ่มร้อน จากนั้นตักมันหมูออกจากน้ำมัน ตั้งน้ำมันทิ้งไว้จนร้อนจัดค่อยนำมันหมูลงทอด จะฟูเต็มกระทะแต่อย่าให้เหลืองมากเพราะแคบหมูอาจจะขม และการทำให้อร่อยต้องใส่เครื่องปรุงที่พอดี โดยการทำผลิตภัณฑ์ที่มีขั้นตอนที่ยุ่งยากทำให้กลุ่มแม่บ้านค่อย ๆ ลดจำนวนการทำลง

3) **ด้านการบริหารจัดการ**

- ชุมชนขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ จึงส่งผลต่อความรวดเร็วในการผลิตและความประหยัด
- เวลาว่างไม่ตรงกัน ส่งผลต่อความล่าช้าในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ
- ไม่มีกฎ ระเบียบเพื่อเป็นหลักยึดในการบริหาร จัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน

4) **ด้านผลตอบแทน**

เนื่องจากไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์การแบ่งผลตอบแทน ทำให้การแบ่งผลตอบแทนต่าง ๆ ไม่ชัดเจน และไม่สามารถประมาณการรายได้ เพื่อนำมาเลี้ยงดูครอบครัวได้อย่างชัดเจน

5) **ด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ**

กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเรื่องที่อยู่อาศัย จากการขอคืนพื้นที่บ้านที่รุกล้ำแนวริมคลองเปรมประชากรกว่า 4,777 หลังคาเรือน แยกเป็น เขตดอนเมือง 14 ชุมชน และหลักสี่ 13 ชุมชน โดยชุมชนต้องย้ายบ้านที่เคยอยู่อาศัยมาหลายสิบปี ไปอยู่บ้านมั่นคง โดยในระหว่างที่จะมีการขอคืนพื้นที่และมีการประชุมเพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดให้กับชุมชน ชุมชนจึงได้มีการจัดประชุมทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่บ่อยครั้งเพื่อทราบแนวทางการแก้ปัญหาของภาครัฐทั้งด้านเงื่อนไขการย้าย ประเภทของที่อยู่อาศัยใหม่ ราคาขาย แหล่งเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาการให้กู้ ซึ่งชุมชนมีความกังวลใจว่าจะหาเงินมาส่งค่าบ้านได้หรือไม่ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้กลุ่มแม่บ้านกังวลใจ ขาดขวัญกำลังใจในการทำมาหากินหรือการรวมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

6) **ด้านการตลาด**

กลุ่มแม่บ้านขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาด อาทิ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย แตกต่างจากคู่แข่งขัน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบัน วิธีการยืดอายุผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย การสร้างเครือข่ายเพื่อการจำหน่ายในหลายพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดที่สามารถจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7) **ด้านค่านิยม**

สมาชิกของกลุ่มที่อายุน้อย ไม่สนใจทำผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่นิยมทำงานโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน หรือหน่วยงานราชการมากกว่า

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลอย่างรอบด้านด้วยการสัมภาษณ์ พูดคุยกับกลุ่มแม่บ้านชุมชน และเดินสำรวจชุมชนร่วมพัฒนาโดยรอบ เพื่อปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยได้จัดกิจกรรม 3 กิจกรรม เพื่อค้นพบประเด็นที่ต้องการศึกษา ดังนี้

<u>กิจกรรมที่</u> 1 การลงพื้นที่เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา ณ ชุมชนร่วมพัฒนา บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม นักวิจัยกลุ่มอาจารย์ได้อธิบายและอบรมเพื่อสร้างความรู้พื้นฐานด้านการการตลาดและการบริหารจัดการการตลาดให้กับนักวิจัยชุมชนเข้าใจเป็นการเบื้องต้น เนื่องจากประเด็นด้านความรู้พื้นฐานด้านการตลาด และการบริหารจัดการการตลาดมีความสำคัญสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษาในครั้งนี้ นักวิจัยชุมชนบางคนยังไม่เข้าใจหัวข้อด้านการตลาดและการบริหารจัดการการตลาด การสนทนา การสอบถาม หรือการสัมภาษณ์ใด ๆ ส่งผลให้ไม่เกิดความคล่องตัวและต้องใช้เวลาในการอธิบายแต่ละส่วนประสมการตลาด จึงทำให้เวลาในการสนทนาและการสัมภาษณ์ใช้เวลาค่อนข้างนาน

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

1. ได้ทราบถึงสภาพการณ์การทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. ได้ทราบส่วนประสมการตลาด ทั้ง 9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการจัดกิจกรรมทำให้ค้นพบประเด็นปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence Packaging และ Power ซึ่งพบว่าการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ มีดังนี้

- Product หรือผลิตภัณฑ์ มีปัญหาด้านรูปลักษณ์ และไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน
- Price หรือราคาผลิตภัณฑ์ ไม่มีการคำนวณหาจุดคุ้มทุน จึงไม่มีมาตรฐานในการกำหนดราคา
- Place หรือช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านยังขาดการติดต่อประสานงานเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น
- Promotion หรือการส่งเสริมการตลาด ขาดการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ทันสมัย
- People หรือบุคลากร กลุ่มพนักงานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ
- Process หรือกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์บางประเภทมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก จึงไม่จูงใจให้ทำอย่างต่อเนื่อง
- Physical Evidence หรือสภาพแวดล้อมแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปภายในชุมชนยังไม่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ
- Packaging หรือการทำบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย
- Power หรือศักยภาพของผู้บริหารผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านมีเครือข่ายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านยังไม่กว้างมากนัก ทำให้การประสานงาน การขอความร่วมมือหรือการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ยังขาดประสิทธิภาพ

<u>กิจกรรมที่</u> 2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา วันที่ 9 เมษายน 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม จากการลงพื้นที่เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า แนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านนั้น ต้องวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นปัญหาตามส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ซึ่ง สามารถหาข้อสรุปได้ ดังนี้

- Product มีแนวคิดการทำผลิตภัณฑ์ หมูอบโอ่ง ไส้กรอกพร่องมัน การทำสบู่ขนาดเล็กโดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามแปลกตา การทำพิมเสนน้ำที่ขวดสวยงาม ทันสมัย พกพาสะดวก
- Price กำหนดราคาปานกลาง เพื่อจำหน่ายได้ง่าย และสามารถแข่งขันได้
- Place จำหน่ายที่ตลาดเช้าภายในชุมชน จำหน่ายภายในศูนย์ ร้านสหกรณ์ ร้านค้าโดยทั่วไป ลักษณะการฝากขาย รวมทั้งการจำหน่ายทางเว็บไซต์
- Promotion การให้ลูกค้าชิมหรือทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อ การลดราคาหากซื้อในปริมาณมาก

- People ให้บริการด้วยความมิตรภาพ อัธยาศัยไมตรีดี มีมรรยาท

- Process เน้นการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก คล่องตัว

- Packaging ปรับบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย สวยงาม แปลกตา

- Procedure Evidence ลักษณะทางภาพต้องสะอาด สวยงาม จัดตกแต่งร้านค้าหรือเคาน์เตอร์ให้น่าซื้อ

- Power สร้างพันธมิตรเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการจัดจำหน่ายหรือการประสานงานที่สะดวกและรวดเร็ว

<u>กิจกรรมที่</u> 3 ประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้าน และชุมชนร่วมพัฒนา เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร วันเสาร์ที่ 24 พฤศจิกายน 2561 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ผลการดำเนินงาน

การประชุมชี้แจงโครงการและการระดมสมองของชุมชนเป็นการสร้างความเข้าใจโครงการกับชุมชน ผู้นำ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่ศึกษาวิจัยรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหาแนวร่วมในการทำงาน และช่องทางสนับสนุนการทำงานของทีมวิจัย โดยมีประชาชนและทีมวิจัยในชุมชนร่วมพัฒนารวมเข้าร่วมงานจำนวน 54 คน ณ ชุมชนร่วมพัฒนา โดยมีขั้นตอนวิธีการในการจัดเวทีชี้แจงโครงการแก่ชุมชน ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมเวที โดยแบ่งชาวบ้านเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาหารหวาน กลุ่มอาหารคาว และกลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ ซึ่งชุมชน ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจโครงการและให้ความร่วมมือ ทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อการกำหนดผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกัน ได้รับความร่วมมือ และเกิดแนวร่วมในการดำเนินงาน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หรือ 9 P's ร่วมกันระหว่างนักวิจัยกลุ่มอาจารย์และนักวิจัยกลุ่มชุมชน พบว่า กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีความพร้อมในการทำผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ซึ่งมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก ผลิตภัณฑ์มีอายุสั้น หากจำหน่ายไม่หมด มีโอกาสขาดทุนสูง ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านจึงชะลอการทำผลิตภัณฑ์ที่วางแผนจะดำเนินการ คือหมูโอ่ง และไส้กรอก เนื่องจาก กลุ่มแม่บ้านไม่มีเวลาในการเตรียมวัตถุดิบ การปรุงรสชาติ การจัดหาโอ่งบรรจุหมูหมักที่มีคุณภาพ และยังไม่มั่นใจฝาปิดโอ่งหมูหมักว่าจะช่วยเสริมให้น่าซื้อได้หรือไม่และยังไม่มั่นใจด้านการดูแลคุณภาพของหมูโอ่ง อีกทั้ง จากประเด็นเรื่องบ้านมั่นคง ซึ่งกลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจที่จะถูกเวนคืนที่ดิน โดยเฉพาะบ้านที่รุกล้ำคลองเปรมประชากร ทำให้ต้องมีการปรับผังชุมชนใหม่ เพื่อสามารถจัดสรรที่ดินได้เพียงพอและเหมาะสมกับชุมชน โดยชุมชนหลายหลังจะต้องย้ายบ้านจากที่เดิมไปอยู่บ้านมั่นคง ซึ่งต้องเตรียมการ

ด้านการย้ายบ้าน การเตรียมเงินเพื่อการผ่อนบ้านมั่นคง ทำให้กลุ่มแม่บ้านไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารคาว หรือของหวาน เนื่องจากต้องใช้เวลาและต้องพิถีพิถันในการทำ อีกทั้ง อาหารบางประเภทเน่าเสียง่าย กลุ่มแม่บ้านจึงเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาวัตถุดิบการทำที่ง่าย และสะดวก

ทั้งนี้ จากการลงพื้นที่เพื่อพบปะกลุ่มแม่บ้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเลือกทำ คือ 1) กลุ่มผลิตของชำร่วย ได้แก่ การบูร พิมเสนน้ำ และ 2) กลุ่มผลิตดอกไม้จันทน์ เนื่องจากหาวัตถุดิบง่าย ขั้น ตอนการทำไม่ยุ่งยาก และหาตลาดในการจำหน่ายง่าย ซึ่งกลุ่มแม่บ้านวางแผนจะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและสามารถแข่งขันในท้องตลาด ซึ่งจากการศึกษาดูงาน การอบรม ทำให้กลุ่มแม่บ้านมีแนวคิดในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และมีโอกาสในการจำหน่ายได้มากขึ้น

ป้าเมียดและกลุ่มแม่บ้าน ให้ความเห็นว่า การที่กลุ่มแม่บ้านทำสินค้าที่หลากหลายแต่ไม่มีจุดเด่น จะทำให้สิ้นเปลืองต้นทุน และอาจมีปัญหาด้านการหาตลาด ซึ่งกลุ่มแม่บ้าน มีผลิตภัณฑ์ที่ทำแล้วในปัจจุบัน คือ การบูร ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ดอกไม้จันทน์ พวงหรีด และผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดที่จะทำตลาดในอนาคต เช่น หมูหมักโอ่ง ซึ่งเป็นสินค้าที่แปลกใหม่และน่าสนใจที่จะทำตลาด แต่การดูแลรักษาคุณภาพของหมูไม่ให้บูดเน่า จำเป็นต้องอาศัยขั้นตอนการทำที่สะอาด พิถีพิถันและมีมาตรฐานสูง กลุ่มแม่บ้านจึงยังไม่มีความพร้อมในการทำ อีกทั้งเป็นอาหารที่มีอายุสั้น หากจำหน่ายไม่หมดย่อมมีโอกาสขาดทุนสูง ดังนั้นกลุ่มแม่บ้านจึงชะลอการทำผลิตภัณฑ์ คือหมูโอ่ง และไส้กรอก เนื่องจาก กลุ่มแม่บ้านเห็นว่าต้องใช้เวลาในการเตรียมวัตถุดิบ การปรุงรสชาติ การจัดหาโอ่งบรรจุหมูหมักที่มีคุณภาพ สวยงาม เหมาะสมต่อการบรรจุหมูหมัก ต้องหาแหล่งผลิตโอ่งที่มีคุณภาพและมาตรฐาน อีกทั้งต้องหาฝาโอ่งที่สามารถรักษาคุณภาพของหมูมิให้เน่าเสียง่าย และควรมีความสวยงามด้วย สำหรับแนวคิดการทำไส้กรอกกำหนดให้พร่องมัน ซึ่งเป็นอาหารที่ต้องใช้วัตถุดิบที่สะอาด ขั้นตอนการทำค่อนข้างยุ่งยาก และกลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐานในการทำไส้กรอกให้สะอาด และปลอดภัยต่อการบริโภค

นอกจากนั้น ยังสนใจทำสบู่ขนาดเล็กที่เหมาะต่อการมอบเป็นของที่ระลึก ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านมีแนวคิดในการทำมีความหลากหลาย ต้องมีวัตถุดิบจำนวนมาก ขั้นตอนการทำยุ่งยาก ใช้เงินลงทุนมาก และขาดกำลังคน ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเห็นว่าจะน่าทำตลาดได้ดี ขั้นตอนการทำไม่ยุ่งยาก ต้นทุนไม่สูง ไม่เน่าเสีย คือ พิมเสนน้ำ ซึ่งทำเป็นของชำร่วย แต่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับเพื่อให้สามารถขายได้ เพราะปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านทำพิมเสนลักษณะผงใส่ถุงผ้าทรงแหลม ซึ่งมีรูปแบบที่ไม่สวยงาม ไม่มีจุดเด่น และขายยาก เนื่องจากไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน เก็บกลิ่นได้ไม่นาน โดยมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) กลุ่มของชำร่วย ที่เป็นการบูร/ พิมเสนน้ำ ซึ่งรูปแบบเดิมของการบูร ตามที่กลุ่มแม่บ้านจัดทำเพื่อวางจำหน่ายในอดีตก่อนการทำวิจัยนั้น เป็นการบูรชนิดผง มีรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงาม ไม่แตกต่างจากการบูรของผู้ค้ารายอื่น ไม่สามารถเก็บกลิ่นหอมของการบูรได้นาน และไม่สามารถกำหนดราคาให้สูงขึ้นได้ผลกำไรจึงไม่เป็นที่จูงใจ

กลุ่มแม่บ้านได้ร่วมกันพัฒนาและปรับปรุงการทำการบูรผงเป็น พิมเสนน้ำ โดยกลุ่มแม่บ้านเล็งเห็นว่าพิมเสนน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากประชาชนโดยทั่วไป และกลุ่มแม่บ้านมีภูมิปัญญาการทำพิมเสนน้ำที่มีสูตรลับเฉพาะ เป็นสูตรลับของป้าเมียด ซึ่งเป็นพิมเสนน้ำที่มีความหอม สดชื่น มีกลิ่นหอมคงทน สีขาวบริสุทธิ์ มีสรรพคุณหลากหลายช่วยบำรุงหัวใจ ช่วยดับพิษร้อนในร่างกาย กระตุ้นการหายใจ แก้ลมวิงเวียนหน้ามืด ทำให้ชุ่มชื่น ใช้เป็นยาระงับความกระวนกระวาย พิมเสนสามารถทำเป็นยาแก้ไอ แก้หลอดลมอักเสบ นำมาทำเป็นยาหม่อง ช่วยบรรเทาอาการไอ ช่วยแก้ปากเปื่อย ใช้เป็นยาขับเหงื่อ ขับเสมหะ แก้อาการจุกเสียดแน่นท้อง แก้ปวดท้อง จากสรรพคุณที่หลากหลายทำให้พิมเสนน้ำเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องจากประชาชนโดยทั่วไป และกลุ่มแม่บ้านเล็งเห็นว่าการทำพิมเสนน้ำบรรจุขวดแก้ว ใส ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ติดป้ายฉลากที่ได้รับการออกแบบให้สวยงาม สีสันสดสวย ทันสมัย มีการบรรยายสรรพคุณ พร้อมทั้งตั้งชื่อตราสินค้าพิมเสนน้ำว่า “**สดชื่น**” การใช้ชื่อตราสินค้า “**สดชื่น**” เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเห็นว่าเป็นชื่อที่ออกเสียงง่าย สั้น กระชับ ความหมายดี สามารถเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ชื่อไม่ซ้ำกับสินค้ารายอื่น ซึ่งชุมชนเชื่อมั่นว่าจะได้รับความนิยมและสามารถสร้างรายได้ได้ดีกว่าการบูรผง ซึ่งเคยจำหน่ายในอดีต แต่ยอดขายไม่ดี ทั้งนี้ ระหว่างขั้นตอนการออกแบบป้ายฉลากเดิมซึ่งไม่มีเอกลักษณ์ ไม่ชัดเจน สีสันไม่โดดเด่น ซึ่งประเด็นดังกล่าวชุมชนได้เสนอความคิดเห็นว่า เนื่องจากชุมชนร่วมพัฒนามีดอกลีลาวดีเป็นสัญลักษณ์ประจำชุมชน ดังนั้น จึงควรนำดอกลีลาวดีมาใส่ไว้ในป้ายฉลากจะช่วยสร้างความเป็นเอกลักษณ์และสร้างการจดจำได้เป็นอย่างดี ดังนั้น นักวิจัยกลุ่มชุมชน นักวิจัยกลุ่มอาจารย์ กลุ่มแม่บ้าน และสมาชิกในชุมชนจึงได้ร่วมกันออกแบบป้ายฉลากใหม่ โดยมีดอกลีลาวดีมาประกอบกับชื่อสินค้า

ทั้งนี้ กลุ่มแม่บ้านมีโครงการจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและมีความหลากหลายเพื่อสามารถจำหน่ายได้ในหลายโอกาส มีหลายราคาให้เลือกซื้อและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย นอกจากนั้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างไม่เหมือนคู่แข่งขัน กลุ่มแม่บ้านได้ทดลองทำพิมเสนน้ำกลิ่นต่าง ๆ โดยในระยะแรกได้ทดลองทำ พิมเสนน้ำกลิ่นส้ม ซึ่งดมแล้วมีความหอมสดชื่นไม่เหมือนคู่แข่งขัน แต่เมื่อใส่กลิ่นส้มซึ่งมีลักษณะเป็นของเหลวสีส้มลงในภาชนะแล้ว ผลปรากฏว่าสีของพิมเสนน้ำได้เปลี่ยนจากสีขาวเป็นสีเหลืองอ่อนมิใช่สีส้ม ซึ่งสีเหลืองอ่อนมิได้บ่งบอกการเป็นกลิ่นส้ม อาจสร้างความสับสนและความเข้าใจผิดให้กับผู้ซื้อ อีกทั้งขณะที่ทำการทดลองทำกลิ่นใหม่ได้เกิดปัญหาขึ้น

เนื่องจากเมื่อผสมกลิ่นส้มลงในภาชนะแล้วเกิดความขุ่น การมีความขุ่นเกิดขึ้นจึงไม่เชิญชวนให้ซื้อ ซึ่งประเด็นดังกล่าวได้สร้างความกังวลให้กลุ่มแม่บ้านเป็นอย่างมาก ต่อจากนั้น กลุ่มแม่บ้านและชุมชนที่ได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นและทำการทดลองซ้ำ พบว่าการแก้ปัญหาความขุ่นของพิมเสนน้ำนั้นสามารถดำเนินการได้โดยระหว่างการผสมกลิ่นส้มลงในภาชนะ ควรคนให้ละลายในทิศทางเดียวกัน และไม่ควรบรรจุขวดทันที แต่ควรทิ้งไว้ให้ตกตะกอนประมาณ 4-5 ชั่วโมง เพื่อรอให้ตะกอนแยกออกจากพิมเสนน้ำ ต่อจากนั้นจึงกรองใส่ขวดที่เตรียมไว้ นอกจากนั้น ชุมชนที่มาร่วมการทดลองกลิ่นใหม่ได้แสดงความคิดเห็นว่ากลุ่มแม่บ้านควรเพิ่มส่วนผสมกลิ่นส้มให้มากขึ้นเพื่อทำให้สีของพิมเสนน้ำเป็นสีส้มจริงๆ ที่สอดคล้องกับกลิ่นส้ม โดยควรทำการทดลองซ้ำหลายๆ ครั้งเพื่อให้มั่นใจว่าเป็นสีที่เหมาะสม และสะท้อนการเป็นกลิ่นส้มได้เป็นอย่างดี และกลุ่มแม่บ้านควรจดบันทึกเพื่อให้พิมเสนน้ำมีคุณภาพ มาตรฐานสม่ำเสมอ และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะเชิญชวนให้น่าซื้อ น่าดม สามารถสร้างยอดขาย และรายได้ที่ดีให้ชุมชนได้ต่อไป

2) กลุ่มดอกไม้จันทน์ จากสลากกินแบ่งรัฐบาล การทำดอกไม้จันทน์ของกลุ่มแม่บ้าน ใช้หลักความประหยัด ความพอเพียง และเป็นส่วนหนึ่งของการรักษ์โลก โดยกลุ่มแม่บ้านได้นำสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ไม่ถูกรางวัลมาประดิษฐ์เป็นดอกไม้จันทน์รูปแบบต่าง ๆ ที่มีความสวยงาม แปลกตา สร้างความรู้สึกที่ดีแก่ผู้พบเห็น ซึ่งนับเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านมีความภูมิใจ และหากเจ้าภาพงานศพใดไม่มีงบประมาณที่จะซื้อดอกไม้จันทน์ กลุ่มแม่บ้านได้นำดอกไม้จันทน์ที่ทำจากฝีมือของกลุ่มแม่บ้านบริจาคเพื่อทำบุญและเป็นการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์มาอย่างต่อเนื่อง

ดอกไม้จันทน์รูปแบบเดิม ใช้วัสดุที่ทำมาจากสลากกินแบ่งรัฐบาลเท่านั้น ยังไม่มีความหลาก หลาย และไม่สามารถพัฒนารูปแบบได้มากนัก ดังนั้น จึงไม่สามารถกำหนดราคาที่นำไปสู่ผลกำไรที่ไม่จูงใจ โดยรูปแบบเดิม เป็นการนำสลากกินแบ่งรัฐบาลมาจับจีบและติดก้านเพื่อทำเป็นดอกไม้จันทน์ รูปลักษณ์จึงไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย และไม่แปลกตา

ดอกไม้จันทน์ตามรูปแบบใหม่ ในกรณีใช้สลากกินแบ่งรัฐบาลกลุ่มแม่บ้านได้ทำการพัฒนารูปแบบให้สวยงาม มีการพับ การม้วนกลีบให้เป็นดอกกุหลาบ หรือออกแบบการพับเป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ ที่สวยงาม แปลกตา ใช้วัสดุที่หลากหลายในการทำ เช่น การใช้กระดาษจีบ กระดาษย่น กระดาษอัด หรือกระดาษสา เพื่อให้ดอกไม้จันทน์มีความสวยงาม แปลกตา และสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น

3) กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัวตามแนวคิดใหม่ เน้นการออกแบบลวดลายดอกไม้ที่มีความสวยงาม หลากหลายและแปลกตา สามารถมอบเป็นของขวัญของฝากได้หลากหลายโอกาส นับเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับดอกไม้ประดิษฐ์ได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ผลสรุปผลการวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาตามกระบวนการขั้นตอนต่างๆ พบว่าปัจจัยด้านการตลาดซึ่งประกอบด้วยการพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging และ Power ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเขตหลักสี่ มีประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย ดังนี้

Product หรือผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะของชำร่วย ได้แก่ พิมเสน ยังมีปัญหาด้านการพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สวยงาม ขาดความแปลกใหม่ ยังเป็นรูปแบบเดิม ๆ ซึ่งไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขันในท้องตลาด

Price การกำหนดราคาของทุกกลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้มาตรฐาน โดยเป็นการกำหนดราคาที่ยังไม่มีการคำนวณเพื่อทราบจุดคุ้มทุนและเป็นกำหนดราคาแบบราคาตลาดทั่ว ๆ ไป

Place การจัดจำหน่าย กลุ่มแม่บ้านยังขาดการติดต่อประสานงานเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น

Promotion การส่งเสริมการตลาด กลุ่มแม่บ้านยังขาดการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ทันสมัย อาทิ การใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ทำให้สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก หรือเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

People คือบุคลากร ซึ่งสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านหลายรายเป็นผู้สูงวัย เริ่มเจ็บป่วย เสียชีวิต และบางรายมีภารกิจในการดูแลครอบครัว จึงไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดกำลังคนในการทำ อีกทั้ง ต้องการคนรุ่นใหม่เพื่อทำการสื่อสารการตลาดด้วยรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

Process คือด้านการกระบวนการการทำผลิตภัณฑ์บางประเภทมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยากซับซ้อน และผลิตภัณฑ์บางประเภทต้องใช้ความพิถีพิถันในการทำ และจำเป็นต้องอาศัยฤดูกาลที่เอื้อต่อการทำจึงส่งผลต่อการทำผลิตภัณฑ์ต่อ

Physical Evidence คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปภายในชุมชนยังไม่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ

Packaging หรือบรรจุภัณฑ์ยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย ขาดความแตกต่าง และความคิดสร้างสรรค์

Power คือด้านเครือข่ายหรือการให้ความช่วยเหลือจากพันธมิตร กลุ่มแม่บ้านมีเครือข่ายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านยังไม่กว้างมากนัก ทำให้การประสานงาน การขอความร่วมมือ หรือการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ยังขาดประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หรือ 9 P's ร่วมกันระหว่างนักวิจัยกลุ่มอาจารย์และนักวิจัยกลุ่มชุมชน พบว่า กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีความพร้อมในการทำผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ซึ่งมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก ผลิตภัณฑ์มีอายุสั้น หากจำหน่ายไม่หมด มีโอกาสขาดทุนสูง ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านจึงชะลอการทำผลิตภัณฑ์ คือหมูโอ่ง และไส้กรอก เนื่องจาก กลุ่มแม่บ้านไม่มีเวลาในการเตรียมวัตถุดิบ การปรุงรสชาติ การจัดหาโอ่งบรรจุหมูหมักที่มีคุณภาพ และยังไม่มั่นใจฝาปิดโอ่งหมูหมักว่าจะช่วยเสริมให้น่าซื้อได้หรือไม่ อีกทั้ง จากประเด็นเรื่องบ้านมั่นคง ซึ่งกลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจที่จะถูกเวนคืนที่ดิน โดยเฉพาะบ้านที่รุกล้ำคลองเปรมประชากร ทำให้ต้องมีการปรับผังชุมชนใหม่ เพื่อสามารถจัดสรรที่ดินได้เพียงพอและเหมาะสมกับชุมชนและชุมชนหลายหลังจะต้องย้ายบ้านจากที่เดิมไปอยู่บ้านมั่นคง ซึ่งต้องเตรียมการด้านการย้ายบ้าน การเตรียมเงินเพื่อการผ่อนบ้านมั่นคง ทำให้กลุ่มแม่บ้านไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร คาว หรือของหวาน เนื่องจากต้องใช้เวลาและต้องพิถีพิถันในการทำ อีกทั้งอาหารบางประเภทเน่าเสียง่าย กลุ่มแม่บ้านจึงเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาวัตถุดิบการทำที่ง่าย สะดวก ส่วนกลุ่มดอกไม้จันทน์ ในชุมชนส่วนใหญ่การทำดอกไม้จันทน์เพื่อส่งไปแสดงความเสียใจกับสมาชิกในชุมชน ซึ่งจำนวนในการผลิตไม่แน่นอน และวัตถุดิบในการผลิตหายาก จึงทำให้ยากต่อการจะผลิตเพื่อจำหน่าย ทางกลุ่มแม่บ้านจึงเห็นว่าควรชะลอการทำผลิตภัณฑ์กลุ่มดอกไม้จันทน์ไว้ก่อน

ดังนั้น จากการลงพื้นที่เพื่อพบปะกลุ่มแม่บ้านพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเลือกทำ คือ 1) กลุ่มของชำร่วย ได้แก่ การบูร พิมเสนน้ำ และ 2) กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ เนื่องจาก หาวัตถุดิบง่าย ขั้นตอนการทำไม่ยุ่งยาก และหาตลาดในการจำหน่ายง่าย ซึ่งกลุ่มแม่บ้านวางแผนจะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและสามารถแข่งขันในท้องตลาด ทั้งนี้ จากการศึกษาดูงาน การอบรม ทำให้กลุ่มแม่บ้านมีแนวคิดในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และมีโอกาสในการจำหน่ายได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

การพัฒนาศักยภาพที่สำคัญขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่มแม่บ้านเป็นสำคัญ ความร่วมมือของคนในชุมชน ทั้งเงินทุน อุปกรณ์และการบริหารจัดการ รวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ ได้แก่ การประชุมสัมมนา การอบรม การศึกษาดูงาน เพื่อให้ชุมชนมีความรู้ ประสบการณ์ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล มีโอกาสเห็นตัวอย่างที่ดี จึงจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน อาทิ มีความรู้ ทักษะ มีความมั่นใจ

ในตนเอง บุคลิกลักษณะท่าทางกล้าแสดงออก เป็นผู้นำ มีแรงจูงใจในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป และผลความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมและแนวความคิดในการนำไปปฏิบัติ ผลการสอบถามจำนวน 20 คน พบว่า ทุกคนมีความประทับใจและพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมมาก และมีแนวคิดที่จะนำประเด็นที่ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนจะนำไปใช้ให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้น และมีแนวคิดจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น กลุ่มผู้วิจัยได้ออกทำกิจกรรมภายนอกด้วยการอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน รวม 7 กิจกรรม มีรายละเอียด ดังนี้

<u>กิจกรรมที่</u> 1 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล_วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560 ศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม

ผลสรุปกลุ่มผู้วิจัยได้ศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล ซึ่งเป็นการจัดงานของรัฐบาลที่รวบรวมพ่อค้า แม่ค้า กลุ่มแม่บ้าน วิสาหกิจชุมชน เพื่อจำหน่ายสินค้าและการให้บริการต่าง ๆ ทำให้กลุ่มผู้วิจัยเห็นรูปแบบและแนวทางการประกอบอาชีพของกลุ่มแม่บ้าน และวิสาหกิจชุมชนที่มาจากพื้นที่ต่างๆ ทั้งกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด อาทิ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผ้าทอมือ เครื่องนอน อาหาร ดอกไม้ประดิษฐ์ ของฝาก ของขวัญ ฯลฯ ได้เห็นแนวคิดในการจัดวางสินค้าและตกแต่งร้านค้า การกำหนดราคา รูปแบบวิธีการจัดจำหน่าย การแบ่งโซนผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้สินค้าโดดเด่นและเชิญชวนให้ซื้อ เช่น การใช้เฉดสีสดไล่เรียงจนถึงสีอ่อนทำให้สินค้าน่าซื้อมากยิ่งขึ้น การส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่างๆ อาทิ การให้ชิมหรือทดลองใช้สินค้า การให้ส่วนลด ของแถม การให้บริการส่งสินค้า ซึ่งเมื่อได้ศึกษาดูงาน แล้วกลุ่มผู้วิจัยได้นำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาโจทย์การวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

<u>กิจกรรมที่</u> 2 การอบรม เรื่อง เทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน วันพฤหัสบดีที่ 27 ธันวาคม 2561 ณ ห้องประชุม 1208 มหาวิทยาลัยเกริก บางเขน กรุงเทพมหานคร ผลสรุปการอบรมเทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัย กลุ่มแม่บ้านมีความรู้มากขึ้น เข้าใจวิธีการเก็บข้อมูลขั้นพื้นฐานของการทำวิจัยชุมชนได้ดีขึ้นกว่าเดิม

<u>กิจกรรมที่</u> 3 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 จังหวัดสุพรรณบุรี ศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลสรุปกลุ่มผู้วิจัยได้ศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก โดยกลุ่มผู้วิจัยได้เดินสำรวจตลาดร้อยปี การรับประทานอาหารและสังเกตการณ์การทำการตลาดของกลุ่มแม่บ้าน หรือวิสาหกิจชุมชนโดยด้านผลิตภัณฑ์ได้เห็นการอนุรักษ์สินค้าเก่าที่หากินหรือใช้ยาก เช่น ขนมโบราณต่างๆ ยาจีน กาแฟโบราณ ร้านตัดผมที่คงสภาพเหมือนร้านตัดผมในอดีต เครื่องใช้ที่ปัจจุบันพบเห็นได้ยาก เช่น เครื่องจักสาน สินค้าทำมือ ผ้าลายปัก การบรรจุภัณฑ์ขนมที่

สวยงาม แปลกตา เช่น ขนมสาลี่ทำเป็นชั้น ๆ คล้ายปิ่นโต การใส่ซองแนวสูงมีเชือกเพื่อสะดวกในการถือ การใช้ใบตองในการหีบห่อทำให้สินค้ามีกลิ่นหอม หรือใช้ใบบัวในการห่อข้าว การจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นยักษ์ซึ่งนับว่าสร้างความแตกต่างจากก๋วยเตี๋ยวซึ่งมีจำหน่ายโดยทั่วไป ซึ่งเป็นของรับประทานที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การตกแต่งร้านค้าต่าง ๆ เน้นความเก่า ความโบราณที่หาดูได้ยาก การกำหนดราคาไม่แพง เช่น ปลาสลิดตัวใหญ่ราคาประมาณ 150 บาทการให้ชิมสินค้า การยินยอมให้ถ่ายภาพเพื่อโพสต์ในสื่อโซเชียล แม้ค้า พ่อค้าทุกคนมีอัธยาศัยไมตรีดี ได้เห็นวิถีชีวิตชุมชน สถาปัตยกรรมโบราณประตูบานเฟี้ยมหลังคาเชิงชายไม้ อาคารพิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงค์ จีนารักษ์ ทำให้กลุ่มผู้วิจัยมีแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดได้เป็นอย่างดี

<u>กิจกรรมที่</u> 4 การอบรม หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน” วิทยากรโดย อาจารย์ ดร.ทรงยศ สาโรจน์ เลขาธิการสาขาวิชาพัฒนาสังคมเมือง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร วันที่ 13 พฤศจิกายน 2562 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลสรุปการอบรมกลุ่มแม่บ้านทำให้ให้เข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานการทำการตลาด การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้น ได้เปิดโอกาสให้ชุมชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดในมุมมองของคนในชุมชน รวมทั้ง สรุปความรู้หรือสิ่งที่ได้รับจากการเข้าอบรมในครั้งนี้

<u>กิจกรรมที่</u> 5 การทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา วันอังคารที่ 24 ธันวาคม 2562 การจัดทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา เยี่ยมชมกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนโอทอป ทัศนศึกษาตลาดต้องชมเอกลักษณ์พาณิชย์อัตลักษณ์ของชุมชน (ตลาดร้านค้าชุมชนหลวงปู่ทวด) และเยี่ยมชมที่ทำการกลุ่มอาชีพสหกรณ์คลองสอง โอทอป จ.ปทุมธานี บริษัทไนท์ แบล็ก ฮอร์ส ไวน์เนอรี่ บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ไวน์ของชุมชน ผลสรุปการบรรยายสรุปให้ชุมชนได้ทราบแนวคิดในการวางแผนการผลิต การวางแผนการตลาด รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย บรรยายสรุปให้กลุ่มนักวิจัยเรียนรู้เกี่ยวกับช่องการกระจายผลิตภัณฑ์ เข้าใจลู่ทางการทำการตลาด การทำบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย วิธีการหาแหล่งทุนในการเริ่มต้นทำธุรกิจ ทำให้กลุ่มแม่บ้านมีขวัญกำลังใจและเห็นลู่ทางเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ก้าวสู่การเป็นผลิตภัณฑ์โอทอปต่อไป

<u>กิจกรรมที่</u> 6 การอบรม “การทำดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร” วันศุกร์ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่

กรุงเทพมหานคร โดย คุณสาวิตรี ผิรังคะเปาระ วิทยากรจาก บริษัทยูนิฟลาว บริษัทส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ การอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร" ผลสรุปคุณสาวิตรี ผิรังคะเปาระ ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำดอกไม้ประดิษฐ์จากบริษัทยูนิฟลาว บริษัทส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ โดยคุณสาวิตรีได้อธิบายเกี่ยวกับวัตถุดิบ และอุปกรณ์การทำดอกไม้ประดิษฐ์ และสาธิตการทำดอกบัวจากผ้าไหม การทำใบบัว กลีบตูม ฝักบัวและจัดช่อในแจกันโดยได้สอนให้ชุมชนทำทุก ๆ ขั้นตอนพร้อมกันแบบค่อยเป็นค่อยไป ต่อจากนั้นได้สอนการทำดอกลีลาวดีจากผ้าใยบัว การทำใบและการประกอบช่อในแจกัน นอกจากนั้น ได้สอนเทคนิคการกำหนดราคาโดยคำนวณต้นทุนและบวกกำไรประมาณร้อยละ 40

<u>กิจกรรมที่</u> 7 การระดมสมองและการศึกษาดูงาน ตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว และศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563 ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปาและศูนย์การเรียนรู้ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

โดยในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563 การระดมสมองเพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลสรุปกลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนาได้ระดมสมองเกี่ยวกับศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน ศักยภาพที่ต้องการพัฒนา ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแม่บ้านและชุมชนต่างเห็นพ้องกันว่า การพัฒนาศักยภาพที่สำคัญขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่มแม่บ้านเป็นสำคัญ ความร่วมมือของคนในชุมชน รวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ ได้แก่ การประชุม สัมมนา การอบรม การศึกษาดูงานเพื่อให้ชุมชนมีความรู้ ประสบการณ์ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล มีโอกาสเห็นตัวอย่างที่ดี อาทิ สินค้าโอทอปในพื้นที่ที่หลากหลาย โดยชุมชนยังมีความมุ่งมั่นที่จะทำผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป เพื่อทำให้ชุมชนมีรายได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากปัญหาการย้ายบ้านเพื่อไปยังบ้านมั่นคงมีความชัดเจน และชุมชนคลายความกังวลใจเกี่ยวกับภาระการผ่อนบ้านที่ชุมชนจะต้องแบกรับภาระเพิ่มมากขึ้น และ วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดน้ำสามพันนาม /ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชน ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว/กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

ตลาดน้ำสามพันนาม กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนาได้ศึกษาดูงานตลาดน้ำสามพันนามทำให้ทราบวิธีการจำหน่ายสินค้าที่ควรมีความหลากหลาย แปลก แตกต่างจากคู่แข่งขัน การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีหลายราคาให้ลูกค้าเลือกซื้อ การจัดการส่งเสริมการขาย การจัดทำหีบห่อให้สวยงาม การตกแต่งร้านค้าให้ดึงดูดใจ และสถานที่ใกล้เคียงร้านค้าควรสร้างบรรยายกาศที่สวยงาม น่าซื้อและประการสำคัญควรสร้าง Landmark เพื่อให้ลูกค้าแชร์ในโซเชียลมีเดีย

ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว ทำให้กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนาเห็นถึงวิถีชีวิตชุมชนชาวเลแนวคิดการจัดทำธนาคารปูม้า เพื่อเป็นการอนุรักษ์ปูม้ามิให้สูญพันธุ์ โดยขอความร่วมมือจากชาวประมงที่จับปูม้าซึ่งมีไข่นอกกระดองให้นำปูไข่มาฝากในธนาคารชุมชนเพื่อให้สลัดไข่ก่อนที่จะนำไข่

ปล่อยลงทะเลเพื่อเพิ่มประชากรปูม้าให้มากขึ้นต่อไป ชุมชนได้เรียนรู้วิธีการทำธุรกิจชุมชนด้วยการลงทุนตามกำลังความสามารถ และมีการแบ่งปันผลตอบแทนอย่างเป็นระบบ ทำให้กลุ่มแม่บ้านและชุมชนเกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจชุมชน

ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนาได้ศึกษาดูงานการทำผลิตภัณฑ์ไม้กวาดซึ่งเป็นกิจกรรมของกลุ่มสตรีบ้านหนองกา โดยเป็นการทำไม้กวาดตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีการทำไม้กวาดหลากหลายรูปแบบ หลายขนาดซึ่งมีความสวยงาม แปลกตาและประโยชน์ใช้สอย เช่น กวาดพื้นเรียบภายในบ้าน พื้นถนน หลังคา กวาดหยากไย่ โดยมีวัตถุดิบที่สำคัญในการทำคือดอกหญ้า และทางมะพร้าว กลุ่มสตรีได้ออกแบบให้เชือกมัดมีสีสัน และลวดลายสวยงาม การทำบรรจุภัณฑ์ที่ถือสะดวก กลุ่มแม่บ้านและชุมชนได้เรียนรู้วิธีการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ซึ่งทำให้กลุ่มแม่บ้านและชุมชนได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ดีเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้น ผลสรุปตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ สามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ตามทฤษฎีระบบ (System theory) คือ องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ (Input) กระบวนการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม (Process) และศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน (Output)

องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ

กระบวนการการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน

ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ

1) การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบด้วยกัน คือ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน จากการดำเนินการกิจกรรมต่างๆ พบว่าชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีบุคลที่มีภูมิปัญญาชาวบ้าน มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดสู่สมาชิกในชุมชนได้ เป็นเอกลักษณ์และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน

และสมาชิกได้ จะเป็นการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน การได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการทำอาหารและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากพ่อแม่ปู่ย่าตายาย ซึ่งเป็นคนสูงอายุและถ่ายทอดไปยังคนรุ่นลูกรุ่นหลาน

- วัสดุและอุปกรณ์ ในชุมชนร่วมพัฒนาหากมีการสนับสนุนด้านวัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเดิมเป็นการระดมจากกลุ่มสมาชิกแม่บ้าน จากหน่วยงานรัฐ จึงทำให้กลุ่มสมาชิกแม่บ้านมีข้อจำกัด หากสร้างเครือข่ายความช่วยเหลือทั้งในและนอกชุมชนจะทำให้สามารถพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านได้

- เงินทุน ถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญในการการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากวัสดุและอุปกรณ์ในการผลิตในท้องถิ่นไม่มีเพราะเป็นชุมชนเมือง จึงจำเป็นต้องระดมเงินทุนมาสนับสนุนกระบวนการผลิต โดยในปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านมีการรวมตัวจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ในชุมชน เพื่อเก็บออมและระดมทุน

- การบริหารจัดการ การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านที่สำคัญมาจากการบริหารจัดการของคณะกรรมการชุมชนที่ผู้นำที่เข้มแข็ง ประกอบกับความร่วมมือของสมาชิก การมีส่วนร่วมของสมาชิก การทำงานเป็นทีม โดยคณะกรรมการได้มีการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมที่ดีจะทำให้การดำเนินงานของคณะ กรรมการบรรลุผลสำเร็จได้

2) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพ รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมที่สำคัญคือ กระบวนการในการที่จะพัฒนากลุ่มแม่บ้านให้เกิดผลเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ จำเป็นจะต้องมีวิธีการ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการ ศึกษาดูงาน มีรายละเอียดดังนี้

- การประชุมแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่ชุมชนร่วมพัฒนาใช้ในการระดมสมอง แลกเปลี่ยน เรียนรู้ เพื่อการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมภายในชุมชนด้วยการประชุมในรูปของคณะกรรมการที่มีโครงสร้างหน้าที่ชัดเจน

- การฝึกอบรม โดยกระบวนการฝึกอบรมจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้และการปฏิบัติให้สมาชิกในชุมชนเกิดเป็นความรู้ความสามารถมีศักยภาพที่สูงขึ้น ที่สำคัญเพิ่มจำนวนคนที่มีความสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ประหยัดเวลาและลดต้นทุน โดยการเชิญวิทยากรเฉพาะด้านมาอบรมให้ความรู้ ซึ่งหากสมาชิกในชุมชนมีการฝึกปฏิบัติจนเกิดความรู้ ความชำนาญและมีสูตรลับเฉพาะที่เป็นของตนเอง และการได้รับการอบรมเพื่อให้ความรู้ในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นระยะ ๆ เกิดการสมัครสมานสามัคคีในชุมชน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มแม่บ้านภายในชุมชน

- การสอนงาน ที่ชุมชนร่วมพัฒนาจะใช้การสอนงานหรือการให้คำปรึกษาจากบุคคลที่เป็นสมาชิกในชุมชน มีความสนิทสนมเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาระหว่างสมาชิกในชุมชน

- การศึกษาดูงาน เพื่อเป็นการศึกษาตัวอย่างในด้านต่าง ๆ อาทิ การบริหารจัดการ การตลาด บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น เป็นแนวคิดต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และเป็นแรงจูงใจ แรงกระตุ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน การพัฒนาที่ก่อให้เกิดศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ มีรายละเอียดดังนี้

- ความรู้ หลังจากกลุ่มแม่บ้านผ่านกระบวนการพัฒนา ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน ได้รับความรู้ด้านการทำพิมเสนน้ำ และการทำดอกไม้ประดิษฐ์

- ทักษะ เมื่อกลุ่มแม่บ้านผ่านกระบวนการพัฒนา ทำให้กรรมการและสมาชิกในชุมชนได้รับความรู้เกิดทักษะสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว และกระตือรือร้น

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง เป็นเจตคติ ค่านิยม ความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนหรือสิ่งที่เชื่อว่าตนเองเป็น โดยกลุ่มแม่บ้านมีความมั่นใจในตนเอง กล้าแสดงออกในที่สาธารณะและแสดงความคิดเห็นมากขึ้น

- บุคลิกลักษณะ สมาชิกในชุมชน มีลักษณะเป็นผู้นำมีจำนวนที่มากขึ้น พฤติกรรมเป็นแกนนำในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

- แรงจูงใจ เป็นแรงขับภายใน ซึ่งทำให้กลุ่มแม่บ้านแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายหรือความสำเร็จที่มีความชัดเจนขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่นเป็นที่รู้จัก

การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเปรียบเทียบหลังผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพ พบว่า กลุ่มแม่บ้านมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ดังตารางที่ 4.1

ประเด็น	ประเด็นการพัฒนาศักยภาพ	หลังผ่านกระบวนการการพัฒนา
ศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน	-ความรู้	-มีความรู้เพิ่มด้านการทำพิมเสนน้ำ และการทำดอกไม้ประดิษฐ์
	-ทักษะ	-มีทักษะสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว กระตือรือร้น
	-ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง	-มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น กล้าแสดงออก
	-บุคลิกลักษณะ	- เป็นคนที่มีลักษณะเป็นผู้นำมากขึ้น เป็นแกนนำในชุมชน
	-แรงจูงใจ	-กลุ่มแม่บ้านมีแรงจูงใจ บุคคล แสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย

ตารางที่ 4.1 แสดงศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านหลังผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพ

ซึ่งรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ต้องประกอบด้วย องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ กระบวนการพัฒนาศักยภาพ และศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ผลออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งรวมเรียกว่าเป็นระบบการพัฒนาศักยภาพได้ เมื่อผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพแล้วศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านจะเพิ่มพูนขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในชุมชน

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ผ่านขั้นตอนกระบวนการทำวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยเทคนิค SWOT Analysis และวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมมหภาค (Macro Environment) รวมทั้ง การสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ กลุ่มผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ตัวแทนสมาชิกชุมชนที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้ประกอบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล 2) การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) 3) การประชุมกลุ่มหรือการสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน ชุมชน ตัวแทนชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ฯลฯ 4) ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ในประเด็น การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา กลุ่มผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล ดังนี้ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การรับฟังความคิดเห็น การอบรมให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน

กลุ่มผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งตามการดำเนินงานวิจัยที่ได้ลงมือปฏิบัติ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด 7 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย การเลือกประเด็นวิจัย การสร้างกลุ่มผู้วิจัย และการพัฒนาโจทย์การวิจัย และการออกแบบโครงร่างการวิจัย ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงโครงการวิจัย ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาบริบทพื้นที่ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ขั้นตอนที่ 5 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ขั้นตอนที่ 6 ขั้นตอนการเรียนรู้ (การอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน) และขั้นตอนที่ 7 ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

5.1 บทสรุป

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จากการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยการลงพื้นที่วิจัย การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสนทนา การสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชน การรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด (SWOT Analysis) และทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่ามี 7 ด้าน ดังนี้

1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก โดยมีอายุระหว่าง 60-75 ปี มีความอ่อนล้า หมดเรี่ยวแรงและมีปัญหาสุขภาพจำเป็นต้องพบแพทย์บ่อยครั้ง อีกทั้ง ต้องดูแลลูกหลาน การทำงานบ้าน ทำภารกิจส่วนตัว การเข้างานสังคม ช่วยงานบุญ งานกุศล ทำให้ไม่มีเวลาที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน จึงส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) ด้านขั้นตอนการผลิต การผลิตผลิตภัณฑ์บางประเภทมีความยุ่งยาก ซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยฤดูกาล และใช้เวลามาก โดยการทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ต้องมีขั้นตอนที่ยุ่งยากทำให้กลุ่มแม่บ้านค่อยๆ ลดจำนวนการทำลงไป

3) ด้านการบริหารจัดการ ชุมชนขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ จึงส่งผลต่อความรวดเร็วในการผลิตและความประหยัด การใช้เวลาที่ว่างเพื่อร่วมกันทำการผลิตไม่ตรงกันส่งผลต่อความล่าช้าในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อีกทั้งไม่มีกฎ ระเบียบเพื่อเป็นหลักยึดในการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

4) ด้านผลตอบแทน เนื่องจากไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์การแบ่งผลตอบแทน ทำให้การแบ่งผลตอบแทนต่าง ๆ ไม่ชัดเจน และไม่สามารถประมาณการรายได้ เพื่อนำมาเลี้ยงดูครอบครัวได้อย่างชัดเจน

5) ด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเรื่องที่อยู่อาศัย จากการขอคืนพื้นที่บ้านที่รุกล้ำแนวริมคลองเปรมประชากรมีการขอคืนพื้นที่ทำให้กลุ่มแม่บ้านกังวลใจ ขาดขวัญกำลังใจในการทำมาหากิน หรือการรวมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

6) ด้านการตลาด กลุ่มแม่บ้านขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยแตกต่างจากคู่แข่งขัน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค วิธีการยืดอายุผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่

หลากหลาย การสร้างเครือข่ายเพื่อการจำหน่ายในหลายพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดที่สามารถจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7) ด้านค่านิยม สมาชิกลูกหลานของกลุ่มแม่บ้านที่อายุยังน้อย ไม่สนใจทำผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่นิยมทำงานโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน หรือหน่วยงานราชการมากกว่า

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดซึ่งประกอบด้วยการพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging และ Power ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเขตหลักสี่ มีประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย ดังนี้

Product หรือผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะของชำร่วย ได้แก่ พิมเสน ยังมีปัญหาด้านการพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สวยงาม ขาดความแปลกใหม่ ยังเป็นรูปแบบเดิม ๆ ซึ่งไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขันในท้องตลาด

Price การกำหนดราคาของทุกกลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้มาตรฐาน โดยเป็นการกำหนดราคาที่ยังไม่มีการคำนวณเพื่อทราบจุดคุ้มทุนและเป็นกำหนดราคาแบบราคาตลาดทั่ว ๆ ไป

Place การจัดจำหน่าย กลุ่มแม่บ้านยังขาดการติดต่อประสานงานเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น

Promotion การส่งเสริมการตลาด กลุ่มแม่บ้านยังขาดการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ทันสมัย อาทิ การใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ทำให้สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก หรือเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

People คือบุคลากร ซึ่งสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านหลายรายเป็นผู้สูงวัย เริ่มเจ็บป่วย เสียชีวิต และบางรายมีภารกิจในการดูแลครอบครัว จึงไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดกำลังคนในการทำ อีกทั้ง ต้องการคนรุ่นใหม่เพื่อทำการสื่อสารการตลาดด้วยรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

Process คือด้านการกระบวนการการทำผลิตภัณฑ์บางประเภทมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยากซับซ้อน และผลิตภัณฑ์บางประเภทต้องใช้ความพิถีพิถันในการทำ และจำเป็นต้องอาศัยฤดูกาลที่เอื้อต่อการทำจึงส่งผลต่อการทำผลิตภัณฑ์ต่อ

Physical Evidence คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปภายในชุมชนยังไม่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ

Packaging คือบรรจุภัณฑ์ยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย ขาดความแตกต่างและความคิดสร้างสรรค์ Power

คือด้านเครือข่ายหรือการให้ความช่วยเหลือจากพันธมิตร กลุ่มแม่บ้านมีเครือข่ายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านยังไม่กว้างมากนัก ทำให้การประสานงาน การขอความร่วมมือ หรือการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ยังขาดประสิทธิภาพ

3. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ตามทฤษฎีระบบ (System theory) คือ องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ (Input) กระบวนการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม (Process) และศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน (Output)

องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ

กระบวนการการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน

ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ

1) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบด้วยกัน คือ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชนจากการดำเนินการกิจกรรมต่างๆ พบว่าชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีบุคคลที่มีภูมิปัญญาชาวบ้าน มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดสู่สมาชิกในชุมชนได้ เป็นเอกลักษณ์และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนและสมาชิกได้ จะเป็นการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน การได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการทำอาหารและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากพ่อแม่ปู่ย่าตายาย ซึ่งเป็นคนสูงอายุและถ่ายทอดไปยังคนรุ่นลูกรุ่นหลาน

- วัสดุและอุปกรณ์ ในชุมชนร่วมพัฒนาหากมีการสนับสนุนด้านวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเดิมเป็นการระดมจากกลุ่มสมาชิกแม่บ้าน จากหน่วยงานรัฐ จึงทำให้กลุ่มสมาชิกแม่บ้านมีข้อจำกัด หากสร้างเครือข่ายความช่วยเหลือทั้งในและนอกชุมชนจะทำให้สามารถพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านได้

- เงินทุนถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญในการการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากวัสดุและอุปกรณ์ในการผลิตในท้องถิ่นไม่มีเพราะเป็นชุมชนเมือง จึงจำเป็นต้องระดมเงินทุนมาสนับสนุนกระบวนการผลิต โดยในปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านมีการรวมตัวจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ในชุมชน เพื่อเก็บออมและระดมทุน

- การบริหารจัดการ การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านที่สำคัญมาจากการบริหารจัดการของคณะกรรมการชุมชนที่ผู้นำที่เข้มแข็ง ประกอบกับความร่วมมือของสมาชิก การมีส่วนร่วมของสมาชิก การทำงานเป็นทีม โดยคณะกรรมการได้มีการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมที่ดีจะทำให้การดำเนินงานของคณะ กรรมการบรรลุผลสำเร็จได้

2) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพ รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมที่สำคัญคือ กระบวนการในการที่จะพัฒนากลุ่มแม่บ้านให้เกิดผลเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ จำเป็นจะต้องมีวิธีการ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการ ศึกษาดูงาน มีรายละเอียดดังนี้

- การประชุมแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่ชุมชนร่วมพัฒนาใช้ในการระดมสมอง แลกเปลี่ยน เรียนรู้ เพื่อการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมภายในชุมชนด้วยการประชุมในรูปของคณะกรรมการที่มีโครงสร้างหน้าที่ชัดเจน

- การฝึกอบรม โดยกระบวนการฝึกอบรมจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้และการปฏิบัติให้สมาชิกในชุมชนเกิดเป็นความรู้ความสามารถมีศักยภาพที่สูงขึ้น ที่สำคัญเพิ่มจำนวนคนที่มีความสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ประหยัดเวลาและลดต้นทุน โดยการเชิญวิทยากรเฉพาะด้านมาอบรมให้ความรู้ ซึ่งหากสมาชิกในชุมชนมีการฝึกปฏิบัติจนเกิดความรู้ ความชำนาญและมีสูตรลับเฉพาะที่เป็นของตนเอง และการได้รับการอบรมเพื่อให้ความรู้ในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นระยะ ๆ เกิดการสมัครสมานสามัคคีในชุมชน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มแม่บ้านภายในชุมชน

- การสอนงาน ที่ชุมชนร่วมพัฒนาจะใช้การสอนงานหรือการให้คำปรึกษาจากบุคคลที่เป็นสมาชิกในชุมชน มีความสนิทสนมเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาระหว่างสมาชิกในชุมชน

- การศึกษาดูงาน เพื่อเป็นการศึกษาตัวอย่างในด้านต่าง ๆ อาทิ การบริหารจัดการ การตลาด บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น เป็นแนวคิดต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และเป็นแรงจูงใจ แรงกระตุ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน การพัฒนาที่ก่อให้เกิดศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ มีรายละเอียดดังนี้

- ความรู้ หลังจากกลุ่มแม่บ้านผ่านกระบวนการพัฒนา ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน ได้รับความรู้ด้านการทำพิมเสนน้ำ และการทำดอกไม้ประดิษฐ์

- ทักษะ เมื่อกลุ่มแม่บ้านผ่านกระบวนการพัฒนา ทำให้กรรมการและสมาชิกในชุมชนได้รับความรู้เกิดทักษะสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว และกระตือรือร้น

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง เป็นเจตคติ ค่านิยม ความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนหรือสิ่งที่เชื่อว่าตนเองเป็น โดยกลุ่มแม่บ้านมีความมั่นใจในตนเอง กล้าแสดงออกในที่สาธารณะและแสดงความคิดเห็นมากขึ้น

- บุคลิกลักษณะ สมาชิกในชุมชน มีลักษณะเป็นผู้นำมีจำนวนที่มากขึ้น พฤติกรรมเป็นแกนนำในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

- แรงจูงใจ เป็นแรงขับภายใน ซึ่งทำให้กลุ่มแม่บ้านแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายหรือความสำเร็จที่มีความชัดเจนขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่นเป็นที่รู้จัก

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ได้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด SWOT Analysis ส่วนประสมการตลาด 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place Promotion, People, Power, Physical Evidence, Packaging และ Process รวมทั้ง การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก การศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพฯ ด้านหนึ่ง ได้แก่ อายุ กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก ส่งผลต่อการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของศักดิ์ศิริ นันตะสุขและคณะ (2550) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพสิ่งทอชุมชน จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพสิ่งทอชุมชนจังหวัดชัยภูมิ ที่สำคัญคือ ปัจจัยการผลิตยังขาดประสิทธิภาพโดยเฉพาะเส้นไหม ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ ปัญหาเรื่องภัยแล้งในบางพื้นที่ทำให้มีผลกระทบต่อหม่อนที่จะนำมาเลี้ยงไหม ปัจจัยด้านทรัพยากรบุคคล แรงงานที่มีคุณภาพส่วนใหญ่เป็นวัยครองเรือน และวัยสูงอายุ มีทักษะในการทอที่ปราณีตนับเป็นจุดแข็งการพัฒนามาตรฐานผ้าไหม แต่ขาดคนรุ่นใหม่ ขาดการออกแบบแปรรูปที่จะช่วย

เพิ่มมูลค่า ขาดช่างตัดเย็บผ้าไหม ส่วนในระดับธุรกิจขาดนักออกแบบผ้าไหม หรือนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาความแตกต่างของสินค้าทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน นำมาซึ่งการกระทำที่แตกต่างกันซึ่งเป็นลักษณะ พฤติกรรมเฉพาะของตนเอง ซึ่งปัจจัยด้านนี้เช่น ความถนัดในด้านต่าง ๆ ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะ บุคลิกภาพ อายุ เพศ การศึกษา และประสบการณ์ จะทำให้บุคคลมีความต้องการที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง (พรรณราย ทรัพยะประภา, 2534: 25 – 26) ดังนั้นความพร้อมทางกายภาพของบุคคลจึงมีผลต่อหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นกระบวนการที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในทุกขั้นตอนคือ ร่วมศึกษา ร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมแก้ปัญหา ร่วมติดตามประเมินผล ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลของการพัฒนา ทั้งในรูปของบุคคล กลุ่ม และองค์กรอย่างแท้จริงและด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่ด้วยความเกรงใจหรือถูกบังคับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง มองเห็นและตระหนักถึงศักยภาพหรือพลังความรู้ ความสามารถของตนเอง เกิด ความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนและเจ้าของงานพัฒนาชุมชน (Sense of Belonging) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2527 : 55) ดังนั้นจากข้อค้นพบที่ว่า ปัจจัยทางกายภาพด้านอายุ กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก ส่งผลต่อการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาใช้ในการพิจารณาการมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านและส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ส่วนปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เกิดจาก ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความหลากหลาย ไม่ทันสมัย ไม่แตกต่างจากคู่แข่งขัน และบรรจุภัณฑ์ยังไม่ทันสมัย ไม่สวยงาม การจัดรูปแบบสถานที่จำหน่าย หรือสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ยังไม่จูงใจให้คนภายนอกมาเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ ในการสื่อสารการตลาด ขาดเครือข่ายเพื่อช่วยกระจายผลิตภัณฑ์ เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชจรี ทิวาวัลย์ และคณะ (2547) ได้ทำการศึกษาการพัฒนากลุ่มอาชีพสู่วิสาหกิจชุมชนเข้มแข็ง : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพแปรรูปน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตำบลชาวไทย จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า การรวมตัวของกลุ่มยังไม่เหนียวแน่นเท่าที่ควร ไม่มีการกำหนดแผนงานที่ชัดเจน ขาดการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของกลุ่ม ในส่วนการเสริมสร้างศักยภาพแก่กลุ่มอาชีพนั้น ควรมีการสนับสนุนด้านเงินทุน ด้านวิชาการ ด้านวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตและด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของญาณัญฎา ศิรภัทร์ธาดา (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ค้ารายย่อย เขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์รูปแบบ วิธีการแบบพิเศษทางการตลาดเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจลูกค้า คือ การปรับปรุงสินค้าที่ขายและ

ปรับวิธีการขายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงาม ประทับใจ สื่อถึงเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา ตลาดเก่าย้อนยุค ทั้งนี้เป็นเพราะผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ผู้ขายเสนอขายต่อตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ สนใจอยากได้เป็นเจ้าของ และซื้อมาเพื่ออุปโภค อันเป็นการตอบสนองความต้องการ คำว่าผลิตภัณฑ์ มิได้มีความหมายจำกัดเพียงวัตถุที่มีรูปร่างจับต้องได้เท่านั้น แต่ยังหมายถึง บริการสถานที่ บุคคล แนวความคิด และพิจารณาถึงขอบเขตของคุณภาพของบริการ ระดับชั้นของบริการตราสินค้า สายการบริหาร การรับประกันและการบริการหลังการขาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความหมายกล่าวรวมไปถึงสิ่ง ที่มีคุณค่าที่เสนอขาย หรือผลประโยชน์ที่สนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณา ถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) ซึ่งมีลักษณะสำคัญที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) ผลิตภัณฑ์ทั่วไป (Generic Product) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในอนาคต (Kotler, 2011: 434-438) อีกทั้งหลักสำคัญของกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ คือการออกแบบให้สวยงาม และโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ ของคู่แข่งเมื่อนำไปวางขาย ส่วนในด้านของร้านค้าออนไลน์กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์นั้น จะรวมไปถึงเรื่องความปลอดภัยของสินค้าในส่วนของการจัดส่งรวมอยู่ด้วย เพราะการส่งสินค้าในระยะทางไกลนั้นอาจจะเกิดเหตุไม่คาดฝันขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรจัดการห่อสินค้าให้ดีเพื่อป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นด้วย สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความประทับใจ และทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดี และการให้ข้อมูลข่าวสารเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ และเหมาะกับยุคสมัยนี้ที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างไร้พรมแดน ทำให้การรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการขายสินค้าออนไลน์ การให้ข่าวสาร โดยการโพสต์ประกาศ รวมไปถึงการฝากขายสินค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ (https://www.igitalgeek.com/blog/กลยุทธ์การตลาดออนไลน์, 09 Apr 2018) รวมทั้ง โครงสร้างของช่องทางที่มีส่วนในการจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด ด้วยการนำผลิตภัณฑ์ไปส่ง มอบให้แก่ลูกค้าภายในระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ สภาพแวดล้อมที่มีการส่งมอบบริการ สถานที่ซึ่งบริษัทและผู้บริโภคเกิดการแลกเปลี่ยนและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันรวมถึงองค์ประกอบ อื่น ๆ ที่จับต้องได้ที่ช่วยในการสื่อสารและประสิทธิภาพของบริการ ลักษณะทางกายภาพของบริการยัง รวมไปถึง สิ่งที่จับต้องได้ที่สื่อถึงบริการ อาทิเช่น โบรชัวร์ หัวจดหมาย นามบัตร รูปแบบรายงาน อุปกรณ์ต่าง ๆ ในบางกรณี รวมถึง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการนำเสนอบริการ (Lovelock and Wirtz, 2007: 15) ดังนั้นจากข้อค้นพบที่ว่าปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดจากผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความหลากหลาย ไม่ทันสมัย ไม่แตกต่างจากคู่แข่งขัน และบรรจุภัณฑ์ยังไม่ทันสมัย ไม่สวยงาม การจัดรูปแบบสถานที่จำหน่าย หรือสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ยังไม่จูงใจให้คนภายนอกมา

เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ ในการสื่อสารการตลาด ขาดเครือข่ายเพื่อช่วยกระจายผลิตภัณฑ์ จึงเป็นแนวทางสำคัญที่สามารถช่วยในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนาได้

ส่วนรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ 1) องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ 2) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน 3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ ซึ่งพบว่ามีความสอดคล้องกับสุธีรา ไชยเทพ (2549) ศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าด้านการผลิต คือ ต้นทุนการผลิตสูง มีของเสียจากการผลิตมาก และกำลังการผลิตไม่เพียงพอ ด้านการเงิน คือ ขาดความเข้าใจในการบริหารการเงิน ยอดขายต่ำและมีหนี้สูญ ด้านการจัดการ คือ ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการงานไม่เป็นระบบ การประสานงานภายในไม่ราบรื่น และยังสอดคล้องกับ รัตนา ดือเระซอ (2556) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาอาชีพการทำผลิตภัณฑ์จักสานเพื่อสร้างรายได้เสริมกลุ่มแม่บ้านปะกาลิมาปูโระ ตำบลบาราเฮาะ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกทุกคนต้องช่วยกันทำ โดยทำร่วมกันทุกวันศุกร์ ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ได้สวยงาม ประณีตและมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ด้วยวิธีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะและศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนประสบการณ์และฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ ซึ่งทั้งนี้ การที่ท้องถิ่นมีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัยผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น เป็นฐานในการสร้างวิสาหกิจชุมชน (สมชาย น้อยฉ่ำ และคณะฯ, 2561) และการพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพ สามารถทำได้โดย การให้การศึกษาแก่ชุมชนด้วยการพบปะเยี่ยมเยือนโดยตรง การอภิปรายกลุ่ม การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม (สนธยา พลศรี, 2547: 65-89) อีกทั้งบุคคลใด ๆ จะมีแรงจูงใจที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้น จะต้องมีความต้องการเป็นพื้นฐาน และความต้องการนั้นก็จะ เริ่มด้วยความปรารถนา จุดมุ่งหมาย เป็นเงื่อนไข และถ้าหากเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้ถูกกระตุ้นหรือผลักดันแล้ว ก็จะได้รับการตอบสนอง โดยบุคลากรเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างเต็มความสามารถ และทุ่มเท ความพยายามในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งก็จะส่งผลทำให้ได้ผลงานที่ดีมีคุณภาพ เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ (วันมีชัย บูรณะพันธุ์, 2550 : 32) ดังนั้นจากข้อค้นพบที่ว่า รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิต

ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ 1) องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ 2) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน 3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ จึงเป็นสิ่งที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านอายุที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก โดยมีอายุระหว่าง 60-75 ปี มีความอ่อนล้า หมดเรี่ยวแรงและมีปัญหาสุขภาพจำเป็นต้องพบแพทย์บ่อยครั้ง อีกทั้ง ต้องดูแลลูกหลาน การทำงานบ้าน ทำภารกิจส่วนตัว การเข้างานสังคม ช่วยงานบุญ งานกุศล ทำให้ไม่มีเวลาที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน จึงส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น กกรมการชุมชนควรให้ความสำคัญกับการเชิญชวนกลุ่มวัยทำงานหรือวัยกลางคนในชุมชน มาร่วมเป็นกรรมการชุมชน และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

2. ปัจจัยด้านขั้นตอนการผลิตที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่าการทำอาหารหรือผลิตภัณฑ์บางประเภทมีความยุ่งยากซับ ซ้อน จำเป็นต้องอาศัยฤดูกาล และใช้เวลามาก ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านควรเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องอาศัยฤดูกาล มีกรรมวิธีการทำไม่ยุ่งยากซับซ้อน อาศัยกำลังคนในการทำไม่มากนัก

3. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ทางด้านชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจ การมีเวลาว่างไม่ตรงกัน และไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มเพื่อยึดเป็นหลักในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านจึงควรได้รับความรู้เพิ่มเติมด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ เชิญผู้เชี่ยวชาญมาอบรมการทำผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย เพื่อให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งให้ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายเสียงภายในชุมชม

4. ปัจจัยด้านผลตอบแทน ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า การแบ่งผลตอบแทนต่างๆ ไม่ชัดเจน ไม่สามารถประมาณการรายได้ได้อย่างชัดเจน ดังนั้นกลุ่มแม่บ้านควรได้รับการอบรมเทคนิคการกำหนดราคาที่

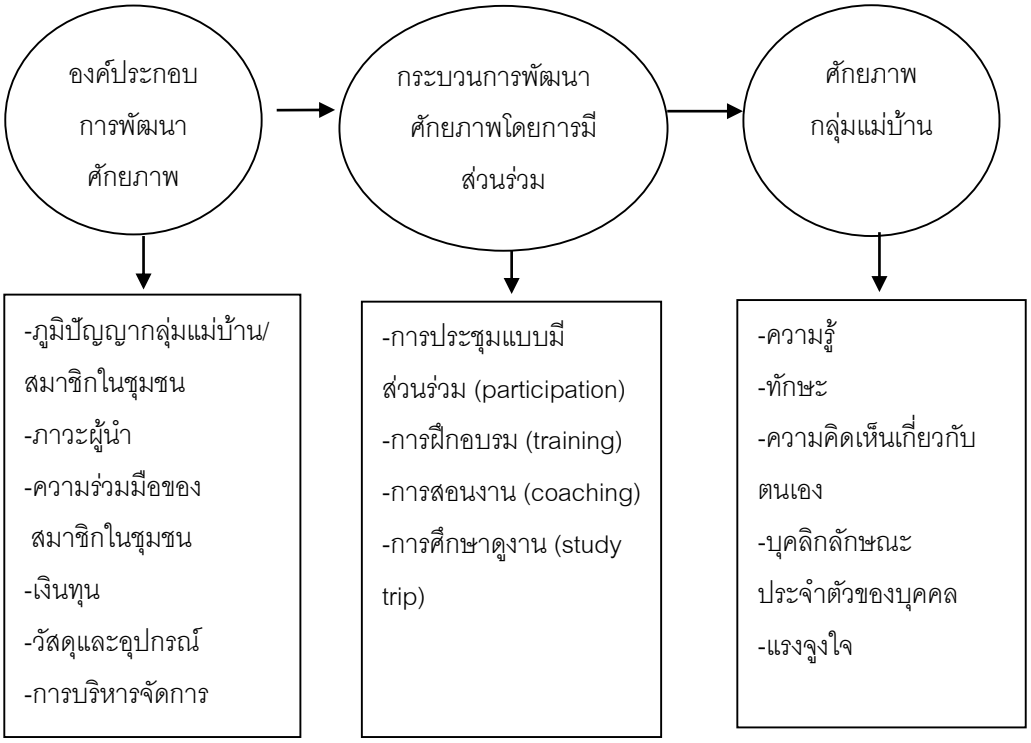
เหมาะสม โดยอาศัยปัจจัยการกำหนดราคา อาทิ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ต้นทุน คู่แข่งขัน อุปสงค์ เป็นต้น เพื่อให้เห็นต้นทุน รายได้ และการปันผลที่สอดคล้องกับต้นทุน และความพึงพอใจของทุกคน

5. ปัจจัยด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเรื่องที่อยู่อาศัย จากการขอเวนคืนพื้นที่บ้านที่รุกล้ำแนวริมคลองเปรมประชากร ดังนั้นคณะกรรรมการชุมชนควรให้มีการประชุมชี้แจงการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและกิจกรรมต่าง ๆ กลุ่มแม่บ้านและชุมชน ควบคู่ไปกับการออมทรัพย์ใช้ในการสร้างบ้าน และมีผลิตภัณฑ์ของชุมชน (OTOP) เพื่อก่อให้เกิดรายได้ให้ชุมชน

6. ปัจจัยด้านการตลาด ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มแม่บ้านขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด เช่น ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย แตกต่างจากคู่แข่งขัน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบัน วิธีการยืดอายุผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย การสร้างเครือข่ายเพื่อการจำหน่ายในหลายพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดที่สามารถจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้น จึงควรให้กลุ่มแม่บ้านได้มีการฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงานเพื่อให้กลุ่มแม่บ้านเกิดแนวคิด และทักษะใหม่ ๆ รวมทั้ง ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ ที่สวยงามแปลกตา จัดอบรมโดยผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนเป็นพี่เลี้ยง หรือเป็นผู้ช่วยกลุ่มแม่บ้านในการจำหน่ายด้วยช่องทางออนไลน์ รวมทั้ง จัดประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการหาสถานที่หรือจุดแสดงสินค้าที่เหมาะสม

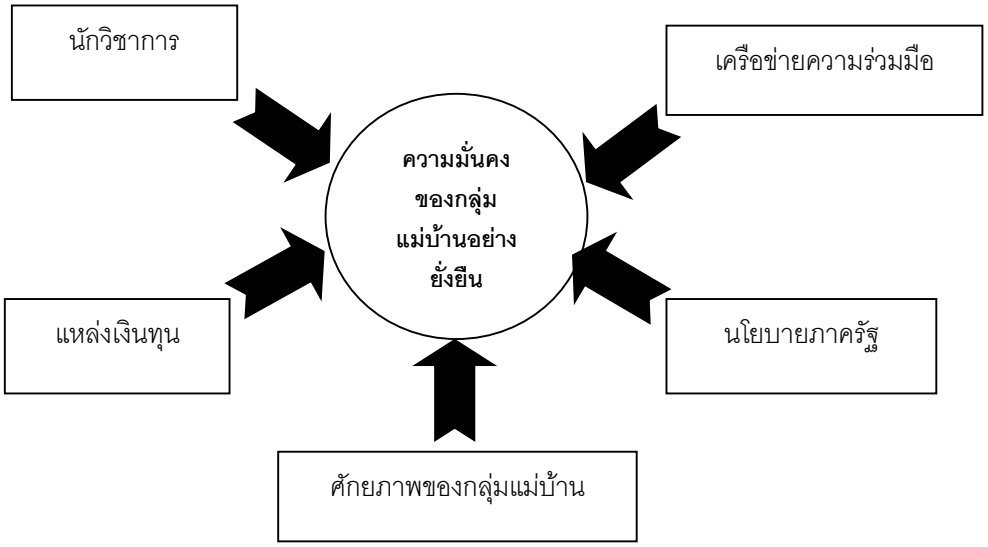
7. ปัจจัยด้านค่านิยม ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า สมาชิกของกลุ่มที่อายุน้อย ไม่สนใจทำผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่นิยมทำงานโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน หรือหน่วยงานราชการมากกว่า ดังนั้นควรให้ทุกคนทุกกลุ่มวัยในชุมชน เช่น เด็ก กลางคน เป็นต้น ตระหนักถึงความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการแบ่งเวลาในการมีส่วนร่วมในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

8. ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ (Input) กระบวนการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม (Process) และศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน (Output) สามารถกำหนดเป็นรูปแบบได้ ดังนี้



ภาพที่ 5.1 แสดงรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ดังนั้นความมุ่งหวังในการพัฒนาชุมชนด้วยการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นสามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาชุมชนได้ และท้ายที่สุดชุมชนจะมีความมั่นคงและความมั่งคั่งในระยะยาวอย่างพอเพียงและยั่งยืน ดังแผนภาพที่ 2



ภาพที่ 5.2 แสดงการมีส่วนร่วมเพื่อความมั่งคั่งและมั่นคงของกลุ่มแม่บ้านอย่างยั่งยืน

5.3.2 **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป**

1. การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนา เพื่อชุมชนจะได้นำข้อมูลมาศึกษาด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และการบริหารจัดการภายในชุมชน

2. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ศึกษาเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษาการพัฒนาศักยภาพกลุ่มอื่น ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มชุมชนพอเพียง กลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จต่อไป

3. ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคคล โดยเฉพาะ ด้านการบริหารจัดการ ด้านผลตอบแทน และด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ เพื่อเป็นการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้าน

1. ท่านชื่อ-สกุล อะไร อายุเท่าไหร่ สมาชิกในครอบครัวมีจำนวนเท่าใด ท่านจบการศึกษาระดับใด
2. ประวัติความเป็นมาของชุมชนร่วมพัฒนามีความเป็นมาอย่างไร
3. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มใด ทำมานานเท่าใด
4. สมาชิกในกลุ่มแม่บ้านของท่านมีจำนวนเท่าใดเพิ่มขึ้นหรือลดลง และเพราะเหตุใด
5. จุดเริ่มต้นหรือจุดก่อเกิดของกลุ่มแม่บ้านมาจากอะไร
6. ในช่วงเริ่มต้นของการตั้งกลุ่มแม่บ้านมีปัญหาอะไรหรือไม่ อย่างไร
7. สินค้าในกลุ่มของท่านขายดีหรือไม่ ท่านคิดว่าเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
8. ท่านคิดว่าสินค้าที่ท่านทำมีจุดแข็ง จุดอ่อนด้านใด
9. กลุ่มแม่บ้านของท่านมีกลยุทธ์การตลาดอย่างไร
10. ปัจจัยใดที่ทำให้กลุ่มแม่บ้านลดน้อยลง
11. ท่านคิดว่าจะมีวิธีการใดที่จะทำให้กลุ่มแม่บ้านมีจำนวนเพิ่มขึ้น
12. ปัญหาที่ท่านประสบในขณะนี้คืออะไร และท่านมีแนวทางการแก้ปัญหาอย่างไร
13. ท่านคิดว่ากลุ่มแม่บ้านของท่านมีศักยภาพในการทำผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือไม่ ด้านใด เพราะอะไร
14. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้หรือไม่ เพราะเหตุใด
15. ท่านคิดว่ากลุ่มแม่บ้านของท่านต้องการเสริมศักยภาพด้านใดมากที่สุด
16. องค์กรภาครัฐให้ความช่วยเหลือกลุ่มแม่บ้านหรือไม่ หากต้องการให้ช่วยเหลือต้องการให้ช่วยเหลือประเด็นใดมากที่สุด เพราะอะไร

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์ชุมชน

1. ชื่อ-สกุล อายุกี่ปี บุคคลในครอบครัวมีจำนวนเท่าใด
2. ท่านทำอาชีพอะไร
3. ท่านเป็นคนในพื้นที่หรือไม่ หรือย้ายมาจากที่ใด อาศัยมานานเท่าใด
4. ปัญหาในภาพรวมของคนในชุมชนคืออะไร
5. คนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอะไร สภาพความเป็นอยู่โดยทั่วไปเป็นอย่างไร
6. ชุมชนของท่านเริ่มก่อตั้งมาอย่างไร ประวัติศาสตร์ชุมชนเป็นอย่างไร
7. ท่านทราบหรือไม่ว่าในชุมชนของท่านมีกลุ่มแม่บ้าน
8. ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมในชุมชนของท่านมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ เปลี่ยนแปลงด้านใด
9. ท่านคิดว่าชุมชนของท่านมีจุดเด่นด้านใด จุดด้อย โอกาส หรืออุปสรรคด้านต่าง ๆ คืออะไร
10. ท่านต้องการให้หน่วยงานภาครัฐให้ความช่วยเหลือท่านหรือไม่ และต้องการให้ความช่วยเหลือด้านใด
11. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ในชุมชนของท่านสามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันได้หรือไม่อย่างไร
12. ภาพรวมของเศรษฐกิจในชุมชนเป็นอย่างไร
13. ท่านคิดว่าเหตุใดผลิตภัณฑ์ในชุมชนของท่านจึงลดน้อยลงกว่าในอดีต
14. ท่านคิดว่าคนในชุมชนจะมีส่วนร่วมต่อรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านได้หรือไม่ เพราะอะไร
15. ท่านคิดว่าจะมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านได้อย่างไร

ภาคผนวก ค

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย

1.1 การเลือกประเด็นวิจัย :

การทำวิจัยท้องถิ่น ณ ชุมชนร่วมพัฒนาเริ่มต้นจาก เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2559 มหาวิทยาลัยเกริก โดยศูนย์วิจัยและพัฒนานำคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยฯ ที่สนใจทำวิจัยชุมชนลงพื้นที่ ณ ศูนย์สุขภาพ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ โดยมีคณาจารย์ร่วมลงพื้นที่ประมาณ 20 คน และชุมชนร่วมพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน และชุมชน เข้าร่วมประชุมประมาณ 30 คน สำหรับวัตถุประสงค์ของการลงพื้นที่ครั้งนี้เพื่อให้คณาจารย์ที่สนใจทำวิจัยชุมชน (Community Based Research : CBR) รู้จักพื้นที่ที่จะทำวิจัย มีโอกาสรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ และปัญหาด้านต่าง ๆ ที่ต้องการได้รับการพัฒนา รวมทั้งการแก้ไข โดยชุมชนที่เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง และได้ช่วยกันระดมสมองเพื่อค้นหาความต้องการ ปัญหาต่าง ๆ ที่ประสบ รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหา โดยได้มีการบันทึกประเด็นความต้องการและปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องการได้รับการแก้ไขซึ่งมีประมาณ 10 ประเด็น และมีประเด็นหนึ่งที่กลุ่มผู้วิจัยเห็นว่า เป็นประเด็นความต้องการของชุมชนที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถของนักวิจัย คือประเด็นด้าน “แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ และการทำการตลาดให้กับกลุ่มแม่บ้านของชุมชนร่วมพัฒนา” จากประเด็นความต้องการดังกล่าว นับเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาโจทย์วิจัยท้องถิ่นร่วมกันระหว่างนักวิจัยอาจารย์และนักวิจัยชาวบ้านและนำไปสู่การขอรับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกริกและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ภาพที่ 7.1 กิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อเลือกประเด็นวิจัย ณ ชุมชนร่วมพัฒนา

1.2 การสร้างกลุ่มผู้วิจัย :

นักวิจัยอาจารย์ได้นัดหมายประธานชุมชนร่วมพัฒนา คือนางพันพร วรรณากุล เพื่อหารือเกี่ยวกับนักวิจัยซึ่งเป็นคนในชุมชนว่าจะมีผู้ใดสนใจเป็นนักวิจัยชุมชนเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร” ผลจากการสอบถามพบว่า คนในชุมชนส่วนใหญ่ทำงานประจำ บางคนค้าขาย บางคนแก่ชรา สุขภาพไม่แข็งแรง และมีภารกิจต้องเลี้ยงดูบุตรหลานไม่ค่อยมีเวลา ในที่สุดมีชุมชนที่สนใจเป็นนักวิจัยชาวบ้านจำนวน 6 คน ดังนี้ 1) นางพันพร วรรณากุล (ป้าเมียด) 2) นางบุญช่วย อินมะยูร (ป้าช่วย) 3) นางประหยัด เต๊ะหิรัญ (ป้าเล็ก) 4) นางสุวรรณา บุญพิทักษ์ (ป้าต๋อย) 5) นางลังสาด สุขปลื้ม (ป้าแป๋) 6) นางสาวอุษา ภูมิจิตชัย (พี่กุ้ง)

จากจำนวนนักวิจัยที่ระบุข้างต้นได้มีนักวิจัยอาจารย์ลาออกจากมหาวิทยาลัยเพื่อไปประกอบอาชีพอื่น จำนวน 2 คน คือ ดร.ประวีร์ ประพันธ์วงศ์ และอาจารย์นริศรา วิล จึงทำให้นักวิจัยอาจารย์จากจำนวน 4 คน เหลือ 2 คน คือ อาจารย์พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม ต่อมาอาจารย์จากคณะบริหารธุรกิจ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนตตี พิพัฒนางกูร สนใจเป็นนักวิจัย อีกทั้งอาจารย์จากคณะนิเทศศาสตร์จำนวน 2 คน คือ รองศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์มุทิตา อารยะเศรษฐากร สนใจเป็นนักวิจัย ทำให้มีนักวิจัยอาจารย์จำนวน 5 คน และนักวิจัยชาวบ้านจำนวน 6 คน ต่อมานักวิจัยชาวบ้านเสียชีวิตด้วยโรคชรา 1 คน ทำให้มีนักวิจัยคงเหลือรวมทั้งสิ้นจำนวน 10 คน ดังนี้

1. นางพันพร วรรณากุล (ป้าเมียด)
2. นางบุญช่วย อินมะยูร (ป้าช่วย)
3. นางประหยัด เต๊ะหิรัญ (ป้าเล็ก)
4. นางสุวรรณา บุญพิทักษ์ (ป้าต๋อย)
5. นางสาวอุษา ภูมิจิตชัย (พี่กุ้ง)

} นักวิจัยชุมชน

6. อาจารย์พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์ (อ.ปอ)
7. รองศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น (อ.แดง)
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชเนตตี พิพัฒนางกูร (อ.อ๊อด)
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม (อ.หน่อย)
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มุทิตา อารยะเศรษฐากร (อ.แอม)

} นักวิจัยอาจารย์

ภาพที่ 7.2 การลงพื้นที่เพื่อสร้างทีมนักวิจัย ณ ชุมชนร่วมพัฒนา

1.3 การพัฒนาโจทย์การวิจัย และการออกแบบโครงร่างการวิจัย :

จากการที่กลุ่มผู้วิจัยได้ทราบถึงความต้องการ และปัญหาของชุมชนซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ซึ่งกลุ่มแม่บ้านยังไม่สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเองและกลุ่มแม่บ้านได้อย่างยั่งยืน อีกทั้ง ชุมชนต้องการได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดเพื่อส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน โดยกลุ่มผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาโจทย์การวิจัย และออกแบบโครงร่างการวิจัย เพื่อทำให้การทำวิจัยชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ ดังมีกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1.3.1 การพัฒนาโจทย์การวิจัย

กิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหา
วันที่ 28 **กรกฎาคม** 2559
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทำความรู้จักกับผู้นำชุมชน ชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนร่วมพัฒนา
3. เพื่อรับฟังความต้องการ รวมทั้งปัญหาต่าง ๆ ของชุมชนอย่างชัดเจน ถูกต้อง ตรงประเด็น
4. เพื่อทำให้การกำหนดโครงร่างงานวิจัยมีความถูกต้อง และสามารถแก้ปัญหาของชุมชนอย่างถูกต้อง ตรงตามความต้องการ

กระบวนการ

กลุ่มผู้วิจัย ได้นัดหมายประธานชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนร่วมพัฒนา เพื่อพบปะพูดคุยเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน บริบทชุมชน การประกอบ

อาชีพ ปัญหา อุปสรรค ความต้องการด้านต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชน นักวิจัยอาจารย์และนักวิจัยชาวบ้าน เพื่อสามารถกำหนดหัวข้อการวิจัย รวมทั้งประเด็นการศึกษาที่สามารถพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชนได้ตรงประเด็นและเกิดประโยชน์สูงสุด

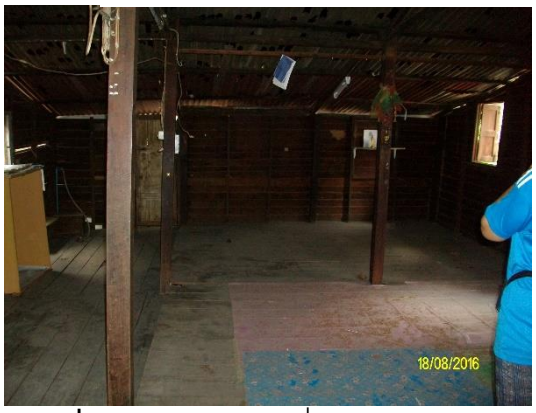
เครื่องมือที่ใช้ : กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด เพื่อจดบันทึกประเด็นของการสนทนา กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กล้องถ่ายภาพ

การจัดเวทีครั้งนี้ กลุ่มผู้วิจัยมีโอกาสทำความรู้จักกับประธานชุมชน ชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพพื้นที่ ความเป็นอยู่โดยรวม การประกอบอาชีพ ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดจากการประกอบอาชีพ ความต้องการด้านการประกอบอาชีพ ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากประธานชุมชนร่วมพัฒนา คือ ป้าเมียด ป้าเล็ก และป้าช่วย และผู้สูงวัยในชุมชนในการเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เช่น ประวัติความเป็นมาของชุมชน การประกอบอาชีพเมื่อครั้งอดีต การริเริ่มให้มีกลุ่มแม่บ้าน ลักษณะการทำงานของกลุ่มแม่บ้าน จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ทำและวางจำหน่าย ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ

กลุ่มผู้วิจัยได้เริ่มเก็บข้อมูลประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และร่วมกันเขียนร่างข้อเสนอโครงการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่การพิจารณาหัวข้อการวิจัยที่ชัดเจนและถูกต้อง และเป็นหัวข้อที่ตรงตามความต้องการของชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและแก้ไขปัญหาให้ชุมชนได้อย่างแท้จริง ซึ่งจากการสนทนา และสัมภาษณ์ประเด็นต่าง ๆ ในเชิงลึก พบว่ากลุ่มแม่บ้านมีประเด็นความต้องการในการทำวิจัยที่หลากหลาย อาทิ การทำวิสาหกิจชุมชน การทำเกษตรชุมชน เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ ปลูกถั่วงอก การทำโรงเพาะเห็ด แต่ด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ อาทิ พื้นที่ว่างภายในชุมชนมีจำกัด บ้านพักแต่ละหลังเหลือพื้นที่ว่างค่อนข้างน้อย เนื่องจากส่วนใหญ่ปลูกบ้านเต็มพื้นที่ อีกทั้ง เงินทุนในการทำโรงเรือนโดยเฉพาะการทำโรงเพาะเห็ดต้องใช้งบประมาณสูง ต้องการการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจึงจะได้ผลผลิตที่สามารถสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำให้กับชุมชน และชุมชนได้เสนอความคิดเห็นว่าหากปัญหาการย้ายบ้านซึ่งรุกล้ำคลองเปรมประชากรคลี่คลายลง กลุ่มแม่บ้านและชุมชนสนใจการทำตลาดน้ำในคลองเปรมประชากรเป็นอย่างมาก เนื่องจากชุมชนเล็งเห็นว่าการทำตลาดน้ำจะสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชน สามารถนำเงินรายได้ผ่อนชำระค่าบ้านและช่วยลดภาระรายจ่ายให้ลูกหลานได้ดี ดังนั้น การมีรายได้เสริมจึงเป็นเรื่องที่ชุมชนให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง

ป้าเมียด : ป้าอยากทำโรงเพาะเห็ด เพราะตอนนี้คนรักษาสุขภาพ และนิยมกินเห็ดกันมาก ป้ามีบ้านอยู่ในซอยไม่ไกลจากที่นี่นัก ตอนนี้บ้านมันว่างไม่ได้ทำอะไร น่าจะทำโรงเพาะเห็ดได้ แต่ป้าก็รู้ว่ายุ่งยากเหมือนกัน ต้องช่วยกันดูแลอย่างดี ป้าก็ไม่รู้ว่าเวลาทำวิจัยแล้ว ว่าจะมีงบหรือมีอะไรที่จะช่วยสร้างโรงเพาะเห็ดได้ไหม ป้าก็อยากทำนะ พูดถึงตลาดน้ำก็น่าทำมาก ๆ เพราะเป็นรู้กันดีว่าชุมชนของเราอยู่ใกล้วัดหลายวัด หากเราทำตลาดน้ำสำเร็จ เราก็จะเชิญชวนคนในชุมชนให้ทำของที่แต่ละคนถนัดมา

ขาย ทำให้ดี ให้น่ากิน น่าซื้อ เราอาจจะขายของริมน้ำ หรือจะขายในน้ำแบบพายเรือก็แล้วแต่ ก็ต้องดูกันอีกทีว่าอะไรมันดี น้ำที่บางช่วงมันเริ่มมีกลิ่นจะเป็นอุปสรรคหรือเปล่า รัฐบาลจะช่วยอย่างไร และเราก็เคยคุยกันในชุมชนว่าจะจัดทัวร์ไหว้พระ 9 วัด ของเราไหว้ได้หลายวัดเลย ชุมชนของเราจะดีกว่าที่อื่น เรามีของดีอยู่ ใกล้ ๆ พื้นที่เรา มันน่าเที่ยว แต่ตอนนี้พวกเราก็กังวลเรื่องที่อยู่มาก เห็นว่าทางการเค้าจะเอาที่คืน พวกที่ปลูกล้ำในคลอง แต่ถ้าหากเรื่องเรียบร้อยดี พวกเรามีบ้านอยู่อย่างแน่นอน และทางการทำทางให้คนมาซื้อของในคลองเปรมฯ ได้จะดีมาก พวกเราจะมั่นคง ป้าเชื่อว่าคนจะคึกคักมาก มันจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ อีกแหล่งหนึ่งที่คนต้องพูดถึง และบอกต่อกันเยอะ แต่ก็ต้องปรับปรุงอะไรต่อมิอะไรอีกหลายอย่าง และก็ต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนอย่างมากเลย ต้องมีการประสานงานและอะไรต่อมิอะไรอีกหลากอย่าง แบบนี้มันดีเราไม่ต้องไปขายของที่อื่นทำที่บ้านเรานี่แหละ



ภาพที่ 7.3 บ้านป้าเมียดซึ่งต้องการแปลงสภาพเป็นโรงเพาะเห็ดในระยะแรกของการทำวิจัย

ป้าเล็ก : ที่นี่มีคนสูงวัยเยอะเลย พวกเรามีฝีมือการทำอาหาร พวกเราเป็นแม่บ้านที่ทำอาหารเก่งหลายอย่าง พวกของกินที่หากินยาก ๆ พวกเราทำเป็นหมด พ่อแม่ทำกินเราก็ดู และบางที่พ่อแม่ก็สอนด้วย อาหารของเราอร่อยแบบโบราณ แบบคนโบราณทำ แต่มันมีปัญหาคือพวกหีบห่อของเราไม่สวย บางทีของเราอร่อยแต่คนมองว่าหีบห่อไม่สวยอาจจะไม่อร่อยคนก็ไม่ซื้อ ที่เราทำก็พอขายได้ ยี่ห้อ

อะไรต่าง ๆ เราไม่มีนะ โฆษณาก็ไม่เป็น บางทีมันต้องใช้เงินเราก็ไม่ไหว ความรู้เราก็ไม่มี ลูกหลานเค้าก็ยุ่งเรื่องเรียน เรื่องการทำงานของเค้า เราอาศัยคนกินอร่อยก็มาซื้ออีก ป้าว่าหากห่อสวย ๆ โฆษณาดี ๆ น่าจะมีคนมาซื้อเยอะอยากให้อาจารย์มาช่วยกัน พออาจารย์มากันเราก็ดีใจเพราะว่าน่าจะมีอะไรดี ๆ เกิดขึ้นในชุมชนเรา

ป้าช่วย : เท่าที่ป้ารู้ที่อื่นเค้าตั้งเป็นวิสากิจชุมชน ขายของหลายอย่าง เราก็น่าทำแลดูดี รู้สึกเป็นระบบดี แต่ป้าก็รู้ว่ายุ่งยาก มันต้องมีระบบ มีการทำบัญชี ต้องมีเอกสารอะไรเยอะแยะ ต้องมอบหมายหน้าที่กันทำ แบบเป็นตำแหน่ง และของที่ทำก็ต้องมีคุณภาพมาก ๆ ต้องได้มาตรฐานอะไรด้วย พวกป้า ๆ ก็แก่แล้ว ลูกหลานมันก็ทำงานกันหมด เหลือแต่คนแก่ ๆ แต่ใจก็ยังสู้นะ เพราะป้าและทุก ๆ คนก็อยากมีรายได้ยิ่งหากต้องผ่อนบ้านด้วยป้าว่าจะดีมากเลย จะได้ช่วยแบ่งเบาลูกหลานได้อีกทางหนึ่ง ตอนนี้พวกเราก็เครียดเรื่องบ้านกันหมด ไม่ค่อยได้คิดเรื่องอื่นเลย คิดแต่เรื่องบ้าน

ภาพที่ 7.4 สวนเกษตรดาดฟ้า สำนักงานเขตหลักสี่ ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจให้ชุมชนต้องการปลูกผักเพื่อสร้างรายได้

ต่อจากนั้น กลุ่มผู้วิจัยจึงร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งมีโจทย์การวิจัยหลายโจทย์ อาทิ การทำวิสาหกิจชุมชนในชุมชนร่วมพัฒนา การทำผักปลอดสารพิษ การทำงานฝีมือ ในที่สุดจึงได้โจทย์วิจัยร่วมกัน ดังนี้ “แนวทางพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร” เนื่องจากมีความเห็นร่วมกันว่า กลุ่มแม่บ้านเป็นคนสูงวัยที่มีฝีมือ มีประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่หลากหลาย แต่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ จึงส่งผลกระทบต่อรายได้ที่มั่นคง

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

ในระยะเริ่มต้นของการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างนักวิจัยอาจารย์และนักวิจัยชุมชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น นักวิจัยอาจารย์ควรอธิบายให้ชุมชนเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยว่าคืออะไร เกิดประโยชน์อะไรต่อชุมชน และควรอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับช่วงเวลาของการทำวิจัยว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อภาระงานประจำต่าง ๆ ที่เคยทำ ควรแจ้งว่างบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนมีที่มาอย่างไรวิธีการเบิก-จ่ายเป็นอย่างไร และใช้จ่ายอะไรได้บ้าง ซึ่งจะทำให้นักวิจัยทุกคนเกิดความสบายใจ มีความโปร่งใส และพร้อมจะร่วมมือกันทำวิจัยต่อไป

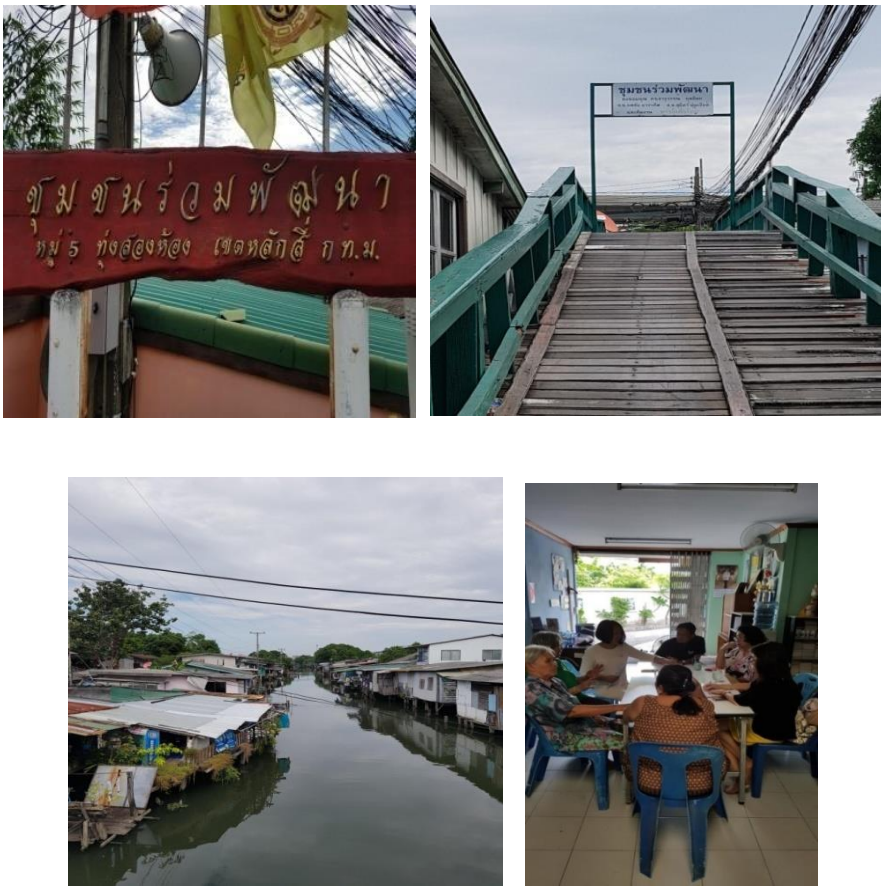
ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

1. นักวิจัยอาจารย์และนักวิจัยชุมชนมีความรู้จัก คุ้นเคยกันมากขึ้น ทำให้กล้าคิด กล้าแสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น

2. นักวิจัยมีโอกาสเดินสำรวจสภาพโดยรวมของชุมชน สนทนา ทักทายกับคนในชุมชน ทำให้เข้าใจสภาพความเป็นอยู่ และบริบทพื้นที่ได้ดียิ่ง

3. มีโอกาสรับฟังความต้องการ หรือปัญหาต่าง ๆ ของชุมชนในหลากหลายแง่มุม ทำให้เกิดความเข้าใจและนำไปสู่การเขียนโครงร่างงานวิจัยที่ถูกต้อง อีกทั้งสามารถแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างตรงประเด็น

4. ได้หัวข้อการวิจัยที่ตรงกับความต้องการ และทำให้นักวิจัยชาวบ้านมีความเข้าใจจุดประสงค์ของการวิจัย ทราบขั้นตอนการทำวิจัยที่ชัดเจนมากขึ้น



ภาพที่ 7.5 กิจกรรมการลงพื้นที่เพื่อทราบประเด็นปัญหา ความต้องการ และแนวทางการแก้ปัญหาของชุมชนร่วมพัฒนา

1.3.2 การออกแบบโครงร่างการวิจัย

การออกแบบโครงร่างงานวิจัยเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำการวิจัย เนื่องจากโครงร่างงานวิจัยเป็นกรอบหรือแนวทางสำคัญ และเป็นสิ่งนำทางเพื่อให้การทำวิจัยดำเนินไปอย่างถูกต้อง ชัดเจน และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยได้เป็นอย่างดี โครงร่างการวิจัย ประกอบด้วยหัวข้อต่าง ๆ หลายหัวข้อ อาทิ ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย คำถามของการวิจัย ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย ระยะเวลาในการดำเนินงาน งบประมาณค่าใช้จ่ายในการวิจัย โดยคณะผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การออกแบบโครงร่างการวิจัย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

<u>กิจกรรมที่ 1</u>

กิจกรรมลงพื้นที่วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลบริบทของพื้นที่วิจัย (ครั้งที่ 1)
วันที่ 18 สิงหาคม 2559
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาโครงร่างงานวิจัยที่ถูกต้อง ชัดเจน สามารถพัฒนา และแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น
2. เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน
3. เพื่อค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน
4. เพื่อค้นหาศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข

กระบวนการ

กลุ่มผู้วิจัย ได้นัดหมายประธานชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพบปะพูดคุย สัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน เพื่อค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง ศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข เพื่อนำไปสู่การกำหนดโครงร่างงานวิจัยได้อย่างถูกต้อง อันจะทำให้ผลของวิจัยช่วยพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างแท้จริง

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อพัฒนาโครงร่างการวิจัยร่วมกับกลุ่มแม่บ้านอย่างต่อเนื่อง โดยได้ประชุมร่วมกับป้าเมียด ป้าเล็ก ป้าช่วย ป้าแป๋ ป้าต๋อย และพี่กุ้ง ซึ่งจากการลงพื้นที่ดังกล่าวพบว่ากลุ่มแม่บ้านบางคนยังไม่ทราบแน่ชัดว่า ตกลงแล้วหัวข้อการวิจัยคืออะไร ดังนั้น ผู้วิจัยอาจารย์จึงควรจัดทำเอกสารสรุปชื่อหัวข้อที่จะทำวิจัยแจกให้นักวิจัยชุมชน โดยการส่งทางไลน์กลุ่ม เพื่อให้ทุกคนรับทราบเพื่อสามารถทำงานวิจัยที่มีเป้าหมายตรงกัน และควรแจกหัวข้อที่จะปรากฏในโครงร่างการวิจัย และต้องยอมรับว่า โครงร่างการวิจัยบางหัวข้อ ทำความเข้าใจยาก ดังนั้น จึงควรอธิบายช้า ๆ และพยายามให้นักวิจัยชุมชนแสดงความคิดเห็น เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและได้ผลการวิจัยที่ชุมชนต้องการจริง ๆ และ

เมื่อเสร็จสิ้นการประชุมในแต่ละวัน นักวิจัยอาจารย์ควรจัดพิมพ์ให้เรียบร้อย และควรจัดทำร่างโครงร่างการวิจัย เพื่อให้นักวิจัยชุมชนช่วยกันวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งจะทำให้การจัดทำโครงร่างการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

1. ทราบบริบท สภาพของชุมชน สภาพแวดล้อม สภาพความเป็นอยู่ และการประกอบอาชีพของคนในชุมชนตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทราบปัญหา อุปสรรคและความต้องการด้านต่าง ๆ
2. ทราบความต้องการด้านการประกอบอาชีพของกลุ่มแม่บ้าน
3. ได้โครงร่างการวิจัยที่ชัดเจนและเป็นไปตามความต้องการของชุมชน

ภาพที่ 7.6 การลงพื้นที่วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่วิจัย ณ ชุมชนร่วมพัฒนา

<u>กิจกรรมที่ 2</u>

กิจกรรมลงพื้นที่วิจัยเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่วิจัย (ครั้งที่ 2)
วันที่ 25 สิงหาคม 2559
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาโครงร่างงานวิจัยที่ถูกต้อง ชัดเจนและสามารถพัฒนาและแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น
2. เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน
3. เพื่อค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน
4. เพื่อค้นหาศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข

กระบวนการ

กลุ่มผู้วิจัย ได้นัดหมายป้าเมียด ซึ่งเป็นประธานชุมชน กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพบปะพูดคุยสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านอย่างต่อเนื่อง โดยได้เดินสำรวจภายในชุมชนอย่างทั่วถึงทั้งฝั่งซ้ายและฝั่งขวาของสะพานข้ามคลองเปรมประชากร เพื่อสามารถพัฒนาโครงร่างงานวิจัย การค้นหาศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง ศักยภาพที่ต้องการได้รับการพัฒนาแก้ไข เพื่อสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและทำการตลาดเพื่อสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้ง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มนักวิจัย

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด เพื่อจดบันทึกประเด็นของการสนทนา กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมคำตอบที่ต้องการจากชุมชน กล้องถ่ายภาพ

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

การสัมภาษณ์หรือสนทนากลุ่มแม่บ้าน ควรจดบันทึกให้ครบถ้วนแม้จะเป็นประเด็นที่เป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นคำถามหรือประเด็นการสนทนา เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านมิใช่นักวิชาการ อาจต้องการการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ การปล่อยให้กลุ่มแม่บ้านพูดคุยในประเด็นที่ต้องการพูดจะทำให้การให้ข้อมูลเป็นไปด้วยความเป็นกันเอง ไม่เครียด ไม่ตื่นเต้น ดังนั้น นักวิจัยอาจารย์จึงควรปล่อยให้การสนทนาดำเนินไปตามปกติ แต่เมื่อมีโอกาสเหมาะสมให้ย้ำประเด็นคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการใน

ที่สุด อีกทั้ง เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมในแต่ละครั้งกลุ่มผู้วิจัยควรรีบสรุปผลการจัดกิจกรรมเพื่อให้ได้ประเด็นหรือสาระที่สด ใหม่ ครบถ้วน มีชีวิตชีวา และควรสอบถามกลุ่มแม่บ้านถึงวัน-เวลาของการประชุมหรือการลงพื้นที่ครั้งต่อไปว่าสะดวกวันและเวลาใด เพื่อมิให้การประชุมรบกวนเวลาการทำงานหรือเวลาการดูแลครอบครัวของกลุ่มแม่บ้านมากเกินไปจนทำให้เกิดความท้อถอยหรือเบื่อหน่าย

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

จากการที่กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อพัฒนาโครงร่างการวิจัยร่วมกับกลุ่มแม่บ้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถพัฒนาโครงร่างการวิจัยที่ถูกต้อง เหมาะสมสามารถพัฒนา และแก้ปัญหาชุมชนได้ตรงประเด็น โดยกลุ่มผู้วิจัยได้ประชุมร่วมกันกระทั่งได้ร่างข้อเสนอโครงการวิจัยที่เสร็จสมบูรณ์และพร้อมจะนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในการให้ข้อเสนอแนะเพื่อทำให้การออกแบบโครงร่างการวิจัยมีความถูกต้อง และนำไปสู่การตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างสมบูรณ์

<u>กิจกรรมที่ 3</u>

การนำเสนอโครงร่างการวิจัย
วันที่ 27 มีนาคม 2560
ณ ห้องประชุม 1219 อาคารมังคละพฤกษ์
มหาวิทยาลัยเกริก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเสนอโครงร่างการวิจัย
2. เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เข้าร่วมฟังการนำเสนอโครงร่างการวิจัย
3. เพื่อสอบถามข้อสงสัย และประเด็นความรู้ต่าง ๆ ที่สามารถนำไปปรับแก้โครงร่างการวิจัยได้อย่างสมบูรณ์

กระบวนการ

1. จัดส่งเอกสารโครงร่างการวิจัยให้ศูนย์วิจัยและพัฒนา รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
2. นัดหมายทีมผู้วิจัยเพื่อซักซ้อมการนำเสนอ การตอบข้อซักถาม การจัดทำเอกสารการนำเสนอ Power Point

3. การมอบหมายภารกิจต่าง ๆ ให้ทีมวิจัยรับผิดชอบ อาทิ การนำเสนอ การตอบคำถามหรือข้อซักถามของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เข้าร่วมฟังการนำเสนอ การจดบันทึก การอัดเทปบันทึกเสียง การถอดเทปบันทึกเสียง

เครื่องมือที่ใช้

กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา น้ำยาลบคำผิด เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษจดประเด็นคำถามต่าง ๆ เอกสารโครงร่างการวิจัย Flash Drive ซึ่งบันทึกไฟล์โครงร่างการวิจัย

บทเรียนที่ได้จากการทำกิจกรรม

ทีมผู้วิจัยควรจัดทำ Power Point ที่สอดคล้องกับเวลาที่กำหนด เนื่องจากการเตรียมการนำเสนอที่ยาวเกินไป และเมื่อคณะกรรมการจัดงานเร่งรัดเวลาการนำเสนอ ทำให้การนำเสนอช่วงท้ายเร่งรีบ และไม่สามารถบรรยายสรุปได้อย่างครบถ้วน ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เข้าร่วมฟังไม่เข้าใจภาพรวมของการนำเสนอได้อย่างสมบูรณ์ ส่งผลต่อการให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ และควรจัดเรียงลำดับการนำเสนอให้ถูกต้อง ชัดเจน อีกทั้ง การจัดทำ Power Point ไม่ควรใช้ Background ซึ่งมีสีเข้มผลให้ตัวอักษรไม่ชัดเจน และ Font ตัวอักษรมีขนาดเล็กเกินไป ภาพประกอบมากเกินไป และควรเพิ่มแหล่งที่มาของข้อมูลต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ อาทิ การระบุวันที่สืบค้นจากเว็บไซต์หรือคอลัมน์ที่นำมาอ้างอิง

ผลที่ได้จากการทำกิจกรรม

หลังจากการนำเสนอโครงร่างการวิจัยเสร็จสิ้นลง ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอให้กลุ่มผู้วิจัยปรับแก้โครงร่างการวิจัยให้ถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อาทิ หลักการและเหตุผล ควรระบุให้เห็นถึงความสำคัญ จำเป็นในการทำวิจัย ประวัติความเป็นมาของชุมชนร่วมพัฒนา การศึกษาบริบทพื้นที่วิจัยให้สมบูรณ์มากขึ้น การระบุกลุ่มแม่บ้านที่เคยมีและปัจจุบันคงเหลือเท่าใด หลังจากเพิ่มเติมข้อมูลตามข้อเสนอแนะเสร็จเรียบร้อยแล้ว กลุ่มผู้วิจัยได้นำเสนอโครงร่างการวิจัยต่อผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2561 ทั้งนี้ เพื่อรับทราบข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานวิจัย และเพื่อให้โครงร่างการวิจัยมีความสมบูรณ์ ถูกต้องและชัดเจน

ภาพที่ 7.7 การนำเสนอโครงร่างงานวิจัยต่อศูนย์วิจัยและพัฒนาและผู้ทรงคุณวุฒิจากโหนดสุวรรณภูมิ

จากการนำเสนอดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิจาก สกว. ซึ่งประกอบด้วย ศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ ดร.อุทัย ดุลยเกษม รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส ปิ่นตบแต่ง ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับแก้และเพิ่มเติมข้อมูลต่าง ๆ อาทิ ชุมชนที่ศึกษามีความเข้มแข็งจากอะไร ประวัติศาสตร์ชุมชนเป็นอย่างไร การก่อตั้งกลุ่ม การทบทวนวรรณกรรม วิธีการ Sampling การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุของความล้มเหลวในการทำผลิตภัณฑ์กลุ่มต่าง ๆ สภาพการณ์ก่อนการเปลี่ยนแปลง Treatment ที่จะใส่เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การวัดผลการเปลี่ยนแปลงของชุมชน การเปลี่ยนแปลงศักยภาพของชาวบ้าน การเก็บข้อมูลแบบ Pre-test และ Post-test และผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะให้ปรับเปลี่ยนชื่องานวิจัย จาก “**แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร**” เป็น “**การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร**” ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนโดยการตัดคำว่า ***“แนวทาง”*** ออกจากชื่องานวิจัย ดังนั้นโครงการนี้ จึงมีชื่อว่า “**การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร**” เป็น “**การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร**”

ภาคผนวก ฆ

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงโครงการวิจัย

กลุ่มผู้วิจัยซึ่งประกอบด้วยนักวิจัย และนักวิจัยชุมชน ได้จัดประชุมชี้แจงโครงการวิจัยต่อชุมชนร่วมพัฒนา ณ ศูนย์การเรียนรู้ ชุมชนร่วมพัฒนา ดังมีการดำเนินการ ดังนี้

กิจกรรมการประชุมชี้แจงโครงการการวิจัยชุมชม
หัวข้อ การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชนร่วมพัฒนา
เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
วันที่ 17 กันยายน 2559
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทำให้ชุมชนร่วมพัฒนารับรู้เกี่ยวกับการเข้ามาทำงานวิจัยร่วมกันระหว่างนักวิจัยอาจารย์และนักวิจัยชุมชน

2. เพื่อทำให้ชุมชนร่วมพัฒนารู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย และประโยชน์โดยรวมที่จะเกิดขึ้นภายในชุมชน

3. เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับคนในชุมชน ทำให้เกิดความไว้เนื้อเชื่อใจและให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลหรือการให้ความร่วมมือด้านต่าง ๆ แก่กลุ่มผู้วิจัย

กระบวนการ

นักวิจัยอาจารย์โทรศัพท์สอบถามประธานชุมชนร่วมพัฒนาเกี่ยวกับวันเวลาที่เหมาะสมเพื่อจัดประชุมชี้แจงโครงการการวิจัยชุมชนต่อชุมชนร่วมพัฒนา หลังจากทราบวันที่แล้ว ได้จัดเตรียมกำหนดการของการประชุม กำหนดผู้รับผิดชอบภารกิจด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านสถานที่ การลงทะเบียน เอกสาร อุปกรณ์การเขียน อาหารว่าง อาหารกลางวัน พิธีกร และผู้นำเสนอโครงการวิจัยกับคนในชุมชน

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษ Flip Chart กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา ดินสอ วาระการประชุม เอกสารการลงทะเบียนผู้เข้าประชุม กล้องถ่ายภาพ

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

1. สถานที่การจัดประชุมชี้แจงโครงการค่อนข้างแคบ จึงทำให้ชุมชนไม่สามารถเข้าฟังได้ทั้งหมด บางคนต้องยืนด้านนอกห้องประชุม และได้ยินประเด็นการประชุมไม่ชัดเจน

2. เครื่องขยายเสียงไม่ชัดเจน เสียงก้อง เบาบ้าง ดังบ้าง ลำโพงเสียงแตก ทำให้ฟังไม่ชัดเจน

3. ชุมชนหลายคนติดภารกิจไม่สามารถเข้าร่วมฟังได้ เนื่องจากทราบวันเวลาการประชุมค่อนข้างกระชั้น เนื่องจากการแจ้งวัน-เวลาการประชุมเป็นไปลักษณะการบอกต่อ

4. ชุมชนหลายคนเข้าใจว่า การทำวิจัย คือการนำเงินงบประมาณจากทางราชการมาลงที่พื้นที่ชุมชน

5. กลุ่มแม่บ้านให้ความเห็นว่าอาหารว่างไม่ควรซื้อ ควรทำเองและไม่ควรซื้อของว่างที่มีแบรนด์เนมเนื่องจากราคาสูง ควรให้กลุ่มแม่บ้านทำเองจะอร่อย ได้ปริมาณมาก และทำให้ชุมชนมีรายได้

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

ชุมชนรับทราบวัตถุประสงค์ของการเข้ามาทำงานวิจัยของอาจารย์นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเกริกและนักวิจัยชุมชน ซึ่งในระหว่างการประชุมชี้แจงโครงการนั้น นักวิจัยอาจารย์ได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับคนในชุมชน อาทิ พ่อบ้าน แม่บ้าน คนหนุ่ม-สาว คนสูงวัย รวมทั้ง เด็ก ๆ ในชุมชน ทำให้ชุมชนเข้าใจเหตุผล และวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ว่าต้องการพัฒนาและแก้ปัญหาให้คนในชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนอยู่ดีกินดี มีความผาสุก เข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยอย่างแท้จริง และรับรู้ว่าการทำวิจัยจะเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างไรบ้าง อีกทั้ง ได้รับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นภายในชุมชนตลอดระยะเวลา 18 เดือน ที่มีการทำวิจัยในชุมชนร่วมพัฒนา

ภาพที่ 7.8 การประชุมชี้แจงโครงการวิจัยต่อชุมชนร่วมพัฒนา

ภาคผนวก ง

ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 กลุ่มผู้วิจัยได้กำหนดแผนการดำเนินกิจกรรมดังนี้

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริบทพื้นที่วิจัย และประวัติความเป็นมาของชุมชน
2. เพื่อทราบประวัติความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กระบวนการ

การศึกษาบริบทชุมชน กลุ่มผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ พูดคุย กับคนในชุมชนที่เป็นผู้ที่อาศัยในชุมชนมาตั้งแต่แรกสร้าง ซึ่งขณะนั้นยังเป็นเด็กในชุมชน แต่ปัจจุบันชุมชนหลายคนมีอายุกว่า 70 ปี จึงมีความเข้าใจบริบทชุมชนและสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้เป็นอย่างดี อาทิ ประวัติความเป็นมา พื้นที่ อาณาเขต จำนวนประชากร จำนวนหลังคาเรือน การประกอบอาชีพ ปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ นอกจากนั้น ได้เดินสำรวจพื้นที่ชุมชน การสนทนากับชุมชน การสร้างความคุ้นเคยกับคนในชุมชน การอุดหนุนสินค้า รวมทั้งอาหารของแม่ค้าภายในชุมชน อาทิ อาหารตามสั่ง เครื่องดื่ม น้ำแข็งใส กล้วยแขก ผลไม้ เช่น ฝรั่ง ส้ม มะพร้าวอ่อน เพื่อสร้างมิตรภาพที่ดีต่อคนในชุมชน นอกจากนั้น ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร และเว็บไซต์เพื่อทำให้การรวบรวมข้อมูลมีความสมบูรณ์และรอบด้านมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษ Flip Chart เพื่อจดบันทึกประเด็นของการสนทนา กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกการสนทนา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

1. เนื่องจากนักวิจัยอาจารย์ขับรถส่วนตัวเข้าไปในชุมชนหลายคัน ทำให้หาที่จอดรถค่อนข้างยาก บางคนจอดบนคอสะพานข้ามคลองเปรมประชากรทำให้เสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ และหาที่จอดรถยากทำให้เวลาล่วงเลยแต่ไม่มากนัก

2. นักวิจัยชุมชนบางคนหลงลืมการนัดหมาย และไม่รับโทรศัพท์ ทำให้เวลาการสัมภาษณ์เลื่อนออกไป

3. ควรให้นักศึกษาลงพื้นที่เพื่อเป็นผู้ช่วยนักวิจัยในการเก็บข้อมูล ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อนักศึกษาและทำให้การเก็บข้อมูลมีความคล่องตัว และครบถ้วนมากขึ้น

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

จากการสนทนากับกลุ่มแม่บ้านและการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมพบว่าเขตหลักสี่ ซึ่งเป็นเขตที่ตั้งของชุมชนร่วมพัฒนา เดิมอยู่ในเขตการปกครองของสำนักงานเขตบางเขน ต่อมาได้โอนย้ายไปอยู่ในเขตการปกครองของสำนักงานเขตดอนเมือง ก่อตั้งขึ้นมากว่า 80 ปี สภาพพื้นที่โดยรวมเป็นทุ่งนา ในอดีตมีบ้านเรือนไม่มากนัก ที่ดินในชุมชนถูกจับจองจากคนที่ย้ายมาจากท้องที่อื่น ทำอาชีพด้านการเกษตร และด้วยในอดีตความเจริญยังเข้าไปไม่ถึงชุมชน ถนนที่ใช้สัญจรในยุคนั้นจึงเป็นเพียงถนนที่ทำจากดิน ส่วนถนนคอนกรีตเกิดขึ้นในช่วงที่คนในชุมชนร่วมมือกันสร้างขึ้นโดยใช้วิธีการเรี่ยไรเงินจากคนในชุมชน ส่วนด้านแรงงานในการทำถนนนั้น ใช้แรงงานทั้งผู้หญิง ผู้ชาย และคนหนุ่มสาวที่เสียสละเงินและร่วมแรงร่วมใจกันสร้างถนนในชุมชน สภาพความเป็นอยู่โดยทั่วไปของชุมชนโดยรวมค่อนข้างปลอดภัย ส่วนปัญหาด้านยาเสพติดซึ่งเป็นปัญหาระดับชาติ นับว่ายังคงมีปัญหาเช่นเดียวกับพื้นที่อื่น ๆ ชุมชนประสบปัญหาน้ำท่วมบ่อยครั้ง เนื่องจากมีพื้นที่อยู่ใกล้คลองเปรมประชากร ปัญหาด้านมลพิษมีไม่มาก เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงไม่มีการตั้งโรงงานอุตสาหกรรม แต่เริ่มมีปัญหาจากน้ำในคลองเปรมประชากรที่เริ่มเน่าเหม็น ปัญหาด้านขยะมูลฝอยน้อย ด้านอาชีพคนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม วินมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ทำงานรัฐวิสาหกิจ รับราชการ และเป็นแม่บ้าน ส่วนความเป็นมาของคณะกรรมการชุมชนเริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2532 ประธานชุมชนคนแรกคือ นายบุญมา ขวัญจิตร ปัจจุบันคือ นางพันพร วรรณากุล ชุมชนร่วมพัฒนานับว่าเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง เนื่องจากคนในชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกันมายาวนาน มีความรัก ความผูกพัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน อีกทั้งมีผู้นำชุมชน คือ นางพันพร วรรณากุล มีความเข้มแข็งสามารถนำพาหรือแนะนำกลุ่มแม่บ้านเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อการยังชีพอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้โดยการเชิญชวนคนในชุมชนให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม เปิดโอกาสให้สมาชิกทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามความถนัด เดิมแบ่งได้ 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มอาหารคาว 2) กลุ่มขนมไทย 3) กลุ่มสมุนไพร 4) กลุ่มของชำร่วย และ 5) กลุ่มดอกไม้จันทน์ โดยมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาอบรมให้ความรู้เป็นครั้งคราว

จากการศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ จากการศึกษาบริบทชุมชนจะเห็นสภาพการย้ายถิ่นฐาน การก่อตัว การทำมาหาเลี้ยงชีพ การรวมกันเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ปัญหาและอุปสรรค ซึ่งสามารถระบุเหตุการณ์ต่าง ๆ ตามช่วงเวลา (Timeline) ได้ โดยรวบรวมรายละเอียด ดังนี้

ภาพที่ 7.9 แสดง TIMELINE บริบทชุมชน

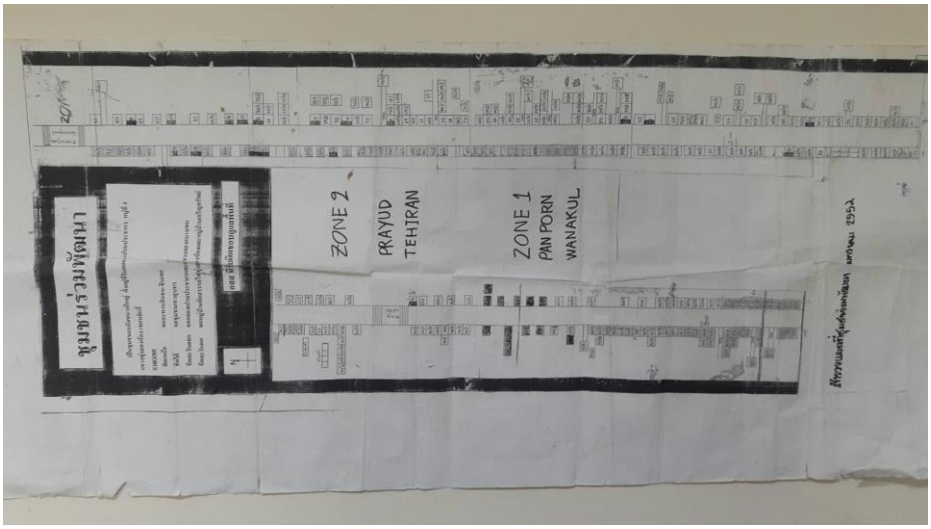
เขตหลักสี่ ซึ่งเป็นเขตที่ตั้งของชุมชนร่วมพัฒนา เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพตอนเหนือ เป็นเขตที่อยู่อาศัยที่รองรับการขยายตัวของเมืองทางทิศตะวันออก ตอนเหนือของกรุงเทพมหานคร เดิมอยู่ในเขตการปกครองของสำนักงานเขตบางเขน ต่อมาได้โอนย้ายไปอยู่ในเขตการปกครองของสำนักงานเขตดอนเมือง ซึ่งได้รับการจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2532 และเมื่อพื้นที่เขตดอนเมืองมีประชากรหนาแน่นขึ้น จึงได้มีประกาศกระทรวงมหาดไทย เปลี่ยนแปลงพื้นที่เขตดอนเมืองและมีการจัดตั้งเขตหลักสี่ขึ้นเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2540 โดยแบ่งพื้นที่ทางทิศใต้ของเขตดอนเมืองมาจัดตั้งเป็นพื้นที่ของเขตหลักสี่ ซึ่งมีพื้นที่ปกครองรวม 25.06 ตารางกิโลเมตร

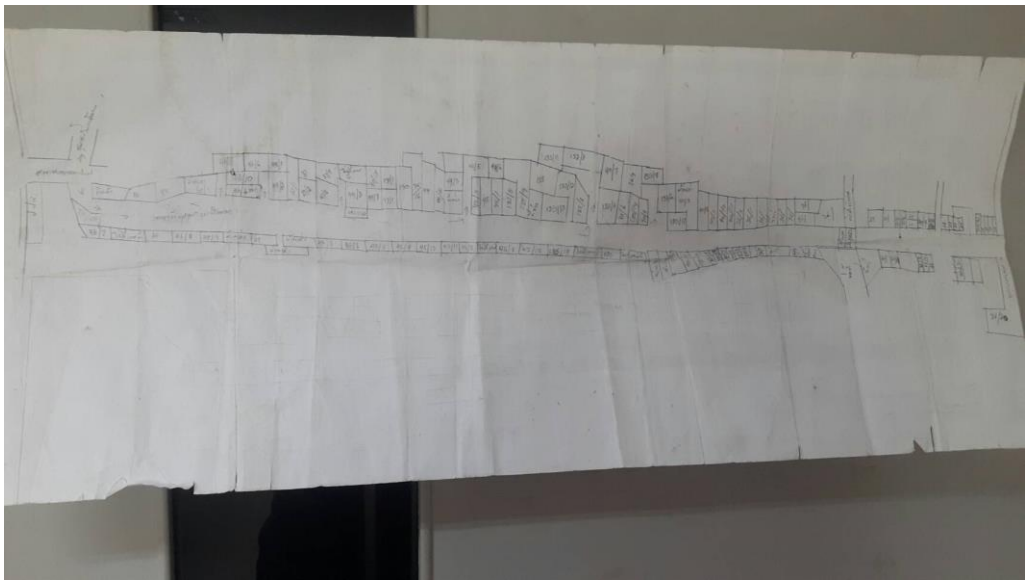
ภาพที่ 7.10 แผนที่เขตหลักสี่

ที่มา : http://www.bangkok.go.th/laksi/page/main/711 สืบค้นวันที่ 2 มีนาคม 2560

ปัจจุบันเขตหลักสี่มีชุมชนจำนวน 52 ชุมชน แบ่งเป็นเคหะชุมชน 33 ชุมชน ชุมชนแออัด 11 ชุมชน และชุมชนหมู่บ้านจัดสรร 8 ชุมชน เขตหลักสี่แบ่งเขตการปกครองย่อยเป็น 2 แขวง คือแขวงทุ่งสองห้องและแขวงตลาดบางเขน โดยมีคลองเปรมประชากรฝั่งตะวันออกเป็นเส้นแบ่งเขตการปกครองระหว่าง 2 แขวงดังกล่าว สำหรับพื้นที่อาณาเขตของชุมชน ตั้งอยู่บริเวณทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาหรือฝั่งพระนคร ทิศเหนือติดต่อกับเขตดอนเมือง มีคลองตาอูฐ คลองเปรมประชากรและคลองวัดหลักสี่เป็นเส้นแบ่งเขต ทิศตะวันออกติดต่อกับเขตบางเขน มีคลองถนนเป็นเส้นแบ่งเขต ทิศใต้ติดกับเขตจตุจักร มีคลองบางเขนและคลองลาดยาวเป็นเส้นแบ่งเขต ทิศตะวันตกติดต่อกับอำเภอเมืองนนทบุรี และนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีคลองประปาเป็นเส้นแบ่งเขตถนนในพื้นที่ ถนนสายหลักมีจำนวน 3 สาย ได้แก่ - ถนนวิภาวดีรังสิต (ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 31) - ถนนงามวงศ์วาน (ส่วนหนึ่งของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 302) - ถนนแจ้งวัฒนะ

(ส่วนหนึ่งของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 304) ถนนสายรองและถนนเส้นทางลัด มีจำนวน 8 สาย ได้แก่ - ถนนกำแพงเพชร 6 - ถนนโกสุมรวมใจ - ถนนพิงนคร - ถนนชินเขต - ถนนแสนหวี - ถนนชิดชน - ถนนน่านเจ้าพิงคนคร – ถนนซอยบางบัว





ภาพที่ 7.11 แผนที่ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ จากการวาดของคณะกรรมการชุมชนร่วมพัฒนา

เขตหลักสี่ มีคำขวัญว่า “วัดหลักสี่งามวิจิตร แหล่งผลิตว่าวไทย เลื่องลือไกลหัวโขนงามน่ายลเขตหลักสี่” สำหรับตราประจำสำนักงานเขตหลักสี่ เป็นตราสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีรูปพระเจดีย์วัดหลักสี่ เป็นสีเหลือง บนพื้นสีฟ้า ดังนี้

ภาพที่ 7.12 ตราสัญลักษณ์เขตหลักสี่
ที่มา : http://www.bangkok.go.th/laksi สืบค้นวันที่ 28 มีนาคม 2561

สำหรับที่มาของชื่อเขตหลักสี่ เอนก นาวิกมูล เคยตั้งสมมติฐานว่า หลักสี่น่าจะเป็นหลักบอกระยะทางรถไฟ และได้ค้นคว้าจนได้คำตอบว่า “หลักสี่” เป็นหลักบอกระยะทางของ“คลองเปรมประชากร (หนังสือหลักฐานบ้านเมือง เอนก นาวิกมูล สำนักพิมพ์แสงดาว) นอกจากนั้น บางกอกรีคอร์เดอร์ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2408 ระบุว่า รัชกาลที่ 4 จะทรงพระกรุณาให้ขุดคลอง “...ตั้งแต่วัดพระนางเชิง ตัดท้องทุ่งดอนเมือง ตรงตลอดมาโดยลำดับ มาออกตรงวัดโสมนัสวิหาร... ” หมอบลัดเลย์ ผู้เขียนข่าวให้ความเห็นว่า

> “ข้าพเจ้ายินดีด้วยเป็นนักหนา เพราะคลองขุดใหม่จะเป็นประโยชน์แก่บ้านเมือง ราษฎรจะได้อาศัยทำนา อันเป็นผลไม้มีเมล็ดข้าว มีภาษีงอกเงยขึ้น”

และราษฎรจะได้มาชวนกันตั้งบ้านเรือน อยู่อย่างเป็นสุขสบายด้วยที่ว่าตั้งแต่วัดพระนางเชิงหรือวัดพนัญเชิงนั้น ไม่ได้ทำคงตัดย่อลงมา เริ่มที่ใกล้เกาะเกิด ต.บางกระสั้น ซึ่งอยู่ใต้ลงไป ต่อมารัชกาลที่ 5 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) เป็นผู้อำนวยการขุด เจ้าพระยาสุรวงศ์ไวยวัฒน์ (วร บุนนาค) บุตรชาย เป็นแม่กอง และให้พระชลธารวินิจฉัย (กัปตันฉุน) เป็นผู้ปักหมายกรุย

แล้วจ้างจีนขุดเริ่มขุดตั้งแต่ พ.ศ.2412 แล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2413 รวมใช้เวลาขุด 18 เดือน ถือเป็นคลองขุดสายแรกของรัชกาลที่ 5 เมื่อขุดเสร็จแล้ว โปรดให้จัดพระราชพิธีฉลองคลอง มีมหรสพต่าง ๆ มากมาย “พระราชทานชื่อว่า คลองเปรมประชากร ต่อเนื่องจากคลองผดุงกรุงเกษม ซึ่งขุดขึ้นในรัชกาลที่ 4 แล้วนั้น เอนก นาวิกมูล บอกว่า เสาหรือเครื่องบอกระยะริมคลอง ยังไม่แน่ใจว่าสมัยอยุธยา หรือสมัย ร.1 – 2 - 3 เคยทำไว้หรือไม่ มาพบหลักฐานอีกทีสมัยรัชกาลที่ 4 ตัวอย่างเช่น คลอง มหาสวัสดิ์ ขุดเมื่อ พ.ศ.2403 มีการสร้างศาลาริมคลองไว้ทุก 100 เส้น หรือทุก 4 กิโลเมตร สำหรับคนเดินทางได้พักผ่อน แต่ศาลาเหล่านี้ถูกรื้อทิ้งไปหมดแล้ว คงเหลือไว้แต่ชื่อศาลาบางหลัง เช่น ศาลายา และศาลาทำศพ ที่แผลงเป็นศาลาธรรมสพน์ ศาลาบอกระยะริมคลอง อเนก นาวิกมูลเข้าใจว่าน่าจะมีเพราะยังมีชื่อสถานีตำรวจหลักสองเป็นพยานอยู่มาถึงกรณี เสาริมคลองเปรมประชากร เอนกว่า ริมคลองเปรมประชากรเคยมีเสาบอกระยะทุก 100 เส้น หรือ 4 กิโลเมตร เพราะเคยอ่านพบข้อความที่คนรุ่นเก่าเขียนไว้ เช่น ในเพลงนายตาบ บุตรสุนทรภู่ แต่งเมื่อคราวตามเสด็จรัชกาลที่ 5 ไปยังกรุงเก่า เมื่อปี พ.ศ.2414 ตามแถวคลองร้อยเส้นเห็นหลักมีบอกวิถีทุกระยะที่จะไปกาพย์รถไฟหลวง แต่งโดยพระอุบาลีคุณูปมาจารย์ (สิริจันโท จันทร์) แต่งราวปี 2460 พระอุบาลีใช้ภาษาถิ่นแต่งเป็นกาพย์ อ่านแล้วเข้าใจยาก เอนก นาวิกมูลถอดความตอนที่อธิบายถึงหลักสี่ว่า...ท่านว่าอันหลักสี่นั้น มาจากพระเจ้าแผ่นดินให้ปักกรุยวัดเชือกมาจากข้างกำแพงกรุงเทพฯ มายังเขตกรุงเก่า หรืออยุธยา (ที่บางปะอิน) ที่ว่าเขตกำแพงกรุงเทพฯ ท่านหมายถึงคลองคูเมืองรอบนอก หมายถึงคลองผดุงกรุงเกษมระหว่างขุดคลอง รัชกาลที่ 5 โปรดให้ปักหลักเป็นเครื่องหมายทุก 100 เส้น ไปจนสิ้นสุดทาง แต่กาลนานมา หลักเหล่านั้นหักหายเสียเกลี้ยงคงเหลือชื่อ เพียงหลักสี่ หลักหก ครั้นตั้งสถานีรถไฟพวกรถไฟก็เอาชื่อหลักสี่กับหลักหก มาตั้งเป็นสถานีหลักสี่ และหลักหกขึ้นต่อจากหลักสี่ เป็นสถานีดอนเมือง พระอุบาลีฯ ท่านเล่าสั้น ๆ ว่าแถบนี้เป็นบริเวณเนินทรายอันกว้างใหญ่ ไม่มีภูเขา รัชกาลที่ 6 จึงโปรดให้สร้างสนามบิน เพื่อให้เครื่องบินขึ้นลง “เรื่องดอนเมืองขอให้สังเกตว่าเป็นที่ดอนอันกว้างใหญ่ น้ำท่วมไม่ถึงจึงเหมาะแก่การสร้างสนามบิน เอนก นาวิกมูลค้นหลักฐานจากวรรณกรรมปี พ.ศ.2445 ก็ออกค้นหาหลักริมคลองเปรมประชากร ยังไม่พบหลักฐานว่าหลักนั้นทำด้วยหินหรืออะไร แต่เข้าใจเอาว่าคงจะทำด้วยศิลาเหมือนหลักริมคลองดำเนินสะดวกไม่พบกระทั่งใครสักคนที่สามารถบอกตำแหน่งหลักได้ว่าเคยอยู่ที่ไหนกันแน่ ท้ายสุดเอนก นาวิกมูลเสนอให้ผู้สนใจ ช่วยกันหาหลักบอกระยะริมคลองเปรมประชากรถ้าพบจะได้นำมาสงวนรักษา ใช้เป็นจุดขายในการท่องเที่ยว วิธีหาหลักก็ทำอย่างง่ายกำหนดจุดจากปากคลองเปรมฯ ตรงข้ามวัดโสมนัสไปทีละ 4 กิโลเมตรได้ระยะ 4 กิโลเมตรเมื่อใดก็ทำเครื่องหมายขุดค้นไว้เป็นระยะ ๆ จนกว่าจะถึงปลายคลองด้านบางกระสั้น

ที่มา : คอลัมน์ คัมภีร์จากแผ่นดิน โดย บาราย หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 8 เมษายน 2546

ชื่อหลักสี่นี้ได้นำมาใช้เป็นชื่อสถานที่อื่น ๆ ในบริเวณนั้นอีกหลายชื่อ อาทิ วัดหลักสี่ สถานีรถไฟหลักสี่ และสี่แยกหลักสี่ (จุดตัดระหว่างถนนวิภาวดีรังสิตและถนนแจ้งวัฒนะ) และจากเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ เมื่อ รศ.113 ที่มีการยึดอำนาจการปกครอง (กบฏบวรเดช) ทางราชการได้ใช้ชุมทางรถไฟหลักสี่และวัดหลักสี่เป็นที่ตั้งยุทธศาสตร์ในการปราบกบฏ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงกำหนดชื่อเขตว่า “หลักสี่” (แผ่นพับเขตหลักสี่ กองการท่องเที่ยว : 2559) ทั้งนี้ ในนิราศสุโขทัย คุณหญิงส้มจีน เขื่อนเพ็ชรเสนา ได้ประพันธ์เกี่ยวกับหลักสี่เมื่อปี พ.ศ. 2473 ดังนี้

อันหลักสี่นี้นามยังงามอยู่
หลักหนึ่งสองสามไม่รู้ไปอยู่ไหน
รัชกาลที่สี่มีพระทัย
บำรุงไพร่พลเมืองให้เฟื่องฟู
ให้ขุดคลองแยกจากคลองผดุง
ผ่าท้องทุ่งป่าละเมาะถึงเกาะคู่
ตำบลบางปะอินถิ่นควรรู้
ปักหลักไว้ให้ดูตลอดคลอง
ราวร้อยเส้นเป็นมีศาลาพัก
ตัวไม้สักมุงกระเบื้องเขื่องอยู่หนา
เมื่อยังเยาว์เราได้เห็นเด่นในตา
แต่เวลานี้ไม่เห็นดังเช่นเคย

นอกจากนั้น บางบทของนิราศสุโขทัยยังบรรยายให้เห็นบรรยากาศบริเวณริมคลองเปรมประชากรที่ว่า “ถึงบางเขนเลนมากต้องลากเข็น เรือติดเลนหรือเช่นเข็นซุงเสา ก็พอจะเข็นได้สบายเบา แต่ว่าเจ้าความรักนี้หนักครัน” “ถึงหลักสี่มีนาธัญญาไสว ขอขอบใจชาวนามหาศาล” และ “อันหลักสี่นี้นามยังงามอยู่ หลักหนึ่งสองสามไม่รู้ไปอยู่ที่ไหน...” “ถึงหลักหกจีนยกร่องทำสวน แต่ผักล้วนแลลิ่วเป็นทิวไสว ในท้องร่องปลูกข้าวไม่เปล่าไป เขาทำได้ประโยชน์คล่องทั้งสองทาง การขยันขันข้อแล้วหนอเจ๊ก งานใหญ่เล็กไม่เลือกคลำทำทุกอย่าง ที่สุดขนอุจจาระไม่ระคาง...”

ภาพที่ 7.13 ภาพวาดสันนิษฐานตำแหน่งหลักบอกระยะคลองเปรมประชากร ในแผนที่มณฑลกรุงเทพฯ สยาม ร.ศ.120 (พ.ศ.2443)

ที่มา : https://www.matichon.co.th/columnists/news_1697995 วันที่ 28 กันยายน 2562

บริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

ชุมชนร่วมพัฒนาก่อตั้งขึ้นมากว่า 80 ปี สภาพพื้นที่โดยรวมเป็นทุ่งนา และมีต้นไม้ซึ่งขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นจำนวนมาก อาทิ ต้นสะแก ต้นก้ามปู ต้นมะขามเทศ ในอดีตมีบ้านเรือนไม่มาก โดยมีประมาณ 20 หลังคาเรือน ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้ 1-2 ชั้น ที่ดินในชุมชนถูกจับจองจากผู้ที่ย้ายมาจากท้องที่อื่น จากนั้นได้มีการสร้างบ้านและทำการเกษตร ส่วนใหญ่เป็นการทำนาข้าว ชาวบ้านบางรายไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง ใช้วิธีการเช่าที่จากกรมชลประทานเพื่อทำนา ปลูกข้าวและปลูกพืชต่าง ๆ เพื่อกินในครอบครัว และด้วยในอดีตความเจริญยังเข้าไปไม่ถึงชุมชน ถนนที่ใช้สัญจรในยุคนั้นจึงเป็นเพียงถนนที่ทำจากดิน ส่วนถนนคอนกรีตเกิดขึ้นในช่วงที่คนในชุมชนร่วมมือกันสร้างขึ้นโดยใช้วิธีการเรี่ยไรเงินจากคนในชุมชน ส่วนด้านแรงงานในการทำถนนนั้น ใช้แรงงานทั้งผู้หญิง ผู้ชาย และคนหนุ่มสาวที่เสียสละเงินและร่วมแรงร่วมใจกันสร้างถนนในชุมชน

-**ป้าเล็ก** ป้าเกิดและเติบโตที่ชุมชนร่วมพัฒนา ในอดีตชุมชนอยู่กันค่อนข้างลำบาก การเดินทางส่วนใหญ่ใช้การเดิน เพราะรถไม่ค่อยมี นาน ๆ ทีมาคันนึง บางทีก็อาศัยพายเรือเวลาไปค้าขายหรือติดต่อธุระ นักเรียนก็เดินไปเรียนหนังสือกันเป็นกลุ่ม ๆ โรงเรียนในตอนนั้นมีไม่เยอะ เป็นโรงเรียนระดับปฐมศึกษา เท่าที่ป้า

จำได้มีโรงเรียนสารวิทยา โรงเรียนบางเขน และโรงเรียนก็ไม่ได้ใหญ่มากมีแค่ 4-5 ห้องเรียนเท่านั้น ตอนนั้นไฟฟ้าก็ไม่มีใช้กัน พวกเราก็อาศัยตะเกียงที่ทำจากกระป๋องนมเจาะรูและใส่เชือกชุบน้ำมันก๊าดก็ช่วยให้แสงสว่างได้ดี ส่วนบ้านที่พอมีฐานะจะใช้ตะเกียงเจ้าพายุซึ่งตอนนั้นราคาก็แพง คนที่ไม่เงินก็ไม่ได้ใช้ ใช้ตะเกียงน้ำมันก๊าดที่ป้าบอกนั่นแหละ ที่นี่ในตอนนั้นนะ ความเป็นอยู่ทั่ว ๆ ไปก็ปลอดภัยดี เป็นธรรมชาติเยอะ แต่ตอนนี้ก็เปลี่ยนไปมาก ต้นไม้ลดน้อยลง นาข้าวก็ไม่มีให้เห็นแล้ว รถราก็เยอะ มองไปฝั่งถนนวิภาวดีก็เห็นรถติดแทบทั้งวัน พอรถติด รถมาช้า ก็ทำให้มีอาชีพมอเตอร์ไซค์รับจ้างเกิดขึ้นมา ก็ดีเหมือนกัน พวกลูกหลานในชุมชนก็มาขี่มอเตอร์ไซค์กันหลายคน ก็ทำให้มีรายได้

-**ป้าช่วย** คนที่นี่ส่วนใหญ่ทำนากัน เพราะที่นามันเยอะและก็ไม่รู้จะทำอะไรกันก็ทำตามพ่อแม่ปู่ย่าตายายกัน ส่วนใหญ่ที่นาก็อยู่ไม่ไกลก็อยู่หลังบ้านแต่ละหลังนั่นแหละ เวลาทำนาทุกคนก็จะมาช่วยกันไถ ช่วยกันดำนา บ้านใกล้ ๆ กันก็มาช่วยกันทำ เราช่วยเขา เขาช่วยเราที่เขาเรียกกันว่าลงแขกน่ะ ในตอนนั้นก็ดีมากเลยที่พอพวกเราเกี่ยวข้าวเสร็จก็ไม่ต้องขนข้าวไปสีที่ไกล ๆ เพราะในชุมชนของเรามีโรงสี ก็สีกันเลย เสร็จเร็วไม่ต้องไปสีไกล ๆ ให้สิ้นเปลืองและการเดินทางก็ลำบาก ดีช่วยได้เยอะเลย โรงสีเป็นของคนจีนชื่อ “ยายม่วย” ในชุมชนช่วงหลัง ๆ ก็เจริญขึ้นเยอะนะมีร้านขายทอง ขายเสื้อผ้า ร้านขายของส่ง แม้แต่โรงยาฝิ่นก็ยังมีเลย ร้านทำเส้นก๋วยเตี๋ยวก็มีด้วย บางทีเราก็จับปลาในคลองเปรมประชากรมากิน สมัยก่อนคลองสะอาดน้ำใน เห็นปลาว่ายชัดเลย ตอนนี้บางช่วงของคลองมีเน่าเสียเหมือนกัน

ภาพที่ 7.14 คลองเปรมประชากร

ที่มา : http://knownhistory.blogspot.com/p/blog-page_2517.html

สืบค้นวันที่ 21 มิถุนายน 2562

-ป้าเมียด แถวบ้านเรามีคลองเปรมประชากรที่หล่อเลี้ยงชีวิตพวกเรา เราหาปลากินกันช่วยให้ประหยัดได้เยอะ เรายกยอเพื่อหาปลามากิน หากโชคดีวันไหนได้มาเยอะก็เอาไปขาย นับว่าชุมชนได้ใช้จากคลองเปรมประชากรมากเลย

คลองเปรมประชากรเป็นคลองที่หล่อเลี้ยงชีวิตคนในชุมชน ทั้งนี้ บางช่วงเวลาที่คลองเกิดตื้นเขิน ชาวบ้านจะใช้เรือขุดลอกคลองและดูดเลนขึ้นมาถมบริเวณท้องนา พื้นที่ของชุมชนในยุคแรก ๆ ค่อนข้างรกร้างว่างเปล่า เนื่องจากยังมีผู้คนอาศัยอยู่จำนวนน้อย โดยพื้นที่ที่ยังรกร้างและไม่มีคนอาศัยชุมชนจะเรียกว่า “โคกร้าง” ในสมัยก่อนน้ำประปายังไม่มี คนในชุมชนจึงใช้น้ำจากคลองเปรมประชากรในการบริโภค เนื่องจากน้ำยังใสสะอาด แต่เมื่อกาลเวลาผ่านพ้นไป โดยเฉพาะประมาณ ปี พ.ศ. 2515 ผู้คนเริ่มย้ายถิ่นฐานจากต่างจังหวัดเข้ามาอาศัยและทำงานบริเวณชานเมืองและกรุงเทพมหานครมากขึ้น

ชุมชนร่วมพัฒนา เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตหลักสี่ หมู่ 5 ซอยโรงเรียนบางเขน ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงทุ่งสองห้อง ซึ่งเป็นกลุ่มเขตที่ 3 กลุ่ม กรุงเทพตอนเหนือ จัดอยู่ในประเภทชุมชนแออัด และได้รับการประกาศเป็นชุมชนที่จัดตั้งตามระเบียบกรุงเทพมหานครเมื่อ พ.ศ. 2539 ชุมชนร่วมพัฒนามักถูกเรียกขานว่า “ชุมชน 3 เขต” เนื่องจากเดิมอยู่เขตบางเขน ต่อมาถูกเปลี่ยนให้อยู่เขตดอนเมือง ปัจจุบันเป็นเขตหลักสี่ บริเวณชุมชนมีหอกระจายเสียงเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ให้คนในชุมชนรับทราบ ภายในชุมชนมีศูนย์เรียนรู้ชุมชนร่วมพัฒนาเพื่อเป็นจุดนัดพบ การประชุม การสังสรรค์ เป็นแหล่งแสวงหาความรู้ของคนในชุมชน และเป็นแหล่งทำผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนั้น ภายในชุมชนยังมีศูนย์สุขภาพชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนโดยสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร เพื่อดูแลสุขอนามัยและปฐมพยาบาลเบื้องต้นหากคนในชุมชนเจ็บป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ ชุมชนมีประชากรจำนวน 1,057 คน แบ่งเป็นชาย 446 คน หญิง 496 คน เด็กแรกเกิด-อายุ 20 ปี 115 คน มีหลังคาเรือนจำนวน 266 หลังคาเรือน และมีครัวเรือนทั้งหมด 289 ครัวเรือน ชุมชนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนจำนวน 10 คน ดังมีรายนาม ดังนี้

ตารางที่ 7.1 แสดงรายชื่อคณะกรรมการชุมชนร่วมพัฒนา

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1.	นางพันพร วรรณากุล	ประธานชุมชน
2.	นางบุญช่วย อินมะยูร	รองประธานชุมชน
3.	นางอุษา ภูมิวิจิตรชัย	เหรัญญิก
4.	นางประหยัด เต๊ะหิรัญ	นายทะเบียน
5.	นางศรีประไพ สุขเกษม	ประชาสัมพันธ์
6.	นางสมพร เขียนแก้ว	กรรมการ
7.	นางอรุณี โพธิ์อร่าม	กรรมการ
8.	นางสุวรรณา บุญพิทักษ์	กรรมการ
9.	นางทองคำ พันธุ์รู้ดี	กรรมการ
10.	นางลังสาด สุขปลื้ม	กรรมการและเลขานุการ

ที่มา : ข้อมูลจากนายทะเบียน ชุมชนร่วมพัฒนา วันที่ 15 กรกฎาคม 2560

สภาพความเป็นอยู่โดยทั่วไปของชุมชน

ชุมชนร่วมพัฒนามีสภาพความเป็นอยู่โดยรวมค่อนข้างปลอดภัย เนื่องจากชุมชนต่างมีจิตสำนึกในการช่วยกันสอดส่องดูแลคนแปลกหน้าที่เข้ามาในชุมชน ปัญหาการลักขโมยหรือการปล้นจี้จึงมีค่อนข้างน้อย ส่วนปัญหาด้านยาเสพติดซึ่งเป็นปัญหาระดับชาติ นับว่ายังคงมีปัญหาเช่นเดียวกับพื้นที่อื่น ๆ ชุมชนประสบปัญหาน้ำท่วมบ่อยครั้ง เนื่องจากมีพื้นที่อยู่ใกล้คลองเปรมประชากร แต่ส่วนใหญ่สามารถระบายและลดระดับได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีเรือผันน้ำ ทำให้การระบายน้ำที่ท่วมขังเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว ส่วนปัญหาด้านมลพิษไม่ก่อให้เกิดปัญหากับชุมชนมากนัก แม้จะตั้งอยู่ใกล้ถนนเลียบเมืองหรือ Local Road ซึ่งขนานกับถนนวิภาวดีรังสิตก็ตาม อีกทั้ง บริเวณชุมชนไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมจึงไม่ก่อให้เกิดมลพิษต่อชุมชน แต่ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นคือ น้ำในคลองเปรมประชากรเริ่มเน่าเสีย ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร่งด่วนก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของผู้ที่อาศัยในชุมชนต่อไป ส่วนปัญหาด้านขยะมูลฝอยนั้น ชุมชนได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อมคูคลอง ในการจัดกิจกรรมทอดผ้าป่าขยะ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเรื่อยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 กิจกรรมดังกล่าว นับว่าเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการมีจิตสำนึกด้านการ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยจำนวนเงินที่ได้จากการจำหน่ายขยะนั้น ชุมชนได้นำไปถวายวัดเพื่อบูรณะซ่อมแซมวัด และส่วนหนึ่งสมทบเข้ากองทุนเครือข่ายพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อมคูคลอง คลองเปรมประชากร เพื่อนำไปใช้จ่ายในการพัฒนาชุมชนต่อไป ส่วนการประกอบอาชีพของคนในชุมชน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม วินมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ทำงานรัฐวิสาหกิจ รับราชการ และเป็นแม่บ้าน

ภาพที่ 7.15 การทอดผ้าป่าขยะ บริเวณคลองเปรมประชากร

ที่มา : http://www.tnnthailand.com สืบค้นวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2561

ภาพที่ 7.16 บ้านพักอาศัยของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่

ความเป็นมาของคณะกรรมการชุมชน

คณะกรรมการชุมชนฯ เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2532 ประธานชุมชนคนแรกคือ นายบุญมา ขวัญจิตร ต่อมาคือ นางอัมพร นิลโต และปัจจุบันคือ นางพันพร วรรณากุล หรือที่คนในชุมชนมักเรียกว่า “ป้า

เมียด” จากตารางรายชื่อคณะกรรมการชุมชนร่วมพัฒนาข้างต้นจะเห็นว่าคณะกรรมการทุกคนเป็นแม่บ้าน ส่วนพ่อบ้านไม่ได้ร่วมเป็นคณะกรรมการชุมชน เนื่องจากพ่อบ้านต้องทำงานเป็นหลักเพื่อหาเลี้ยงครอบครัว เช่น ขี่มอเตอร์ไซค์รับจ้าง หรือทำงานที่ต้องใช้แรงงาน ดังนั้น จิตอาสาในการเป็นคณะกรรมการชุมชนจึงเป็นของแม่บ้าน ชุมชนร่วมพัฒนามีชมรมผู้สูงอายุอยู่ภายในชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิกชมรมฯ ประมาณ 150 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 60-75 ปี ชุมชนร่วมพัฒนานับว่าเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง เนื่องจากคนในชุมชนอาศัยอยู่ร่วมกันมายาวนาน มีความรัก ความผูกพัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกันเสมือนญาติพี่น้อง และประการสำคัญมีผู้นำชุมชน คือนางพันพร วรรณากุล หรือป้าเมียด มีความเป็นผู้นำสูง และมีความเข้มแข็งสามารถนำพาหรือแนะนำกลุ่มแม่บ้านเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อการยังชีพอย่างต่อเนื่องและยังเป็นผู้นำในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสังคม สามารถดูแลเอาใจใส่คนในชุมชนด้วยความห่วงใย ซึ่งนางพันพร ได้รับการยอมรับและความไว้วางใจจากชุมชนให้ดำรงตำแหน่งผู้นำชุมชนถึง 2 สมัย

การจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากสภาพความเป็นอยู่ของชุมชน ซึ่งเป็นชุมชนประเภทแออัด สภาพเศรษฐกิจของชุมชนส่วนใหญ่มีความฝืดเคือง ส่งผลให้ชุมชนต้องดิ้นรนหาเลี้ยงชีพเพื่อความอยู่รอด ชุมชนจึงได้รวมกลุ่มกันเป็น **“กลุ่มแม่บ้าน”** โดยมีประธานชุมชน คือนางพันพร วรรณากุล หรือป้าเมียดเป็นแกนนำ และเป็นผู้ริเริ่มในการก่อตั้ง

-ป้าเมียด ตอนแรกของการก่อตั้งกลุ่มแม่บ้านนั้น ป้าก็เชิญชวนคนในชุมชนให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มก่อน ซึ่งป้าเห็นว่ามันจะช่วยสร้างรายได้ให้แต่ละครอบครัว ซึ่งพวกเราก็ไม่ค่อยมีเงินกันเท่าไหร่ มันก็ช่วยสร้างเงินโดยที่ไม่ต้องไปไหนไกล ทำกันในชุมชนนี่แหละ ป้าก็เปิดโอกาสให้สมาชิกทำผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ ตามความเค้าถนัดและสนใจ โดยเฉพาะด้านอาหาร คนที่นี่เป็นคนสูงวัย เขามีประสบการณ์เยอะ ทำอะไรก็อร่อย พวก ข้าวต้มมัด ขนมดอกจอก แคบหมู น้ำพริกเผา ขนมจีนน้ำยา น้ำเต้าหู้ หรือสิ่งประดิษฐ์ งานฝีมือ พวกดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้จันทน์ โดยในตอนนั้น เราก็ได้ตั้งกลุ่มแม่บ้านขึ้นมาเพื่อทำผลิตภัณฑ์ตามที่พวกเราถนัด ตอนนั้นแบ่งได้ 5 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มอาหารคาว 2. กลุ่มขนมไทย 3. กลุ่มสมุนไพร 4. กลุ่มของชำร่วย และ 5. กลุ่มดอกไม้จันทน์ เมื่อทำเสร็จเราก็ขายในชุมชนนั่นเลย เพราะเรามีตลาดเช้านี่คนก็มาขายของกันแถว ๆ ริมคลองเป็นตลาดยาวเลย มีของกิน ของใช้เยอะแยะ ส่วนพวกสมุนไพรพวกยาหม่องสมุนไพร พิมเสน การบูร อะไรพวกนี้เราไม่ได้ขายที่ตลาดเช้า แต่ใช้วิธีการขายโดยเราประสานกับเจ้าหน้าที่ของวัดที่อยู่แถว ๆ ชุมชนเรา ซึ่งมีอยู่หลายวัดเลย เช่น วัดหลักสี่ วัดดอนเมือง วัดคลองบ้านใหม่ วัดสีกัน วัดพรหมรังสี วัดเทพนิมิตต์ วัดเวฬุวนาราม วัดเทวสุนทร วัดเราเยอะ โดยผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่พวกป้า ๆ ช่วยกันทำและที่ขาย เพราะคนเค้าเอาไป

แจกเป็นของชำร่วยในงานพิธีต่าง ๆ ของป้า ๆ ทำจะไม่เหมือนคนอื่น คือเราจะเน้นความเข้มข้นเอาส่วนผสมมารผสมแต่พอดี ถ้าเจือจางมันหอมไม่นาน คนก็จะไม่ติดใจ

-ป้าต๋อย เล่าต่อว่า นอกจากผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากที่พวกเราคิดและพ่อแม่ปู่ย่าตายายสอนมา พวกเราก็ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการพัฒนาความรู้และทักษะการประกอบอาชีพให้กับพวกเรา มีการอบรมและให้ฝึกปฏิบัติด้วย ตอนนั้นเราก็ทำหลายอย่าง เช่น เพาะเห็ด สอนปลูกยอดทานตะวันหลายอย่าง แต่พอมาแล้ว เค้าไม่ได้มาแบบต่อเนื่อง บางทีมันมีปัญหาเราก็ไม่รู้จะแก้ไขยังไง มันต้องใช้ทุน และบางอย่างเราก็ไม่ถนัด แต่ทำเพราะเค้ามาอบรมให้ มีอุปกรณ์มาให้ เราก็ทำก็ดีเหมือนกัน สร้างอาชีพได้ กินได้ด้วย แต่มันทำได้ไม่นานเพราะอย่างที่บอกงบประมาณมันไม่ถึง มันไม่เยอะเพราะเค้าก็ต้องใช้หลายอย่าง พวกป้าก็เข้าใจ แต่ที่พวกป้าถนัดก็พวกอาหาร งานฝีมือ สมุนไพร อะไรพวกนี้แหละ และที่พวกเราทำกันด้วยในตอนนี้คือการนวดแผนโบราณ มันเป็นอาชีพติดตัวได้บางคนก็ไปเรียนมาที่วัดโพธิ์เลย เค้าคิดค่านวดไม่แพงนะชั่วโมงละ 100 เอง

ภาคผนวก จ

การดำเนินการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1
ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลอย่างรอบด้านด้วยการสัมภาษณ์ พูดคุยกับกลุ่มแม่บ้าน ชุมชน และเดินสำรวจชุมชนร่วมพัฒนาโดยรอบ เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน โดยได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อค้นพบประเด็นที่ต้องการศึกษา ดังนี้

<u>กิจกรรมที่ 1</u>

การศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้งที่ 1)
วันที่ 2 พฤศจิกายน 2559
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา ณ ชุมชนร่วมพัฒนา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนดำเนินการในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาที่มาของความรู้ ความสามารถหรือศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กระบวนการ

นัดหมายกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนทนา สัมภาษณ์สอบถามและสังเกตการณ์การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง สนทนากับสมาชิกในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้งการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ ของคนในชุมชน

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

การสัมภาษณ์หรือการสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกนั้น กลุ่มผู้วิจัยควรแจ้งสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านหรือแจ้งให้คนในชุมชนทราบประเด็นการสัมภาษณ์ล่วงหน้า เนื่องจากบางประเด็นคำถามควรให้ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ที่รู้ประวัติความเป็นมาของการรวมกลุ่มเพื่อตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเป็นผู้มีส่วนในการตอบคำถาม โดยแม้ว่าประเด็นดังกล่าวจะได้รับการบอกเล่าจากประธานชุมชนแล้วก็ตาม แต่หากได้รับฟังจากบุคคลที่เกี่ยวข้องที่หลากหลายจะทำให้ได้มุมมองที่กว้างขึ้น ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อการทำวิจัยมากยิ่งขึ้น

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

จากการที่กลุ่มผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อทำการสัมภาษณ์ พูดคุยกับกลุ่มแม่บ้าน ชุมชน และเดินสำรวจชุมชนร่วมพัฒนาโดยรอบ รวมทั้ง การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า เดิมกลุ่มแม่บ้านแบ่งเป็นหลายกลุ่ม เช่น แคบหมู น้ำเต้าหู้ ทอดมัน ขนมดอกจอก ขนมโบราณต่าง ๆ น้ำเต้าหู้ ซึ่งมีสูตรลับเฉพาะ กลุ่มอาหารคาวมีหลายอย่างแบ่งเป็น กลุ่มอาหารหวาน กลุ่มสมุนไพร กลุ่มของชำร่วย กลุ่มดอกไม้จันทน์ ปัจจุบันเหลือเพียง 4 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มอาหารคาวและกลุ่มขนมไทย 2. กลุ่มสมุนไพร 3. กลุ่มของชำร่วย และ 4. กลุ่มดอกไม้จันทน์ โดยกลุ่มสมุนไพร จำพวกพิมเสนน้ำ ชุมชนมีสูตรการผสมที่มีความลับทำให้กลิ่นหอมชื่นใจ ติดทนนาน และราคาไม่แพง นอกจากนั้นยังมีสินค้าบางประเภทซึ่งมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยากใช้เวลามาก เช่น แคบหมูซึ่งต้องทำความสะอาดหนังหมู ต้องใช้แรงงานคนในการทำและใช้เวลานาน ซึ่งปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย ทำให้เกิดความเหนื่อยล้า หมดแรง และบางคนไม่มีเวลา ทำให้ยกเลิกการทำในที่สุด

-ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

ประเด็นที่มาของความรู้ ความสามารถหรือศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ป้าเล็กเล่าให้ฟังว่า

-ป้าเล็ก พวกเราทำอาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ กันเก่งก็เพราะพวกเรามีประสบการณ์เยอะ และผู้หญิงสมัยก่อนก็ไม่ได้เรียนหนังสือกัน พ่อแม่ก็สอนให้ทำอาหาร ทำขนม ทำงานฝีมือ ตอนแรกๆ พวกเราก็เป็นลูกมือก่อน ต่อจากนั้นก็ค่อยๆ ทำ มันก็เก่งเองแหละ พวกรสชาติต่าง ๆ เราก็ลองกะดู ดูน้ำหนักมือ ว่ามันมากไปน้อยไป มันไม่ต้องจดนะ จำได้เอง ทำบ่อยๆ ไม่ต้องไปเรียนที่ไหนเหมือนคนตอนนี้ไปเรียนตามโรงเรียนแพงไม่ไหว พวกป้าๆ ก็อาศัยครูพักลักจำ ทำแบบนี้มันประหยัดไม่ต้องไปซื้อที่ไหน ทำกินเอง มันก็สะสมประสบการณ์มาเรื่อยๆ กลายเป็นอาชีพมีเงินเลี้ยงลูกเลี้ยงหลานได้ ตอนนี้จะเห็นได้ว่าคนนิยมคำว่าโบราณอะไรๆ ที่โบราณมันอร่อยหมด ดีหมด คนตอนนี้ก็เลยชอบ เพราะมันดีจริงๆ ส่วนใหญ่ใช้ของธรรมชาติ มีการ

ประดิดประดอย ใช้ใบตอง ไม่ใช้พวกพลาสติก ซึ่งเราก็ รู้ๆ กันอยู่ว่าไม่ดี ขยะมันล้น พวกป้าก็ทำกันมาเรื่อยๆ ลองผิดลองถูก พอนานๆ เข้ามันก็เข้าที่เข้าทาง อร่อย และดี

-ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

ส่วนประเด็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านนั้น จากการสอบถามและการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านนั้น พบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มีหลายประการ เริ่มตั้งแต่ การทำผลิตภัณฑ์ที่บางประเภทบางอย่างมีความยุ่งยากในการทำและการมีขั้นตอนมาก ใช้เวลานาน ต้องอาศัยฤดูกาล

-ป้าแป๋ เล่าว่า ตอนแรกๆ พวกเราก็แข็งขันทำงานกันดี เพราะแรกๆ พวกลูกๆ หลานๆ ก็มาช่วยทำด้วย แต่ตอนหลังพวกเด็กๆ ชอบทำงานโรงงานกันมากกว่า เค้าได้ออกจากบ้าน เจอคนเยอะแยะ ได้เงินประจำแน่นอน เขาก็ซื้อมอเตอร์ไซค์ขี่ไปทำงานกัน ก็เหลือพวกป้าๆ ที่ทำกัน ซึ่งพวกเราก็อายุเยอะขึ้นทุกวัน บางคนก็ 70-80 ปี พออายุเยอะโรคภัยก็มาเยือน ต้องหาหมอกันประจำ ไปหาหมอทีก็นานกว่าจะกลับมาบางมีก็เหนื่อยหมดแรง และพวกเราอยู่กันแบบพี่ๆ น้องๆ เวลามีใครเจ็บ ใครตาย เราก็ไปเยี่ยม ไปงานศพ งานบวช งานแต่งอะไรพวกนี้ เราก็ช่วยกันหมด เราช่วยเค้า เค้าช่วยเรา พวกป้าก็ไปช่วยกันหมด ทีนี้เวลามันก็ไม่ได้ไง เพราะงานมันเยอะอย่างที่บอก แต่หากมีเวลาพวกเราก็ทำกันนะ เพราะมันก็ทำให้เรามีเงิน แต่พองานต่างๆ เข้ามาเยอะ เราก็เลยหาเวลาทำของและรวมตัวกันยาก ต่างคนต่างยุ่ง การทำสินค้าต่างๆ ของเราก็เลยลดลง และก็ทำไม่ต่อเนื่องด้วย ไอ้ที่ว่ารวมกลุ่มกันน่ะก็น้อยลง ทำให้การทำของขายไม่ค่อยได้ผลเท่าไหร่เพราะเราไม่ต่อเนื่อง

-ป้าเล็ก ป้ามองว่าตอนนี้ของมีขายเยอะ บางทีขนมไทยที่เรารู้จักกัน พวกขนมชั้น ข้าวต้มมัด วุ้นกะทิ ห่อเค้าสวยๆ กัน คือเค้ามีเวลา และมีความคิดที่ประดิษฐ์ห่อสวยๆ มันน่ากิน น่าซื้อ ราคาเค้าก็ไม่แพงนะ บางทีซื้อเยอะๆ เค้าก็มีของแถม มีลดราคา แหมหากย้อนเวลาได้พวกป้ามีแรงนะ ไม่แพ้ใครจริงๆ

-ป้าช่วย เล่าว่า ป้าว่าบางทีการทำกลุ่มแม่บ้านของบางที่เขาเป็นวิสาหกิจชุมชนป้าก็ว่าดี มันชัดเจน กฎ ระเบียบ ความมีมาตรฐานมันก็ดี เพราะมันต้องทำตามกฎ ระเบียบ ถึงเป็นวิสาหกิจชุมชนได้ เรื่องนี้ ป้าว่าถ้าพวกเราเกาะกลุ่มกันดีๆ มีคนรุ่นใหม่มาช่วย และพวกหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลมาช่วยด้วยก็จะมีเพราะพวกป้า เริ่มหมดแรง แต่ป้าว่ามันไปได้นะ เพราะพวกเราเก่งๆ กันหลายคน มันเป็นอาชีพของชุมชน ของพวกเรา และของลูกหลานพวกเราด้วย

ภาพที่ 7.17 การสนทนากับกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้งการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ ของคนในชุมชน

<u>กิจกรรมที่ 2</u>

การศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (ครั้งที่ 2)
วันที่ 15 ธันวาคม 2561
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา ณ ชุมชนร่วมพัฒนา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนดำเนินการในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาที่มาของความรู้ ความสามารถหรือศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กระบวนการ

การนัดหมายกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนทนา สัมภาษณ์สอบถามและสังเกตการณ์การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง สนทนากับสมาชิกในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันของกลุ่มแม่บ้าน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการลงพื้นที่ครั้งนี้ กลุ่มผู้วิจัย ได้จัดทำเอกสารฉบับร่างซึ่งระบุรายละเอียดเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนา

ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน เพื่อให้นักวิจัยชุมชนซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านตรวจสอบประเด็นต่าง ๆ ว่ามีความถูกต้องหรือไม่และควรเพิ่มประเด็นใด

ภาพที่ 7.18 การสนทนากับกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อทราบศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้งการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ ของคนในชุมชน

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ เอกสารฉบับร่างศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

การลงพื้นที่ครั้งนี้ นับว่ามีความห่างจากการลงพื้นที่ครั้งก่อนไม่มากนัก ทำให้การประสานข้อมูลค่อนข้างดี และการจัดทำเอกสารฉบับร่างเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้ง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านนั้นทำให้การทำงานรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แต่ควรปรับปรุงขนาดของตัวอักษรให้ใหญ่และเข้มขึ้นกว่าเดิม เนื่องจาก ศูนย์เรียนรู้ของชุมชนมีความสว่างไม่มากนักและกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่มีอายุมาก จึงมองเอกสารที่มีขนาดตัวอักษรเล็กไม่สะดวก

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

กลุ่มผู้วิจัยได้ตกผลึกเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน โดยทราบประเด็น ดังนี้

ด้านศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเกิดจากการได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการทำอาหารและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากบรรพบุรุษ การฝึกปฏิบัติจนเกิดความชำนาญ การได้รับการอบรม จากหน่วยงานภาครัฐ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มแม่บ้านภายในชุมชน ส่วนปัจจัยส่งที่ผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ อายุของสมาชิก ขาดหลักเกณฑ์การบริหารจัดการภายในกลุ่มแม่บ้าน งบประมาณน้อย การสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดการช่วยเหลือกันยังไม่เป็นรูปธรรม ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อการประชุม อบรม สัมมนา การศึกษาดูงาน ควรมีคนรุ่นใหม่เข้ามาร่วมทำผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ รวมทั้งเกิดพลังในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแม่บ้าน

จากการดำเนินการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ต่อจากนั้น**เพื่อสามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2** ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนองกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา กลุ่มผู้วิจัยจึงได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มเติม ประกอบด้วย

- วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2561 กิจกรรมเพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
- วันที่ 9 เมษายน 2561 กิจกรรมเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
- วันที่ 24 พฤศจิกายน 2561 กิจกรรมประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้าน และชุมชนร่วมพัฒนา เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก ฉ

การดำเนินการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2

ขั้นตอนที่ 5 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

การศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนานั้น กลุ่มผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยมีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

<u>กิจกรรมที่ 1</u>

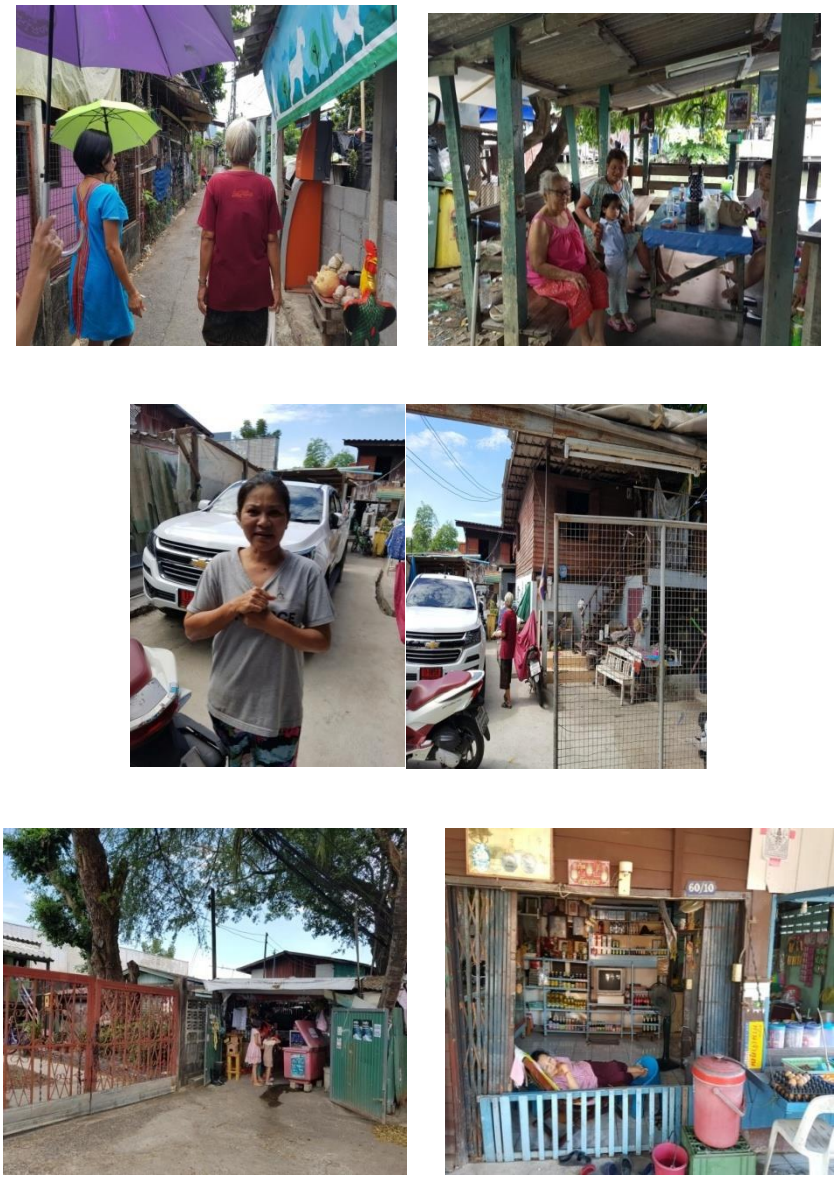
การลงพื้นที่เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2561
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา ณ ชุมชนร่วมพัฒนา

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาด รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน

กระบวนการ

การนัดหมายกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสนทนา สัมภาษณ์สอบถามและสังเกตการณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาด รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา ณ รวมทั้ง สนทนากับสมาชิกในชุมชนเพื่อทราบปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 7.19 การสำรวจสภาพแวดล้อมภายในชุมชน และการสนทนากับคนในชุมชน

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ และเอกสารเกี่ยวกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการตลาด

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

นักวิจัยอาจารย์ควรอธิบายหรืออบรมเพื่อสร้างความรู้พื้นฐานด้านการการตลาดและการบริหารจัดการการตลาดให้กับนักวิจัยชุมชนเข้าใจเป็นการเบื้องต้น เนื่องจากประเด็นด้านความรู้พื้นฐานด้านการตลาด และการบริหารจัดการการตลาดมีความสำคัญสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้น เมื่อนักวิจัยชุมชนยังไม่เข้าใจหัวข้อด้านการตลาดและการบริหารจัดการการตลาด จึงส่งผลให้การสนทนา การสอบถาม หรือการสัมภาษณ์ใด ๆ ยังไม่เกิดความคล่องตัวและต้องใช้เวลาในการอธิบายแต่ละส่วนประสมการตลาดทำให้เวลาในการสนทนาและการสัมภาษณ์ค่อนข้างนาน

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

1. ทราบสภาพการณ์การทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. ทราบส่วนประสมการตลาด ทั้ง 9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการจัดกิจกรรมทำให้ค้นพบประเด็นปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product Price Place Promotion People Process Physical Evidence Packaging และ Power ซึ่งพบว่าปัญหาของกลุ่มแม่บ้านเกิดจากส่วนประสมการตลาดต่าง ๆ ดังนี้ Product มีปัญหาด้านรูปลักษณ์ และไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน ด้าน Price ไม่มีการคำนวณหาจุดคุ้มทุน จึงไม่มีมาตรฐานในการกำหนดราคา Place กลุ่มแม่บ้านยังขาดการติดต่อประสานงานเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น ด้าน Promotion ขาดการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ทันสมัย People สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ Process ผลิตภัณฑ์บางประเภทมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก จึงไม่จูงใจให้ทำอย่างต่อเนื่อง Physical Evidence สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปภายในชุมชนยังไม่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ ด้าน Packaging ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย Power กลุ่มแม่บ้านมีเครือข่ายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านยังไม่กว้างมากนัก ทำให้การประสานงาน การขอความร่วมมือ หรือการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ยังขาดประสิทธิภาพ

<u>กิจกรรมที่ 2</u>

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา
วันที่ 9 เมษายน 2561
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนาเพื่อสามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

กระบวนการ

นัดหมายกลุ่มแม่บ้านเพื่อสนทนาและสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการตลาดทั้ง 9 ประเด็น ได้แก่ Product Price Place Promotion Process Physical Evidence Packaging Power โดยนำแต่ละประเด็นมาวิเคราะห์เพื่อค้นหาแนวทางการแก้ปัญหาในแต่ละประเด็นของส่วนประสมการตลาด

เครื่องมือที่ใช้

กระดานไวท์บอร์ด ปากกาเขียนไวท์บอร์ด กระดาษขนาด A4 สมุดจดบันทึก ปากกา กระดาษคำถามในประเด็นต่าง ๆ กล้องถ่ายภาพ และเอกสารเกี่ยวกับสาเหตุและปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

บทเรียนที่ได้จากการจัดกิจกรรม

ก่อนการลงพื้นที่ควรสำเนาเอกสารซึ่งเป็นประเด็นที่ได้รับจากการลงพื้นที่ครั้งก่อน คือ ประเด็นสาเหตุและปัจจัยด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มแม่บ้าน เพื่อสามารถศึกษาก่อนล่วงหน้าก่อนที่จะทำการวิเคราะห์หาแนวทางการแก้ปัญหา เพื่อทำให้การทำงานเกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง คำตอบต่าง ๆ ที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือสนทนานั้น มักมีความหลากหลาย ดังนั้น ก่อนที่จะเสร็จสิ้นการลงพื้นที่ในครั้งนั้น ๆ ควรให้กลุ่มแม่บ้านสรุปประเด็นที่เห็นพ้องต้องกัน เพื่อให้ประเด็นมีความกระชับและชัดเจน

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรม

จากการลงพื้นที่เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า แนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านนั้น ควรวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นปัญหาตามส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ซึ่งจากการลงพื้นที่ในครั้งนี้ สามารถหาข้อสรุปได้ ดังนี้

-Product มีแนวคิดการทำผลิตภัณฑ์ หมูอบโอ่ง ไส้กรอกพร่องมัน การทำสบู่ขนาดเล็กโดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามแปลกตา การทำพิมเสนน้ำที่ขวดสวยงาม ทันสมัย พกพาสะดวก

-Price กำหนดราคาปานกลาง เพื่อจำหน่ายได้ง่าย และสามารถแข่งขันได้

-Place จำหน่ายที่ตลาดเข้าภายในชุมชน จำหน่ายภายในศูนย์ ร้านสหกรณ์ ร้านค้าโดยทั่วไปลักษณะการฝากขาย รวมทั้งการจำหน่ายทางเว็บไซต์

-Promotion การให้ลูกค้าชิมหรือทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อ การลดราคาหากซื้อในปริมาณมาก

-People ให้บริการด้วยความมิตรภาพ อัธยาศัยไมตรีดี มีมรรยาท

-Process เน้นการให้บริการที่รวดเร็ว สะดวก คล่องตัว

-Packaging ปรับบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย สวยงาม แปลกตา

-Procedure Evidence ลักษณะทางภาพต้องสะอาด สวยงาม จัดตกแต่งร้านค้าหรือเคาน์เตอร์ให้น่าซื้อ

-Power สร้างพันธมิตรเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการจัดจำหน่ายหรือการประสานงานที่สะดวกและรวดเร็ว

<u>กิจกรรมที่ 3</u>

กำหนดการ
ประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้าน และชุมชนร่วมพัฒนา
เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน
ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา
เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
วันเสาร์ที่ 24 พฤศจิกายน 2561
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

.....

13.00-13.30 น.	ชี้แจงรายละเอียดของโครงการวิจัย โดยรองศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
13.30-14.30 น.	แบ่งกลุ่มแม่บ้าน และชุมชนร่วมพัฒนาเพื่อระดมสมองตามประเด็นศึกษา
	อาจารย์ผู้รับผิดชอบดำเนินการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชเนตตี พิพัฒนางกูร
14.30-14.15 น.	รับประทานอาหารว่าง
14.15-16.20 น.	ตัวแทนกลุ่มนำเสนอผลการระดมสมอง
13.20 น.	เสร็จสิ้นการประชุมระดมสมอง

ประเด็นการระดมสมอง

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีอะไรบ้าง ใครเป็นผู้ดำเนินการ

ปัญหา/อุปสรรคด้านต่าง ๆ มีอะไรบ้าง

แนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกันเป็นอย่างไร

วิธีการแบ่งกลุ่ม

แบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

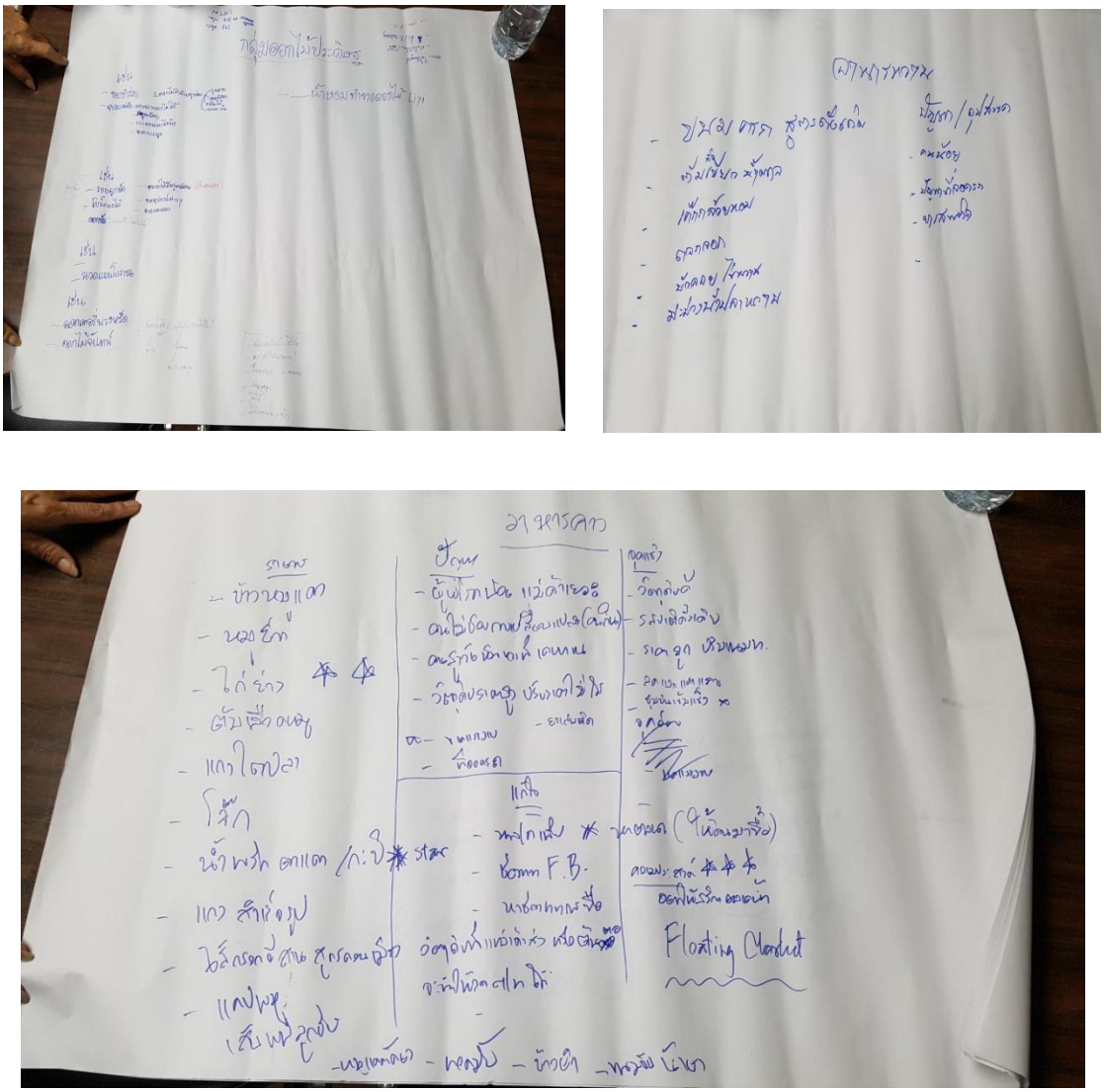
- กลุ่มอาหารคาว และกลุ่มขนมไทย
- กลุ่มของชำร่วย
- กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์

pepsi

ภาพที่ 7.20 การประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อศึกษาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

ผลการดำเนินงาน

การประชุมชี้แจงโครงการและการระดมสมองของชุมชนเป็นการสร้างความเข้าใจโครงการกับชุมชน ผู้นำ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่ศึกษาวิจัยรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหาแนวร่วมในการทำงาน และช่องทางสนับสนุนการทำงานของทีมวิจัย โดยมีประชาชนและทีมวิจัยในชุมชนร่วมพัฒนารวมเข้าร่วมงานจำนวน 54 คน ณ ชุมชนร่วมพัฒนา โดยมีขั้นตอนวิธีการในการจัดเวทีชี้แจงโครงการแก่ชุมชน ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมเวที โดยแบ่งชาวบ้านเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาหารหวาน กลุ่มอาหารคาว และกลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ ซึ่งชุมชน ผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจโครงการและให้ความร่วมมือ ทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อการกำหนดผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกัน ได้รับความร่วมมือ และเกิดแนวร่วมในการดำเนินงาน



ภาพที่ 7.21 การจำแนกผลิตภัณฑ์ซึ่งกลุ่มแม่บ้านสนใจทำ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หรือ 9 P's ร่วมกันระหว่างนักวิจัยอาจารย์และนักวิจัยชุมชนดังตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีความพร้อมในการทำผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ซึ่งมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก ผลิตภัณฑ์มีอายุสั้น หากจำหน่ายไม่หมด มีโอกาสขาดทุนสูง ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านจึงชะลอการทำผลิตภัณฑ์ที่วางแผนจะดำเนินการ คือหมู่โอ่ง และไส้กรอก เนื่องจาก กลุ่มแม่บ้านไม่มีเวลาในการเตรียมวัตถุดิบ การปรุงรสชาติ การจัดหาโอ่งบรรจุหมูหมักที่มีคุณภาพ และยังไม่มั่นใจฝาปิดโอ่งหมูหมักว่าจะช่วยเสริมให้น่าซื้อได้หรือไม่และยังไม่มั่นใจด้านการดูแลคุณภาพของหมู่โอ่ง อีกทั้ง จากประเด็นเรื่องบ้านมั่นคง ซึ่ง

กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจที่จะถูกเวนคืนที่ดิน โดยเฉพาะบ้านที่รุกล้ำคลอง เปรมประชากร ทำให้ต้องมีการปรับผังชุมชนใหม่ เพื่อสามารถจัดสรรที่ดินได้เพียงพอและเหมาะสมกับชุมชน โดยชุมชนหลายหลังจะต้องย้ายบ้านจากที่เดิมไปอยู่บ้านมั่นคง ซึ่งต้องเตรียมการด้านการย้ายบ้าน การเตรียมเงินเพื่อการผ่อนบ้านมั่นคง ทำให้กลุ่มแม่บ้านไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร คาว หรือของหวาน เนื่องจากต้องใช้เวลาและต้องพิถีพิถันในการทำ อีกทั้ง อาหารบางประเภทเน่าเสียง่าย กลุ่มแม่บ้านจึงเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาวัตถุดิบการทำที่ง่าย สะดวก

ทั้งนี้ จากการลงพื้นที่เพื่อพบปะกลุ่มแม่บ้านพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเลือกทำ คือ 1) กลุ่มของชำร่วย ได้แก่ การบูร พิมเสนน้ำ และ 2) กลุ่มดอกไม้จันทน์ เนื่องจาก หาวัตถุดิบง่าย ขั้นตอนการทำไม่ยุ่งยาก และหาตลาดในการจำหน่ายง่าย ซึ่งกลุ่มแม่บ้านวางแผนจะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและสามารถแข่งขันในท้องตลาด ซึ่งจากการศึกษาดูงาน การอบรม ทำให้กลุ่มแม่บ้านมีแนวคิดในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และมีโอกาสในการจำหน่ายได้มากขึ้น

-ป้าเมียดและกลุ่มแม่บ้าน ให้ความเห็นว่า การที่กลุ่มแม่บ้านทำสินค้าที่หลากหลายแต่ไม่มีจุดเด่นจะทำให้สิ้นเปลืองต้นทุน และอาจมีปัญหาด้านการหาตลาด ซึ่งกลุ่มแม่บ้าน มีผลิตภัณฑ์ที่ทำแล้วในปัจจุบัน คือ การบูร ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว ดอกไม้จันทน์ พวงหรีด และผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดที่จะทำ ตลาดในอนาคต เช่น หมู่หมักโอ่ง ซึ่งเป็นสินค้าที่แปลกใหม่และน่าสนใจที่จะทำตลาด แต่การดูแลรักษาคุณภาพของหมูไม่ให้บูดเน่า จำเป็นต้องอาศัยขั้นตอนการทำที่สะอาด พิถีพิถันและมีมาตรฐานสูง กลุ่มแม่บ้านจึงยังไม่มีความพร้อมในการทำ อีกทั้ง เป็นอาหารที่มีอายุสั้น หากจำหน่ายไม่หมดย่อมมีโอกาสขาดทุนสูง ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านจึงชะลอการทำผลิตภัณฑ์ คือหมู่โอ่ง และไส้กรอก เนื่องจาก กลุ่มแม่บ้านเห็นว่าต้องใช้เวลาในการเตรียมวัตถุดิบ การปรุงรสชาติ การจัดหาโอ่งบรรจุหมูหมักที่มีคุณภาพ สวยงาม เหมาะสมต่อการบรรจุหมูหมัก ต้องหาแหล่งผลิตโอ่งที่มีคุณภาพและมาตรฐาน อีกทั้งต้องหาฝาโอ่งที่สามารถรักษาคุณภาพของหมูมิให้เน่าเสียง่าย และควรมีความสวยงามด้วย สำหรับแนวคิดการทำไส้กรอกกำพดหป้พร่องมัน ซึ่งเป็นอาหารที่ต้องใช้วัตถุดิบที่สะอาด ขั้นตอนการทำค่อนข้างยุ่งยาก และกลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐานในการทำไส้กรอกให้สะอาดและปลอดภัยต่อการบริโภค

นอกจากนั้น ยังสนใจทำสบู่ขนาดเล็กที่เหมาะต่อการมอบเป็นของที่ระลึก ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านมีแนวคิดในการทำมีความหลากหลาย ต้องมีวัตถุดิบจำนวนมาก ขั้นตอนการทำยุ่งยาก ใช้เงินลงทุนมาก และขาดกำลังคน ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านเห็นว่าจะน่าทำตลาดได้ดี ขั้นตอนการทำไม่ยุ่งยาก ต้นทุนไม่สูง ไม่เน่าเสีย คือ “พิมเสนน้ำ” ซึ่งทำเป็นของชำร่วย แต่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับเพื่อให้สามารถขายได้ เพราะปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านทำพิมเสนลักษณะผงใส่ ถุงผ้าทรงแหลม ซึ่งมีรูปแบบ

ที่ไม่สวยงาม ไม่มีจุดเด่น และขายยาก เนื่องจากไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน เก็บกลิ่นได้ไม่นาน โดยมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มของชำร่วย : การบูร/พิมเสนน้ำ

การบูรรูปแบบเดิม

การบูรตามที่กลุ่มแม่บ้านจัดทำเพื่อวางจำหน่ายในอดีตก่อนการทำวิจัยนั้น เป็นการบูรชนิดผง มีรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงาม ไม่แตกต่างจากการบูรของผู้ค้ารายอื่น ไม่สามารถเก็บกลิ่นหอมของการบูรได้นาน และไม่สามารถกำหนดราคาให้สูงขึ้นได้ผลกำไรจึงไม่เป็นที่จูงใจ โดยมีรูปแบบดังนี้

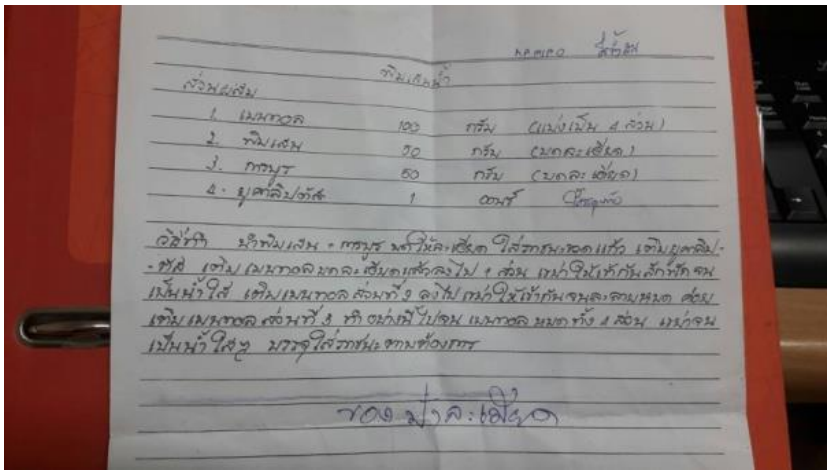
ภาพที่ 7.22 บรรจุภัณฑ์การบูรรูปแบบเดิม

พัฒนาการบูรผงเป็น "พิมเสนน้ำ"

กลุ่มแม่บ้านได้ร่วมกันพัฒนาและปรับปรุงการทำการบูรผงเป็น "พิมเสนน้ำ" โดยกลุ่มแม่บ้านเล็งเห็นว่าพิมเสนน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากประชาชนโดยทั่วไป และกลุ่มแม่บ้านมีภูมิปัญญาการทำพิมเสนน้ำที่มีสูตรลับเฉพาะ เป็น "**สูตรลับของป้าเมียด**" ซึ่งเป็นพิมเสนน้ำที่มีความหอม สดชื่น มีกลิ่นหอมคงทน สีขาวบริสุทธิ์ มีสรรพคุณหลากหลายช่วยบำรุงหัวใจ ช่วยดับพิษร้อนในร่างกาย กระตุ้นการหายใจ แก้ลมวิงเวียนหน้ามืด ทำให้ชุ่มชื่น ใช้เป็นยาระงับความกระวนกระวาย พิมเสนสามารถทำเป็นยาแก้ไอ แก้หลอดลมอักเสบ นำมาทำเป็นยาหม่อง ช่วยบรรเทาอาการไอ ช่วยแก้ปากเปื่อย ใช้เป็นยาขับเหงื่อ ขับเสมหะ แก้อาการจุกเสียดแน่นท้อง แก้ปวดท้อง จากสรรพคุณที่หลากหลายทำให้พิมเสนน้ำเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องจากประชาชนโดยทั่วไป และกลุ่มแม่บ้านเล็งเห็นว่าการทำพิมเสนน้ำบรรจุขวดแก้ว ใส ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ติดป้ายฉลากที่ได้รับการออกแบบให้สวยงาม สีสันสดสวย ทันสมัย มีการบรรยายสรรพคุณ พร้อมทั้งตั้งชื่อตราสินค้าพิมเสนน้ำว่า "**สดชื่น**" การใช้ชื่อตราสินค้า "**สดชื่น**" เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเห็นว่าเป็นชื่อที่ออกเสียงง่าย

สั้น กระชับ ความหมายดี สามารถเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ชื่อไม่ซ้ำกับสินค้ารายอื่น ซึ่งชุมชนเชื่อมั่นว่าจะได้รับความนิยมและสามารถสร้างรายได้ได้ดีกว่าการบูรผง ซึ่งเคยจำหน่ายในอดีต แต่ยอดขายไม่ดี ทั้งนี้ ระหว่างขั้นตอนการออกแบบป้ายฉลากเดิมซึ่งไม่มีเอกลักษณ์ ไม่ชัดเจน สีสันไม่โดดเด่น ซึ่งประเด็นดังกล่าว ชุมชนได้เสนอความคิดเห็นว่า เนื่องจากชุมชนร่วมพัฒนามีดอกลีลาวดีเป็นสัญลักษณ์ประจำชุมชน ดังนั้น จึงควรนำดอกลีลาวดีมาใส่ไว้ในป้ายฉลากจะช่วยสร้างความเป็นเอกลักษณ์และสร้างการจดจำได้เป็นอย่าง ดังนั้น นักวิจัยชุมชน นักวิจัยอาจารย์ กลุ่มแม่บ้าน และสมาชิกในชุมชนจึงได้ร่วมกันออกแบบป้ายฉลากใหม่ ดังนี้

ภาพที่ 7.23 ป้ายฉลากเดิมและป้ายฉลากซึ่งปรับปรุงใหม่ให้มีลายดอกลีลาวดี ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์ชุมชนร่วมพัฒนา



ภาพที่ 7.24 ลายมือป้าเมียดเขียนสูตรลับการทำพิมเสนน้ำของกลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนา

ภาพที่ 7.25 การทำพิมเสนน้ำของกลุ่มแม่บ้านและชุมชนได้มีส่วนร่วมในการทำ

ทั้งนี้ กลุ่มแม่บ้านมีโครงการจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและมีความหลากหลายเพื่อสามารถจำหน่ายได้ในหลายโอกาส มีหลายราคาให้เลือกซื้อและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยมีรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

ภาพที่ 7.26 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใส่พิมเสนน้ำของกลุ่มแม่บ้าน

นอกจากนั้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างไม่เหมือนคู่แข่งขัน กลุ่มแม่บ้านได้ทดลองทำพิมเสนน้ำกลิ่นต่าง ๆ โดยในระยะแรกได้ทดลองทำ “พิมเสนน้ำกลิ่นส้ม” ซึ่งดมแล้วมีความหอมสดชื่นไม่เหมือนคู่แข่งขัน แต่เมื่อใส่กลิ่นส้มซึ่งมีลักษณะเป็นของเหลวสีส้มลงในภาชนะแล้ว ผลปรากฏว่าสีของพิมเสนน้ำได้เปลี่ยนจากสีขาวเป็นสีเหลืองอ่อนมิใช่สีส้ม ซึ่งสีเหลืองอ่อนมิได้บ่งบอกการเป็นกลิ่นส้ม อาจสร้างความสับสนและความเข้าใจผิดให้กับผู้ซื้อ อีกทั้ง ขณะที่ทำการทดลองทำกลิ่นใหม่ได้เกิดปัญหาขึ้น เนื่องจากเมื่อผสมกลิ่นส้มลงในภาชนะแล้วเกิดความขุ่น การมีความขุ่นเกิดขึ้นจึงไม่เชิญชวนให้ซื้อ ซึ่งประเด็นดังกล่าวได้สร้างความกังวลให้กลุ่มแม่บ้านเป็นอย่างมาก ต่อจากนั้น กลุ่มแม่บ้านและชุมชนที่ได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นและทำการทดลองซ้ำ พบว่าการแก้ปัญหาความขุ่นของพิมเสนน้ำนั้นสามารถดำเนินการได้โดยระหว่างการผสม กลิ่นส้มลงในภาชนะ ควรคนให้ละลายในทิศทางเดียวกัน และไม่ควรบรรจุขวดทันที แต่ควรทิ้งไว้ให้ตกตะกอนประมาณ 4-5 ชั่วโมง เพื่อรอให้ตะกอนแยกออกจากพิมเสนน้ำ ต่อจากนั้นจึงกรองใส่ขวดที่เตรียมไว้ นอกจากนั้น ชุมชนที่มาร่วมการทดลองกลิ่นใหม่ได้แสดงความคิดเห็นว่ากลุ่มแม่บ้านควรเพิ่มส่วนผสมกลิ่นส้มให้มากขึ้นเพื่อทำให้สีของพิมเสนน้ำเป็น “สีส้ม” ที่สอดคล้องกับกลิ่นส้ม โดยควรทำการทดลองซ้ำหลาย ๆ ครั้งเพื่อให้มั่นใจว่าเป็นสีที่เหมาะสม และสะท้อนการเป็นกลิ่นส้มได้เป็นอย่างดี และกลุ่มแม่บ้านควรจดบันทึกเพื่อให้พิมเสนน้ำมีคุณภาพมาตรฐานสม่ำเสมอ และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะเชิญชวนให้น่าซื้อ น่าดม สามารถสร้างยอดขาย และรายได้ที่ดีให้ชุมชนได้ต่อไป

ภาพที่ 7.27 สีของพิมเสนน้ำเป็นสีส้มมีตะกอน

2. กลุ่มดอกไม้จันทน์ จากสลากกินแบ่งรัฐบาล

การทำดอกไม้จันทน์ของกลุ่มแม่บ้าน ใช้หลักความประหยัด ความพอเพียง และเป็นส่วนหนึ่งของการรักษ์โลก โดยกลุ่มแม่บ้านได้นำสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ไม่ถูกรางวัลมาประดิษฐ์เป็นดอกไม้จันทน์รูปแบบต่าง ๆ ที่มีความสวยงาม แปลกตา สร้างความรู้สึกที่ดีแก่ผู้พบเห็น ซึ่งนับเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มแม่บ้านมีความภูมิใจ และหากเจ้าภาพงานศพใดไม่มีงบประมาณที่จะซื้อดอกไม้จันทน์ กลุ่มแม่บ้านได้นำดอกไม้จันทน์ที่ทำจากฝีมือของกลุ่มแม่บ้านบริจาคเพื่อทำบุญและเป็นการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์มาอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 7.28 การทำดอกไม้จันทน์ของกลุ่มแม่บ้าน

-ดอกไม้จันทน์รูปแบบเดิม

ดอกไม้จันทน์รูปแบบเดิม ใช้วัสดุที่ทำมาจากสลากกินแบ่งรัฐบาลเท่านั้น ยังไม่มีความหลากหลายและไม่สามารถพัฒนารูปแบบได้มากนัก ดังนั้น จึงไม่สามารถกำหนดราคาที่นำไปสู่ผลกำไรที่ไม่จูงใจ โดยรูปแบบเดิม เป็นการนำฉลากกินแบ่งรัฐบาลมาจับจีบและติดก้านเพื่อทำเป็นดอกไม้จันทน์ รูปลักษณ์จึงไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย และไม่แปลกตา ดังนี้

ภาพที่ 7.29 การทำดอกไม้จันทน์รูปแบบเดิมของกลุ่มแม่บ้าน

-ดอกไม้จันทน์ตามแนวคิดใหม่

ดอกไม้จันทน์ตามรูปแบบใหม่ ในกรณีใช้สลากกินแบ่งรัฐบาลกลุ่มแม่บ้านได้ทำการพัฒนารูปแบบให้สวยงาม มีการพับ การม้วนกลีบให้เป็นดอกกุหลาบ หรือออกแบบการพับเป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ ที่สวยงาม แปลกตา ใช้วัสดุที่หลากหลายในการทำ เช่น การใช้กระดาษจีบ กระดาษย่น กระดาษอัด หรือกระดาษสา เพื่อให้ดอกไม้จันทน์มีความสวยงาม แปลกตาและสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ดังมีรูปแบบดอกไม้จันทน์ที่ได้รับการพัฒนาจากการฝึกอบรม ดังนี้

ภาพที่ 7.30 การทำดอกไม้จันทน์รูปแบบใหม่ของกลุ่มแม่บ้าน

3. กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว

-ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใบบัวรูปแบบเดิม

ภาพที่ 7.31 การทำดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใบบัวรูปแบบเดิม

-ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัวตามแนวคิดใหม่

เน้นการออกแบบลวดลายดอกไม้ที่มีความสวยงาม หลากหลายและแปลกตา สามารถมอบเป็นของขวัญของฝากได้หลากหลายโอกาส นับเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับดอกไม้ประดิษฐ์ได้เป็นอย่างดี

ภาพที่ 7.32 การทำดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใบบัวรูปแบบใหม่

ทั้งนี้ จากการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาตามกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ พบว่าปัจจัยด้านการตลาดซึ่งประกอบด้วยการพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product Price Place Promotion People Process Physical Evidence Packaging Power ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเขตหลักสี่ มีประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย และมีแนวทางการแก้ปัญหาตามประเด็นต่าง ๆ ดังรายละเอียดตาราง 5

ตารางที่ 7.2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดและแนวทางการแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ประเภทของกลุ่มแม่บ้าน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (9 P's) ที่ประสบปัญหา	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
1. กลุ่มอาหารคาว/กลุ่มขนมไทย	People	-แม่บ้านบางรายไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดกำลังคนในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายอีกทั้ง เกิดปัญหาจากการที่รัฐบาลจะเวนคืนที่ดิน และสร้างบ้านมั่นคงให้ชุมชนอยู่แทนที่เดิมทำให้ชาวบ้านมีความกังวลใจ	-เลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องอาศัยฤดูกาล มีกรรมวิธีการทำไม่ยุ่งยากซับซ้อน อาศัยกำลังคนในการทำไม่มากนัก
	Process	-ขั้นตอนการทำอาหารต้องพิถีพิถัน มีหลายขั้นตอน ต้องอาศัยฤดูกาล แสงแดด	

ประเภทของกลุ่มแม่บ้าน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (9 P's) ที่ประสบปัญหา	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
2. กลุ่มของชำร่วย (การบูร พิมเสนน้ำ)	People	-แม่บ้านบางรายไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดกำลังคนในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย อีกทั้ง เกิดปัญหาจากการที่รัฐบาลจะเวนคืนที่ดิน และสร้างบ้านมั่นคงให้ชุมชนอยู่แทนที่เดิม ทำให้ชาวบ้านมีความกังวลใจ	-เลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องอาศัยฤดูกาล มีกรรมวิธีการทำไม่ยุ่งยากซับซ้อน อาศัยกำลังคนในการทำไม่มากนัก
	Physical Evidence	-การจัดรูปแบบสถานที่จำหน่าย หรือสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปยังไม่จูงใจให้คนภายนอกมาเลือกซื้อ	
	Product/Packaging	-รูปแบบยังไม่สวยงามทันสมัย ไม่หลากหลาย ไม่แตกต่างจากคู่แข่งขัน และบรรจุภัณฑ์ยังไม่ทันสมัย ไม่สวยงาม -ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่เป็นที่ยอมรับ	-เชิญผู้เชี่ยวชาญมาอบรมการทำผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย เพื่อให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าเป้าหมาย

ประเภทของกลุ่มแม่บ้าน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (9 P's) ที่ประสบปัญหา	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
	Promotion	ของลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้ Social Media ในการสื่อสารการตลาด เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง	-ประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายเสียงภายในชุมชน
3. กลุ่มดอกไม้จันทน์	People	-แม่บ้านบางรายไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดกำลังคนในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย อีกทั้ง เกิดปัญหาจากการที่รัฐบาลจะเวนคืนที่ดิน และสร้างบ้านมั่นคงให้ชุมชนอยู่แทนที่เดิม ทำให้ชาวบ้านมีความกังวลใจ	-เลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องอาศัยฤดูกาล มีกรรมวิธีการทำไม่ยุ่งยากซับซ้อน อาศัยกำลังคนในการทำไม่มาก
	Product	-รูปแบบยังไม่สวยงามทันสมัย ไม่หลากหลาย ไม่แตกต่างจากคู่แข่งขัน -ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่กว้างมากพอ เป็น	-จัดอบรม โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญมาอบรมด้านการตลาด การ

ประเภทของกลุ่มแม่บ้าน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (9 P's) ที่ประสบปัญหา	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
	Place	การจำหน่ายสถานที่เดิมทำให้ยอดขายไม่มากและไม่จูงใจให้กลุ่มแม่บ้านดำเนินการอย่างต่อเนื่อง -การมีเครือข่ายที่ค่อนข้างจำกัด ทำให้การประสานงาน หรือการอำนวยความสะดวกยังขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถขยายการจำหน่ายไปยังสถานที่อื่น ๆ ได้อย่างกว้างขวาง	พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามทันสมัย เพื่อให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าเป้าหมาย
	Power		-ประธานชุมชนประสานไปยังทุกวัดที่อยู่ใกล้ชุมชน เพื่อสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้จำนวนมาก
	Product		-สร้างความสัมพันธ์อันดีกับวัด สถานที่ราชการ รวมทั้ง องค์กรต่าง ๆ อาทิ การเข้าร่วมประชุม อบรม สัมมนา การ

ประเภทของกลุ่มแม่บ้าน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (9 P's) ที่ประสบปัญหา	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
4. กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์	Price	-ดอกไม้ประดิษฐ์มีรูปแบบที่ไม่แปลกแตกต่าง การประกอบช่อดอกเพื่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลาย และหลายโอกาส ยังไม่โดดเด่นและจูงใจ -ยังไม่สามารถคำนวณต้นทุนที่แท้จริง เพื่อสามารถกำหนดราคาที่เหมาะสม และเป็นที่จูงใจกลุ่มแม่บ้านได้อย่างเหมาะสม	ให้บริการสังคม การร่วมงานบุญ งานการกุศล งานตามเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เพื่อสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน (สร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มแม่บ้าน) -การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงานเพื่อให้กลุ่มแม่บ้านเกิดแนวคิด และทักษะใหม่ ๆ รวมทั้ง ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ ๆ ที่สวยงามแปลกตา -คณาจารย์อบรมเทคนิคการกำหนดราคาที่เหมาะสม โดยอาศัยปัจจัยการกำหนดราคา อาทิ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ต้นทุน คู่แข่งขัน อุปสงค์ เป็นต้น -จัดอบรมโดยผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และให้
	Place	-ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่กว้างขวางมากพอ โดยปัจจุบันเป็นการทำตามสั่ง กลุ่มแม่บ้านยังไม่สามารถจำหน่ายทาง	

ประเภทของกลุ่มแม่บ้าน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (9 P's) ที่ประสบปัญหา	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
	Physical Evidence	ช่องทางออนไลน์ที่สอดคล้องกับผู้บริโภคยุคปัจจุบันได้	คนรุ่นใหม่ในชุมชนเป็นพี่เลี้ยง หรือเป็นผู้ช่วยกลุ่มแม่บ้านในการจำหน่ายด้วยช่องทางออนไลน์
	Power	-กลุ่มแม่บ้านขาดสถานที่ที่เหมาะสมในจัดวางดอกไม้ประดิษฐ์รูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือกชมเลือกซื้อได้อย่างชัดเจน อาทิ การจัดให้มีตู้กระจก หรือชั้นวางที่สวยงาม ทันสมัย	-จัดประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการหาสถานที่หรือจุดแสดงสินค้าที่เหมาะสม
		-กลุ่มแม่บ้านยังขาดเครือข่ายที่ดีในการกระจายผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดใหม่ ๆ	-สร้างความสัมพันธ์อันดีกับองค์กรภายนอก อาทิ สถานที่ราชการ สถาบันการศึกษา องค์กรเอกชนต่าง ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ภาคผนวก ช

ขั้นตอนที่ 6 ด้านการเรียนรู้ (การอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน)

เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้วิจัยจึงได้เดินทางไปศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชน ณ คลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล กรุงเทพมหานคร ศึกษาดูงานตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ฝึกอบรมการเก็บข้อมูลเพื่อทำให้นักวิจัยชุมชนสามารถเก็บข้อมูลประกอบการทำวิจัยได้ถูกต้อง และสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างครบถ้วน สมบูรณ์ การเชิญวิทยากรเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการทำวิสาหิจชุมชน อบรมกลยุทธ์การทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จ การฝึกอาชีพ ฯลฯ ดังมีรายละเอียดการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล
- วันที่ 27 ธันวาคม 2561 การอบรมเทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน
- วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
- วันที่ 13 พฤศจิกายน 2562 การอบรม หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน”
- วันที่ 16 พฤศจิกายน 2562 การอบรมหัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน” ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
- วันที่ 24 ธันวาคม 2562 การทัศนศึกษา บริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา
- วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 อบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
- วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563 การประชุมระดมสมอง ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ และการศึกษาดูงานตลาดน้ำ ผลิตภัณฑ์ โครงการอาชีวะอาสาพัฒนาค่านิยมไทย ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนพอเพียงบ้านหนองกาชุมชน อ.ปราณบุรี จ. ประจวบคีรีขันธ์

ดังมีรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

กิจกรรมที่ 1

การศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล
วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560

ตารางที่ 7.3 แสดงกิจกรรมการศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
ศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม เพื่อศึกษารูปแบบวิธีการทำวิสาหกิจชุมชนและหารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน	1.เพื่อศึกษาดูงานการทำวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านทั่วทุกภาคของประเทศ 2.เพื่อให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านด้านต่าง ๆ 3.เพื่อศึกษาการใช้เครื่องมือการตลาด (Marketing Mix) ของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ	ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล	4	กลุ่มผู้วิจัยได้ศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล ซึ่งเป็นการจัดงานของรัฐบาลที่รวบรวมพ่อค้า แม่ค้า กลุ่มแม่บ้าน วิสาหกิจชุมชน เพื่อจำหน่ายสินค้าและการให้บริการต่าง ๆ ทำให้กลุ่มผู้วิจัยเห็นรูปแบบและแนวทางการประกอบอาชีพของกลุ่มแม่บ้าน และวิสาหกิจชุมชนที่มาจากพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และต่างจังหวัด อาทิ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผ้าทอมือ เครื่องนอน อาหาร ดอกไม้ประดิษฐ์ ของฝาก ของขวัญ ฯลฯ ได้เห็นแนวคิดในการจัดวางสินค้าและตกแต่งร้านค้า การกำหนดราคา รูปแบบวิธีการจัดจำหน่าย การแบ่งโซนผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้สินค้าโดดเด่นและเชิญชวนให้ซื้อเช่น การใช้เฉดสีสดไล่เรียงจนถึงสีอ่อนทำให้สินค้าน่าซื้อมากยิ่งขึ้น การส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การให้ชิมหรือทดลองใช้สินค้า การให้ส่วนลด ของแถม การให้บริการส่งสินค้า ซึ่งเมื่อได้ศึกษาดูงาน แล้วกลุ่มผู้วิจัยได้นำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาโจทย์การวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

กำหนดการ

การดูงานตลาดคลองผดุงกรุงเกษมเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560 ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล กรุงเทพมหานคร

9.30 น.	รถตู้รับกลุ่มแม่บ้าน ณ ชุมชนร่วมพัฒนา/ออกเดินทางมุ่งสู่ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม
9.45 น.	อาจารย์พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์ บรรยายสรุปประวัติการก่อกำเนิดคลองผดุงกรุงเกษม
10.25 น.	ทัศนศึกษาและสัมภาษณ์เจ้าของวิสาหกิจชุมชน และร้านค้าต่าง ๆ ภายในตลาดคลองผดุงกรุงเกษม
12.35 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
13.40 น.	สนทนากับเจ้าหน้าที่ประจำ Booth SME Development Bank เพื่อทราบแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจ
14.30 น..	กลับถึงกรุงเทพมหานคร ด้วยความสวัสดิภาพ

****

ภาพประกอบการศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม

ภาพที่ 7.33 การศึกษาดูงาน ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม

<u>กิจกรรมที่ 2</u>

กำหนดการ
การอบรม เรื่อง เทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน
วันพฤหัสบดีที่ 27 ธันวาคม 2561
ณ ห้องประชุม 1208 มหาวิทยาลัยเกริก
บางเขน กรุงเทพมหานคร

.....

10.00-10.30 น.	ลงทะเบียนและรับประทานอาหารว่าง
10.30-11.30 น.	การอบรม เรื่อง “เทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัยชุมชน” วิทยากรโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปิยจันทร์ และ รองศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
11.30-12.00 น.	ตอบข้อซักถาม
12.00-12.20 น.	ถ่ายภาพร่วมกัน
12.20-13.30 น.	รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน

13.30 น. เดินทางกลับชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่

ภาพที่ 7.34 การอบรมเทคนิคการเก็บข้อมูลงานวิจัย

กิจกรรมที่ 3

การศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก
วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562
จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 7.4 กิจกรรมการศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
ศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อศึกษารูปแบบวิธีการทำวิสาหกิจชุมชนและหารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน	1.เพื่อศึกษาดูงานการทำวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน 2.เพื่อให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านด้านต่าง ๆ 3.เพื่อศึกษาการใช้เครื่องมือการตลาด (Marketing Mix) ของกลุ่มแม่บ้าน และวิสาหกิจชุมชน	ตลาดร้อยปีสามชุก ต. สามชุก อ. สามชุก จ. สุพรรณบุรี คลองผดุงกรุงเกษม ทำเนียบรัฐบาล	12	กลุ่มผู้วิจัยได้ศึกษาดูงาน ณ ตลาดร้อยปีสามชุก ซึ่งเดินทางด้วยรถตู้ โดยกลุ่มผู้วิจัยได้เดินสำรวจตลาดร้อยปี การรับประทานอาหารและสังเกตการณ์การทำการตลาดของกลุ่มแม่บ้านหรือวิสาหกิจชุมชนโดยด้านผลิตภัณฑ์ได้เห็นการอนุรักษ์สินค้าเก่าที่หากินหรือใช้ยาก เช่น ขนมโบราณต่าง ๆ ยาจีน กาแฟโบราณ ร้านตัดผมที่คงสภาพเหมือนร้านตัดผมในอดีต เครื่องใช้ที่ปัจจุบันพบเห็นได้ยาก เช่น เครื่องจักสาน สินค้าทำมือ ผ้าลายปัก การบรรจุภัณฑ์ขนมที่สวยงามแปลกตา เช่น ขนมสาลี่ทำเป็นชั้น ๆ คล้ายปิ่นโต การใส่ซองแนวสูงมีเชือกเพื่อสะดวกในการถือ การใช้ใบตองในการหีบห่อทำให้สินค้ามีกลิ่นหอม หรือใช้ใบบัวในการห่อข้าว การจำหน่ายก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นยักษ์ซึ่งนับว่าสร้างความแตกต่างจากก๋วยเตี๋ยวซึ่งมีจำหน่ายโดยทั่วไป ซึ่งเป็นของรับประทานที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การตกแต่งร้านค้าต่าง ๆ เน้นความเก่า ความโบราณที่หาดูได้ยาก การกำหนดราคาไม่แพง เช่น ปลาสลิดตัวใหญ่ราคาประมาณ 150 บาทการให้ชิมสินค้า การยินยอมให้ถ่ายภาพเพื่อโพสต์ในสื่อโซเชียล แม้ค้า พ่อค้าทุกคนมี

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
				อัธยาศัยไมตรีดี ได้เห็นวิถีชีวิตชุมชน สถาปัตยกรรมโบราณประตูบานเฟี้ยมหลังคาเชิงชายไม้ อาคารพิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงค์จีนารักษ์ ทำให้กลุ่มผู้วิจัยมีแนวคิดในการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดได้เป็นอย่างดี

กำหนดการ การศึกษาดูงานตลาดสามชุก
วันเสาร์ที่ 7 กุมภาพันธ์ 2562
ณ ตลาดสามชุกร้อยปี
จ.สุพรรณบุรี

9.00 น. รถตู้รับกลุ่มแม่บ้านที่ชุมชน/ออกเดินทางไหว้พระวัดป่าเลไลยก์วรวิหาร อุทยานมังกรสวรรค์

11.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารกุ้งเป็น

14.00 น. ชมการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน วิสาหกิจชุมชน ณ ตลาดสามชุก 100 ปี

16.00 น. แวะซื้อของฝาก ที่ร้านเอกชัย

18.00 น. กลับถึงกรุงเทพมหานคร ด้วยความสวัสดิภาพ

ภาพที่ 7.35 การศึกษาดูงานตลาดร้อยปีสามชุก จ.สุพรรณบุรี

<u>กิจกรรมที่ 4</u>

การอบรม หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน”
วันที่ 13 พฤศจิกายน 2562
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 7.5 กิจกรรมการอบรมการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
การอบรม หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน”	1. เพื่อให้กลุ่มผู้วิจัยมีความรู้และเข้าใจหลักการตลาด และการบริหารการตลาด 2. เพื่อให้ชุมชนมีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน 3. เพื่อให้นักวิจัยชุมชนเข้าใจกลยุทธ์การทำการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จ	ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	41	อาจารย์ ดร.ทรงยศ สาโรจน์ เลขาธิการสาขาวิชาพัฒนาสังคมเมือง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้อบรมกลุ่มแม่บ้านเพื่อให้เข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานการทำการตลาด การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นได้เปิดโอกาสให้ชุมชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการตลาดในมุมมองของคนในชุมชน รวมทั้ง สรุปความรู้หรือสิ่งที่ได้รับจากการเข้าอบรมในครั้งนี้

กำหนดการการอบรมนักวิจัยชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน”
วันเสาร์ที่ 13 พฤศจิกายน 2562
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

10.00 -10.30 น.	ลงทะเบียนและรับประทานของว่าง
10.30-12.00 น.	การอบรม หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน” โดย อาจารย์ ดร.ทรงยศ สาโรจน์ เลขาธิการสาขาวิชาพัฒนาสังคมเมือง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
12.00-12.30 น.	ตอบข้อซักถาม
12.20-12.30 น.	ถ่ายภาพร่วมกัน
12.30-13.30 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
14.00 น.	เสร็จสิ้นการอบรม

****

<u>กิจกรรมที่ 5</u>

มหาวิทยาลัยเกริก
การทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา
วันอังคารที่ 24 ธันวาคม 2562

ตารางที่ 7.6 กิจกรรมการทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
การจัดทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนคร-ศรีอยุธยา	1. เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านมีความรู้ ความเข้าใจการผลิตผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับโอทอป 2. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการตลาด 3. เพื่อทราบกลยุทธ์การวางแผนการตลาดและวางแผนเพื่อการส่งออก	บริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนคร-ศรีอยุธยา	12	คุณสมคิด พวงยี่โถ กรรมการผู้จัดการบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้อธิบายเพื่อให้บรรยายสรุปให้ชุมชนได้ทราบแนวคิดในการวางแผนการผลิต การวางแผนการตลาด รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย บรรยายสรุปให้กลุ่มนักวิจัยเรียนรู้เกี่ยวกับช่องการกระจายผลิตภัณฑ์ เข้าใจลู่ทางการทำการตลาด การกำบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย วิธีการหาแหล่งทุนในการเริ่มต้นทำธุรกิจ ทำให้กลุ่มแม่บ้านมีขวัญกำลังใจและเห็นลู่ทางเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ก้าวสู่การเป็นผลิตภัณฑ์โอทอปต่อไป

มหาวิทยาลัยเกริก
กำหนดการทัศนศึกษาบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา
วันอังคารที่ 24 ธันวาคม 2562

9.00 น. รถออกจากมหาวิทยาลัยเกริก

10.15 น. เดินทางถึง บริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ต.บ้านใหม่ อ.มหาราช จ.พระนครศรีอยุธยา

10.30 น. บรรยายพิเศษโดย คุณสมคิด พวงยี่โถ กรรมการผู้จัดการบริษัทโอทอป อินเตอร์เทรดเดอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

11.10 น. เยี่ยมชมกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนโอทอป

12.00 น. ถาม-ตอบ

12.30 น. รับประทานอาหารกลางวัน

13.30 น. ทัศนศึกษาตลาดต้องชม เอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ของชุมชน (ตลาดร้านค้าชุมชนหลวงปู่ทวด

14.45 น. เยี่ยมชมที่ทำการกลุ่มอาชีพสหกรณ์คลองสอง โอทอป จ.ปทุมธานี บริษัทไนท์ แบล็ก ฮอร์ส ไวน์เนอรี่ บริษัทส่งออกผลิตภัณฑ์ไวน์ของชุมชน

17.45 น. รับประทานอาหารเย็น

19.25 น.. เดินทางถึงมหาวิทยาลัยเกริกด้วยความสวัสดิภาพ

****

<u>กิจกรรมที่ 6</u>

การอบรม “การทำดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร”
วันศุกร์ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 7.7 กิจกรรมการอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มแม่บ้าน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
การอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร”	1. เพื่อให้กลุ่มแม่บ้านมีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะการประดิษฐ์ดอกไม้ประดิษฐ์รูปแบบใหม่ 2. เพื่อให้คนในชุมชนมีโอกาสสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน 3. เพื่อให้นักวิจัยชุมชนทราบแนวทางการทำการตลาดไปยังต่างประเทศ การทำการตลาด	ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	37 คน	คุณสาวิตรี ผิรังคะเปาระ ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำดอกไม้ประดิษฐ์จากบริษัทยูนิฟลาว บริษัทส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ โดยคุณสาวิตรีได้อธิบายเกี่ยวกับวัตถุดิบ และอุปกรณ์การทำดอกไม้ประดิษฐ์ และสาธิตการทำดอกบัวจากผ้าไหม การทำใบบัว กลีบตูม ฝักบัวและจัดช่อในแจกันโดยได้สอนให้ชุมชนทำ ทุก ๆ ขั้นตอนพร้อม กันแบบค่อยเป็นค่อยไป ต่อจากนั้นได้สอนการทำดอกลีลาวดีจากผ้าใยบัว การทำใบและการประกอบช่อในแจกัน นอกจากนั้น ได้สอนเทคนิคการกำหนดราคาโดยคำนวณต้นทุนและบวกกำไรประมาณร้อยละ 40

กำหนดการการอบรม “การทำดอกไม้ประดิษฐ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร”
วันศุกร์ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563
ณ ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

9.00-9.30 น.	ลงทะเบียนและรับประทานของว่าง
9.30-9.45 น.	กล่าวชี้แจงวัตถุประสงค์การจัดอบรมและแนะนำวิทยากรพิเศษ โดย อาจารย์พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์
9.45-12.30 น.	อบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์ด้วยผ้าใยบัวและผ้าประดิษฐ์ โดย คุณสาวิตรี ผิรังคะเปาระ วิทยากรจาก บริษัทยูนิฟลาว บริษัทส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์
12.30-12.45.	ถ่ายภาพร่วมกัน
12.45-13.45 น.	รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน
13.45 น.	เสร็จสิ้นการอบรม

****

ภาพประกอบการอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์

ภาพที่ 7.36 การอบรมการทำดอกไม้ประดิษฐ์

กิจกรรมที่ 7

การระดมสมองและการศึกษาดูงานตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว
ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา
วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563
ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปาและศูนย์การเรียนรู้
อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 7.8 กิจกรรมการระดมสมองและการศึกษาดูงานตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
25 กุมภาพันธ์ 2563 -การระดมสมองเพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน	1. เพื่อทราบศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน 2. เพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน 3. เพื่อทราบปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน 4. เพื่อทราบรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของร่วมพัฒนา	โรงแรมไพรเวซี บีช รีสอร์ทแอนด์สปา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์	20	กลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนาได้ระดมสมองเกี่ยวกับศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน ศักยภาพที่ต้องการพัฒนา ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแม่บ้านและชุมชนต่างเห็นพ้องกันว่า การพัฒนาศักยภาพที่สำคัญขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่มแม่บ้านเป็นสำคัญ ความร่วมมือของคนในชุมชน รวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ ได้แก่ การประชุม สัมมนา การอบรม การศึกษาดูงาน เพื่อให้ชุมชนมีความรู้ ประสบการณ์ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล มีโอกาสเห็นตัวอย่างที่ดี อาทิ สินค้าโอทอป ในพื้นที่ที่หลากหลาย โดยชุมชนยังมีความมุ่งมั่นที่จะทำผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป เพื่อทำให้ชุมชนมี

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
				รายได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากปัญหาการย้ายบ้านเพื่อไปยังบ้านมั่นคงมีความชัดเจน และชุมชนคลายความกังวลใจเกี่ยวกับภาระการผ่อนบ้านที่ชุมชนจะต้องแบกรับภาระเพิ่มมากขึ้น
<u>วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563</u> การศึกษาดูงาน	1. เพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนให้กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนา 2. เพื่อก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืน 3. เพื่อทราบแนวทางการประกอบอาชีพการบริหารจัดการ และการทำการตลาด ในลักษณะศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน	-ตลาดน้ำสามพันนาม /ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชน ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว/กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ -ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์		**ตลาดน้ำสามพันนาม** กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนาได้ศึกษาดูงานตลาดน้ำสามพันนามทำให้ทราบวิธีการจำหน่ายสินค้าที่ควรมีความหลากหลายแปลก แตกต่างจากคู่แข่งขัน การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีหลายราคาให้ลูกค้าเลือกซื้อ การจัดการส่งเสริมการขาย การจัดทำหีบห่อให้สวยงาม การตกแต่งร้านค้าให้ดึงดูดใจ และสถานที่ใกล้เคียงร้านค้าควรสร้างบรรยายกาศที่สวยงาม น่าซื้อและประการสำคัญควรสร้าง Landmark เพื่อให้ลูกค้าแชร์ในโซเชียลมีเดีย **ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว** ทำให้กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนาเห็นถึงวิถีชีวิตชุมชนชาวเล แนวคิดการจัดทำธนาคารปูม้าเพื่อเป็นการอนุรักษ์ปูม้ามิให้สูญพันธุ์ โดยขอความร่วมมือจากชาวประมงที่จับปูม้าซึ่งมีไข่นอก

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
		-ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา ต.สามร้อยยอด อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์		กระดองให้นำปูไข่มาฝากในธนาคารชุมชนเพื่อให้สลัดไข่ก่อนที่จะนำไข่ปล่อยลงทะเลเพื่อเพิ่มประชากรปูม้าให้มากขึ้นต่อไป ชุมชนได้เรียนรู้วิธีการทำธุรกิจชุมชนด้วยการลงทุนตามกำลังความสามารถ และมีการแบ่งปันผลตอบแทนอย่างเป็นระบบ ทำให้กลุ่มแม่บ้านและชุมชนเกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจชุมชน **ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา** กลุ่มแม่บ้านและชุมชนร่วมพัฒนาได้ศึกษาดูงานการทำผลิตภัณฑ์ไม้กวาดซึ่งเป็นกิจกรรมของกลุ่มสตรีบ้านหนองกา โดยเป็นการทำไม้กวาดตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีการทำไม้กวาดหลากหลายรูปแบบ หลายขนาดซึ่งมีความสวยงาม แปลกตา และประโยชน์ใช้สอย เช่น กวาดพื้นเรียบภายในบ้าน พื้นถนน หลังคากวาดหยากไย่ โดยมีวัตถุดิบที่สำคัญในการทำคือดอกหญ้า และทางมะพร้าว กลุ่มสตรีได้ออกแบบให้เชือกมัดมีสีสัน และลวดลายสวยงาม การทำบรรจุภัณฑ์ที่ถือสะดวก กลุ่มแม่บ้านและชุมชนได้เรียนรู้วิธีการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ซึ่งทำให้กลุ่ม

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
				แม่บ้านและชุมชนได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ดีเป็นอย่างยิ่ง

ภาพที่ 7.37 ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว

ภาพที่ 7.38 ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา

กำหนดการ
การระดมสมองและการศึกษาดูงานผลิตภัณฑ์ชุมชน
และศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา
วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563
ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปา
อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

<u>วันอังคารที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563</u>

08.00 น.	รถตู้ไปรับกลุ่มแม่บ้านที่ชุมชนร่วมพัฒนา/ออกเดินทาง
09.00 น.	ออกเดินทางมุ่งสู่ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวันที่ จ.เพชรบุรี
14.00 น.	สักการะพระบรมราชานุสาวรีย์บูรพกษัตริย์ 7 พระองค์ ณ อุทยานราชภักดิ์
15.00 น.	ชมผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ ตลาดน้ำสามพันนาม อ.หัวหิน
16.00 น.	เข้าที่พัก/ประชุมระดมสมองการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม
18.00 น.	รับประทานอาหารเย็น
19.00 น.	กิจกรรมสันทนาการ

<u>วันพุธที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563</u>

08.00 น.	รับประทานอาหารเช้า
10.00 น.	ประชุมระดมสมองการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม (ต่อ)
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน
14.00 น.	ศึกษาดูงานตลาดน้ำสามพันนาม ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มธนาคารปู บ้านหนองข้าวเหนียว
15.15 น.	โครงการอาชีวะอาสาพัฒนาค่านิยมไทย : เกษตรทฤษฎีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา ภูมิปัญญาการทำไม้กวาด ก้านมะพร้าว อ.ปราณบุรี
18.00 น.	เดินทางกลับมหาวิทยาลัยเกริก โดยสวัสดิภาพ

****

ภาคผนวก ซ

การดำเนินการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 3

ขั้นตอนที่ 7 ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ต่อจากนั้น กลุ่มผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ (Input) กระบวนการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม(Process) และศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน(Output)

กิจกรรมที่ 1

การระดมสมองและการศึกษาดูงานตลาดสามพันนาม ธนาคารปู ต.หนองข้าวเหนียว
ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา
วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563
ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปาและศูนย์การเรียนรู้
อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 12 กิจกรรมการระดมสมองกลุ่มแม่บ้าน ณ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
25 กุมภาพันธ์ 2563 -การระดมสมองเพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน	1. เพื่อทราบศักยภาพที่แท้จริงของกลุ่มแม่บ้าน 2. เพื่อทราบแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน 3. เพื่อทราบปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน **4. เพื่อทราบรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของร่วมพัฒนา**	โรงแรมไพรเวซี บีช รีสอร์ทแอนด์สปา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์	20	กลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนาได้ระดมสมองเกี่ยวกับศักยภาพที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน ศักยภาพที่ต้องการพัฒนา ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแม่บ้านและชุมชนต่างเห็นพ้องกันว่า การพัฒนาศักยภาพที่สำคัญขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่มแม่บ้านเป็นสำคัญ ความร่วมมือของคนในชุมชน ทั้งเงินทุน อุปกรณ์และการบริหารจัดการ รวมทั้งองค์ประกอบอื่น ๆ ได้แก่ การประชุม สัมมนา การอบรม การศึกษาดูงาน เพื่อให้ชุมชนมีความรู้ ประสบการณ์ มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล มีโอกาสเห็นตัวอย่างที่ดี จึงจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านอาทิ มีความรู้ ทักษะ มีความมั่นใจในตนเอง บุคลิกลักษณะท่าทาง

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	สถานที่	จำนวนผู้เข้าร่วม	ผลสรุป
				กล้าแสดงออก เป็นผู้นำ มีแรงจูงใจในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป
<u>วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563</u> การระดมสมอง(ต่อ)	1.เพื่อทราบความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม 2. เพื่อทราบแนวความคิดในการนำไปปฏิบัติ	โรงแรมไพรเวซี บีช รีสอร์ทแอนด์สปา อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์		ผลการสอบถามจำนวน 20 คน พบว่าทุกคนมีความประทับใจและพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมมาก และมีแนวคิดที่จะนำประเด็นที่ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนจะนำไปใช้ให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้น และมีแนวคิดจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น เช่น พิมเสนน้ำจะพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้แปลกใหม่และหลากหลายมากขึ้น เป็นต้น

กำหนดการ
การระดมสมองและการศึกษาดูงานผลิตภัณฑ์ชุมชน
และศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา
วันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ 2563
ณ เดอะไพรเวซี่ บีช รีสอร์ท แอนด์สปา
อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

<u>วันอังคารที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563</u>

08.00 น.	รถตู้ไปรับกลุ่มแม่บ้านที่ชุมชนร่วมพัฒนา/ออกเดินทาง
09.00 น.	ออกเดินทางมุ่งสู่ อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์
12.00 น.	รับประทานอาหารกลางวันที่ จ.เพชรบุรี

14.00 น. สักการะพระบรมรานุสาวรีย์บูรพกษัตริย์ 7 พระองค์ ณ อุทยานราชภักดิ์

15.00 น. ชมผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ ตลาดน้ำสามพันนาม อ.หัวหิน

16.00 น. เข้าที่พัก/**ประชุมระดมสมองการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม**

18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

19.00 น. กิจกรรมสันทนาการ

<u>วันพุธที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563</u>

08.00 น. รับประทานอาหารเช้า

10.00 น. **ประชุมระดมสมองการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม (ต่อ)**

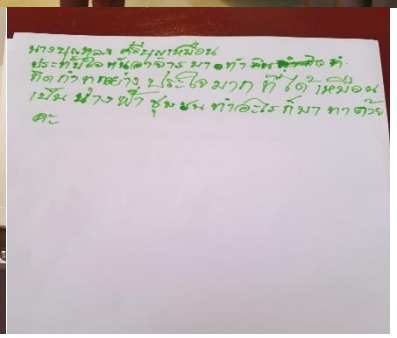
12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

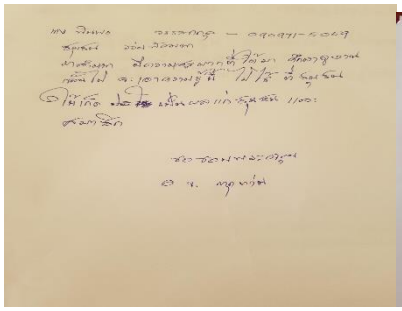
14.00 น. ศึกษาดูงานตลาดน้ำสามพันนาม
ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มธนาคารปู บ้านหนองข้าวเหนียว

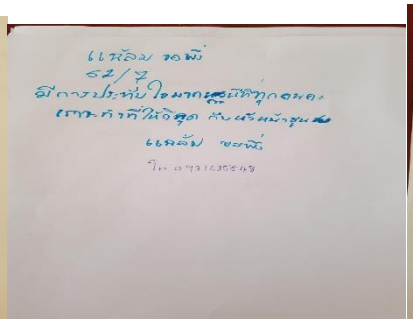
15.15 น. โครงการอาชีวะอาสาพัฒนาค่านิยมไทย : เกษตรทฤษฎีและวัฒนธรรมท้องถิ่น
ศูนย์การเรียนรู้กลุ่มชุมชนพอเพียงบ้านหนองกา ภูมิปัญญาการทำไม้กวาด
ก้านมะพร้าว อ.ปราณบุรี

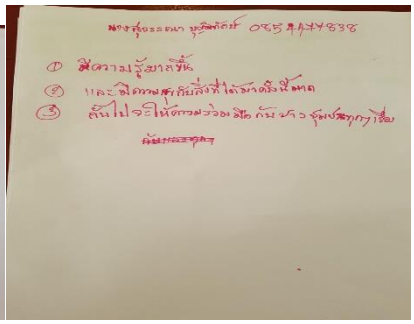
18.00 น. เดินทางกลับมหาวิทยาลัยเกริก โดยสวัสดิภาพ

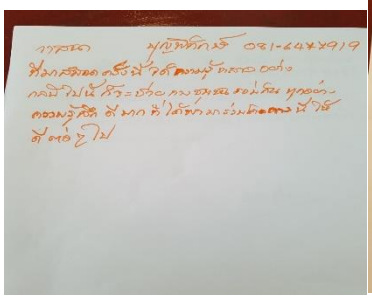
****

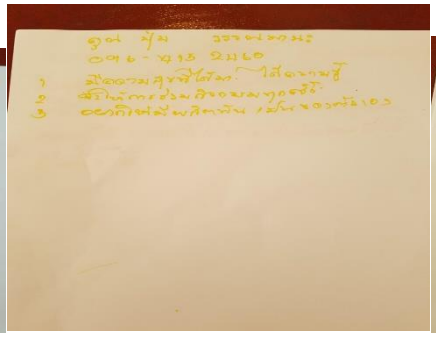


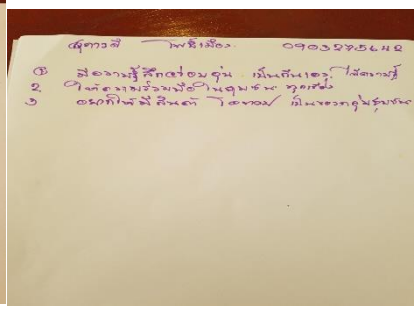


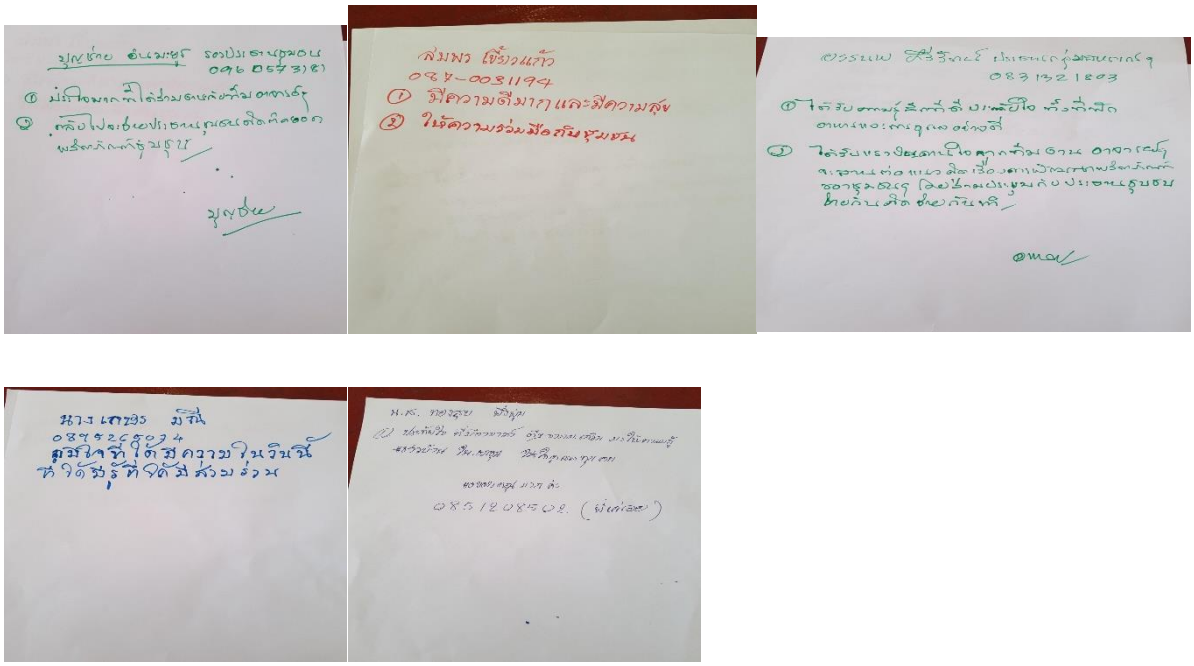












ภาพที่ 7.39 การประชุมระดมสมองการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม

ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการ และนักวิจัยร่วมโครงการ

1. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : นางสาวพิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : อาจารย์ประจำ

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา กม.1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ 02-552-3500-9 ต่อ 221 **โทรสาร** 02-973-9542

โทรศัพท์มือถือ 084-166-8974 **E-mail** : kanoknart02@yahoo.com

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) :

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน)

พ.ศ. 2524 ศศ.บ. รัฐศาสตร์ (บริหารรัฐกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พ.ศ. 2529 M.B.A. Manuel L. Quezon University, Philippines

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกริก

งานวิจัยที่รับผิดชอบ หัวหน้าโครงการ

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย)

การปลูกผลไม้เกษตรอินทรีย์ ปัญหาและอุปสรรค กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง จันทบุรีและตราด วารสารร่มพฤกษ์ ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2552

การยืนหยัดต้านทานกระแสโลกาภิวัตน์ โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนา กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม วารสารร่มพฤกษ์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2550

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

การปลูกผลไม้เกษตรอินทรีย์ ปัญหาและอุปสรรค กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง จันทบุรีและตราด วารสารร่มพฤกษ์ ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2552

การยืนหยัดต้านทานกระแสโลกาภิวัตน์ โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนา กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม วารสารร่มพฤกษ์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 ปี พ.ศ. 2550

ตำราวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค (2552)

ตำราวิชาการจัดซื้อ (2555)

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ-

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

- งานวิจัย เรื่อง การปลูกผลไม้เกษตรอินทรีย์ ปัญหาและอุปสรรค กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง จันทบุรีและตราด ผลการวิจัยทำให้เกษตรกรยอมรับและเพาะปลูกโดยใช้เกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น

- งานวิจัย เรื่อง การยืนหยัดต้านทานกระแสโลกาภิวัตน์ โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนา กรณีศึกษา จังหวัด สมุทรสงคราม ผลการวิจัยทำให้ทราบว่าการที่จะยืนหยัดต้านทานกระแสโลกาภิวัตน์ได้นั้น การมีผู้นำความคิดระดับชุมชนที่เข้มแข็ง การมีกลุ่มอาชีพที่ยึดหลักการพึ่งทรัพยากรในท้องถิ่นฯลฯ

2. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : นายปรีชา พันธุ์แน่น

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : รองศาสตรจารย์

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา กม.1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ 02-552-3500-9 ต่อ 770 **โทรสาร** 02-973-9542

โทรศัพท์มือถือ 081-613-3432 **E-mail** : preecha.phannan9@gmail.com

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 44/83 หมู่บ้านอัมรินทร์นิเวศ ถ.พหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ 02-970-6702 **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน)

คบ. (เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา) วิทยาลัยครูจันทรเกษม

ศศ.ม. (นโยบายและการวางแผนสังคม) สถาบันเทคโนโลยีสังคม (เกริก)

บธ.ม. (การบริหารงานอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

ผู้อำนวยการโครงการหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต ภาคพิเศษ

งานวิจัยที่รับผิดชอบ

ผลงานที่ผ่านมา *(ถ้ามี)*

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย)

โครงการวิจัย การใช้ประวัติศาสตร์ชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างพลังความร่วมมือของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยทำให้ชุมขนทราบแนวทางการใช้ประวัติศาสตร์ชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างพลังความร่วมมือของคนสายคลองบัว

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

ชุมชนหมู่บ้าน สายคลองบางบัว เขตบางเขน กทม.

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับรางวัล-

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

- งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความคิดเห็นของนักถ่ายภาพที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัด เพชรบุรี ผลการวิจัยทำให้ผู้ประกอบการได้แนวทางในการสื่อสารและการเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

3. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : นางดวงทิพย์ จันทร์อ่วม

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : ผู้ช่วยศาสตรจารย์

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา กม.1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ 02-552-3500-9 ต่อ 223 **โทรสาร** 02-973-6742

โทรศัพท์มือถือ 086-777-5760 **E-mail :** duangthip556@hotmail.com

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 592/21 หมู่บ้านเทพานิเวศน์ ต.เทพารักษ์ อ.เมืองสมุทรปราการ สมุทรปราการ 10270

โทรศัพท์ 02-385-4885 **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน)

บธ.บ. (การเลขานุการ) เกียรตินิยมอันดับ 1 วิทยาลัยเกริก

บธ.ม. สถาบันเทคโนโลยีสังคม (เกริก)

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต /รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจ

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา *(ถ้ามี)*

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย)

แนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตลาดโบราณบางพลี อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

ตลาดน้ำท่าคา : การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน วารสารร่มพฤกษ์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 2550

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ

ตำราเรียบเรียง หลักการตลาด นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การตลาดแบบตรง

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

- งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตลาดโบราณบางพลี อ.บางพลี จ. สมุทรปราการ

ตลาดน้ำท่าคา : การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลงานวิจัยทำให้เทศบาลตำบลบางพลีได้รับทราบแนวทางการพัฒนาการตลาด อีกทั้ง แม่ค้าภายในตลาดโบราณบางพลีได้ทราบกลยุทธ์การพัฒนาการตลาด

4. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : น.ส.มุทิตา อาระเศรษฐากร

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : ผู้ช่วยศาสตรจารย์

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา กม.1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ 02-552-3500-9 ต่อ 770 **โทรสาร** 02-973-6738

โทรศัพท์มือถือ 081-613-3432 **E-mail** : preecha.phannan9@gmail.com

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 44/83 หมู่บ้านอัมรินทร์นิเวศ ถ.พหลโยธิน แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ 02-970-6702 **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน)

วท.บ. (ส่งเสริมและสื่อสารการเกษตร) วิทยาลัยครูจันทรเกษม

นศ.ม. (การโฆษณาประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้วยสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อความสนพิเศษที่บ้านส่องนกและสมานเบิร์ดแคมป์ อ.แก่งกระจาน จ.เพชรบุรี

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

ชุมชนหมู่บ้าน สายคลองบางบัว เขตบางเขน กทม.

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ

ตำราเรียบเรียง หลักการพูดสำหรับผู้ประกาศและพิธีกร สำนักพิพม์ค้นบุญ กทม. 2556

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

- งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความคิดเห็นของนักถ่ายภาพที่มีต่อการสื่อสารข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัด เพชรบุรี ผลวิจัยทำให้ผู้ประกอบการได้แนวทางในการสื่อสารและการเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

5. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : นางชเนตตี พิพัฒนางกูร

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : ผู้ช่วยศาสตรจารย์ ดร.

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา กม.1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กทม. 10220

โทรศัพท์ 02-552-3500-9 ต่อ 218 **โทรสาร** 02-973-6742

โทรศัพท์มือถือ 081-701-3548 E-mail : chanettee31@hotmail.com

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 5/843 เมืองทองธานี อาคาร 3 นนทบุรี

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน)

บธ.บ. (การเงินการธนาคาร) เกียรตินิยมอันดับ 1สถาบันเทคโนโลยีสังคม (เกริก)

บธ.ม. มหาวิทยาลัยเกริก

ปร.ด. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย)

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ) -

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ

ตำราเรียบเรียง การเงินธุรกิจ 2549

และ ตำราเรียบเรียง การจัดการสินเชื่อ 2555

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับรางวัล -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

- งานวิจัย ชื่อเรื่อง การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ บรรจุอาหารแทนภาชนะที่อาจก่อให้เกิดการปนเปื้อนและเป็นภัยต่อสุขภาพ : กรณีศึกษาตลาดน้ำท่าคา

- งานวิจัยเรื่อง ปัญหาการติดตามหนี้บัตรเครดิต กรณีศึกษา Non Bank ปี 2552 ผลที่ได้รับจากการวิจัยทำให้ประชาชนที่มีหนี้สินมีแนวทางในการแก้ปัญหาหนี้สินได้ รวมทั้ง Non Bank ทราบแนวทางการติดตามหนี้บัตรเครดิต

- งานวิจัยเรื่อง ปัญหาหนี้สินเกษตรกร อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์ 2555 ผลที่ได้รับจากการวิจัยทำให้เกษตรกรหน่วยงานภาครัฐมีแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้สินให้เกษตรกร

6. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : นางพันพร วรรณกุล

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : ประธานชุมชนร่วมพัฒนา

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : 45/15 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** 02-973-6742

โทรศัพท์มือถือ 084-737-3181

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 45/15 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน) ประถมศึกษาปีที่ 4

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

ประธานชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กทม.

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย) -

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ) -

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ -

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น –

7. **ชื่อ-สกุล** (ภาษาไทย) : นางสุวรรณา บุญพิทักษ์

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : -

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : 45 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

โทรศัพท์มือถือ 085-120-8502

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 45 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน) ประถมศึกษาปีที่ 4

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ) -

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย) -

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ) -

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ -

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น -

8. **ชื่อ-สกุล** (ภาษาไทย) : นางบุญช่วย อินมะยูร

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : -

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : 45/8 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

โทรศัพท์มือถือ 085-685-8618

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 45/8 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน) ประถมศึกษาปีที่ 4

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ) -

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย) -

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ) -

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ -

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น –

10. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) : นางสาวอุษา ภูมิจิตชัย

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : -

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : 60/19 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

โทรศัพท์มือถือ 089-480-5234

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : 60/19 ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน) ประถมศึกษาปีที่ 4

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ) -

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย) -

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ) -

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ -

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น –

11. **ชื่อ-สกุล** (ภาษาไทย) : นางประหยัด เต๊ะหิรัญ

ตำแหน่งปัจจุบัน (ในชุมชน/ทางวิชาการ/ราชการ) : -

สถานที่ติดต่อ (ที่อยู่ที่ทำงาน) : ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

โทรศัพท์มือถือ 086785-5416

สถานที่ติดต่อ (ที่บ้าน) : ถนนวิภาวดี 25 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทรศัพท์ - **โทรสาร** -

ประวัติการศึกษา (ปริญญาตรี-เอก ; สาขา และสถาบัน) ประถมศึกษาปีที่ 4

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ) -

งานวิจัยที่รับผิดชอบ -

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัย (ชื่อผลงาน ปีที่รับทุน แหล่งทุน ตำแหน่งในงานวิจัย) -

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ) -

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่น บทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ -

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ -

จ. ผลงานในเชิงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น -