

บทที่ 1

บทนำ

การศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชน ตำบลลาดใหญ่ ตำบลตำราญราษฎร์ อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ คณะผู้ศึกษามีความมุ่งหวังในการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และต้องการทราบถึงศักยภาพด้านการผลิต การตลาด การเงิน การจัดการ ฯลฯ ของผู้ประกอบการในอำเภอคอยสะเกิด เพื่อนำมาเป็นตัวอย่างในการวิเคราะห์ และเป็นแนวทางพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการจัดการของกลุ่มผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากนโยบายและทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาคูณภาพคน และสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญา และการเรียนรู้ยุทธศาสตร์การสร้างเสริมเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน และยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาคูณค่าแห่งความงาม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่มาจากพระปรีชาญาณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งทรงเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาไทย ทรงเข้าใจรากฐานของสังคมไทย และทรงปรารถนาสืบทอดภูมิปัญญาดังกล่าว และทรงมีพระราชดำรัสเกี่ยวกับเรื่องนี้มาหลายสิบปีแล้ว แต่ไม่มีคนเข้าใจหรือรับไปปฏิบัติ ทรงเตือนว่าค่อยๆพัฒนาทีละขั้นจะได้หนักแน่นมั่นคง ไม่ใช่กระโดดไปทำมาค้าขายเลย ทั้งๆที่ตัวเองยังพึ่งตัวเองไม่ได้ ยังไม่พอเพียง และเป็นปรัชญาที่ใช้สำหรับระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งหมด เป็นแนวทางเพื่อการสร้างระบบเศรษฐกิจให้สามารถพึ่งตนเองได้โดยเชื่อมโยงเศรษฐกิจทุกระดับให้สัมพันธ์กัน ให้เกื้อหนุนกัน โดยมีระบบเล็กระบบใหญ่ที่สัมพันธ์เกื้อกูลกัน เหมือนป่าซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีไม้เล็กไม้ใหญ่ ไม้หลากหลายชนิด หลายระดับ และสิ่งมีชีวิตเร่ร่อนที่ต่างเกื้อกูลกัน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2517 สรุปความได้ว่า การพัฒนาประเทศต้อง

ทำตามลำดับ โดยสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมีพอกิน พอใช้ ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้น ใช้วิธีการและอุปกรณ์แบบประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อมีพื้นฐานที่มั่นคงและปฏิบัติได้จริง จึงเสริมสร้าง ความเจริญและฐานะเศรษฐกิจชั้น สูงขึ้น โดยลำดับต่อไป ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็น การพระราชทานแนวทางพัฒนา แบบเศรษฐกิจพอเพียงเป็นครั้งแรก ต่อมาพระองค์ท่าน ได้ทรงจัดตั้ง ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริขึ้น เพื่อทำหน้าที่เสมือนพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต ให้ประชาชน ได้มาศึกษาเรียนรู้ภาคปฏิบัติอย่างแท้จริง ก่อนนำไปประยุกต์ใช้กับตนเอง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ เป็นปรัชญาที่ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการดำรง อยู่และปฏิบัติตนของประชาชนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับประเทศ ในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปบนทางสายกลาง ทั้งนี้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ คือ ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดี ไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองหรือผู้อื่น ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียง ต้องเป็นไปอย่างมีเหตุและผล โดยคำนึงถึงเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผลที่คาดว่าจะเกิดจาก การกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง เตรียมตัวให้พร้อมต่อการรองรับ ผลกระทบใดๆ จากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอก โดยต้องตั้งอยู่ บนเงื่อนไข 2 ประการ ได้แก่ เงื่อนไขความรู้ รอบคอบ คือ นำวิชาการต่าง ๆ มาประกอบกัน อย่างเหมาะสมรอบด้าน และเงื่อนไขคุณธรรม คือ ตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและ ความ پاکเพียรในการดำเนินชีวิต จะเห็นได้ว่าพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมี มานานแล้วและทุกคนพร้อมปฏิบัติตามจนถึงทุกวันนี้

รัฐบาลได้ประกาศนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนเป็นยุทธศาสตร์ตามแผนบริหาร ราชการ 4 ปี (พ.ศ. 2548 - 2551) โดยถือว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนและสำคัญยิ่งของชาติ ทุกส่วนราชการ ได้้น้อมนำมาเป็นยุทธศาสตร์พระราชทานในการทำสงครามกับความยากจน พล.อ.อ.คงศักดิ์ วันทนา อธิบดีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ได้ประกาศนโยบายเน้นหนักเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2549 มอบหมายให้ทุกจังหวัดผลักดันและขยายผลหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงอย่างกว้างขวาง โดยภายใน ปี 2549 ตั้งเป้าหมายจำนวน 5,000 หมู่บ้าน ปี 2550 ร้อยละ 50 ของหมู่บ้านทั่วประเทศ และภายใน ปี 2551 ครอบคลุมหมู่บ้าน สำหรับลักษณะกิจกรรมหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย การลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ การออม การดำรงชีวิตด้วยหลักคุณธรรม จริยธรรม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การเอื้ออาทรช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการทำงานหัตถกรรมมากที่สุดจังหวัดหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ที่พัฒนาจนได้มาตรฐานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นจำนวนถึง 640 รายการ (ไทยตำบลดอทคอม,

2550) ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าด้านหัตถกรรม สำหรับอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ มีการพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์

อำเภอคอยสะเกิดขึ้น ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2445 ที่บ้านเชิงคอย หมู่ที่ 3 ตำบลเชิงคอย คำว่า “คอยสะเกิด” สันนิษฐานว่าเป็นคำที่เพี้ยนมาจากคำว่า “คอยเส้นเกศ” ซึ่งเป็นสถานที่เก็บเส้นพระเกศาของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าบริเวณใกล้กับตัวอำเภอ ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ อำเภอคอยสะเกิดเป็นอำเภอหนึ่งในจำนวน 22 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจากจังหวัดประมาณ 18 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 749 ตารางกิโลเมตร หรือ 468,152 ไร่ อาณาเขตติดต่อ ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอพร้าวและอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ทิศตะวันออก ติดต่อกับ กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอคอยสะเกิด มีพื้นที่ทั่วไปเป็นป่าและภูเขา เนื้อที่ป่าส่วนใหญ่จะอยู่ทางทิศเหนือ และทางทิศตะวันออก ส่วนที่ราบมีประมาณ 1 ใน 5 ของพื้นที่ทั้งหมด จะอยู่ทางทิศใต้และทางทิศตะวันตก ซึ่งราษฎรจะใช้พื้นที่ดังกล่าวในการเพาะปลูก ในอำเภอคอยสะเกิดมีแม่น้ำไหลผ่าน ซึ่งสามารถใช้ในการบริโภค ตลอดจนน้ำที่ใช้ในการเกษตรมี 4 สาย คือ น้ำแม่แก้วไหลผ่านท้องที่ตำบลป่าเมี่ยง ตำบลลวงเหนือ ตำบลตลาดขวัญ ตำบลสันปูเลย น้ำแม่ดอกแดงไหลผ่านท้องที่ตำบล เชียงคอย ตำบลป่าป้อ ตำบลสง่าบ้าน น้ำแม่ฮ้องฮักไหลผ่าน ท้องที่ตำบลเชิงคอย ตำบลป่าลาน ตำบลสง่าบ้าน น้ำแม่โป่งไหลผ่านท้องที่ตำบลแม่โป่ง ตำบลแม่ฮ้อยเงิน ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลแม่คือ แม่น้ำทั้ง 4 สาย จะมีมากในช่วงฤดูฝน และน้ำจะน้อยในช่วงฤดูแล้ง แต่ไม่ถึงกับขาดน้ำในช่วงประมาณเดือนเมษายน ทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้และภูเขา โดยเฉพาะท้องที่ ตำบล ป่าเมี่ยง ตำบลลวงเหนือ ตำบลแม่โป่ง มีไม้เบญจพรรณและไม้เศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น ไม้สัก ไม้เต็ง ไม้รัง และอื่น ๆ เป็นต้น ส่วนแร่ธาตุสำคัญ เช่น แร่ดีบุก มีมากในท้องที่ตำบลป่าเมี่ยง และตำบลแม่โป่ง หินไลต์สโตน ซึ่งใช้ทำถนนมีมากในท้องที่ตำบลแม่โป่งเช่นกัน

ประชากร 63,721 คน เป็นชาย 31,166 คน เป็นหญิง 32,344 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2546) ความหนาแน่นของประชากรเฉลี่ยต่อพื้นที่ 84.8 คนต่อตารางกิโลเมตร ในเขตเทศบาลเท่ากับ 772.6 คนต่อตารางกิโลเมตร นอกเขตเทศบาลเท่ากับ 79.9 คนต่อตารางกิโลเมตร การคมนาคมติดต่อระหว่างอำเภอจังหวัด ดังนี้ ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 1007 (เชียงใหม่ - คอยสะเกิด) ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 118 (คอยสะเกิด - เชียงราย) ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 1014 (คอยสะเกิด - บ่อสร้าง) การปกครอง แบ่งการปกครองออกเป็น 14 ตำบล 109 หมู่บ้าน เทศบาลตำบล แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 13 แห่ง การเกษตร อาชีพหลักทางการเกษตร ได้แก่

ทำนา ประมาณร้อยละ 75 ทำสวนประมาณร้อยละ 10 ไร่นาสวนผสม ประมาณร้อยละ 15
พืชเศรษฐกิจ คือ ข้าวออก กระทบ อาชีพอื่นๆได้แก่งานหัตถกรรมท้องถิ่น รับจ้างทั่วไป

ประวัติความเป็นมา ตำบลตลาดใหญ่ ตั้งอยู่ในเขตการปกครอง ของอำเภอดอยสะเก็ด
จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 5 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1 บ้านแม่กะเหนือ หมู่ที่ 2 บ้านแม่กะตลาด
หมู่ที่ 3 บ้านแม่กะใต้ หมู่ 4 บ้านแม่จ้องใต้ หมู่ที่ 5 แม่จ้องเหนือ

ตำบลตลาดใหญ่มีสภาพเป็นที่ราบลุ่ม อยู่ทางทิศใต้ของอำเภอดอยสะเก็ด อยู่ในชั้นความสูง
ประมาณ 300 เมตร ลักษณะพื้นที่ลาดเอียงไปทางทิศใต้ มีลำเหมืองแม่โป่งไหลผ่านทิศเหนือติดกับ
ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ทิศใต้ติดกับ ตำบลแม่คือ และตำบลแม่ปู้คา
อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ทิศตะวันออกติดกับ ตำบลแม่ฮ้อยเงิน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัด
เชียงใหม่ ทิศตะวันตกติดกับตำบลลำธารราษฎร์ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน
ประชากรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล 3,763 คน และจำนวนหลังคาเรือน 1,349 หลังคาเรือน
อาชีพหลัก ทำนา ทำสวน และทำไร่ ปลูกพืชอายุสั้น กระทบ หอมแดง เลี้ยงสัตว์ รับจ้าง อาชีพ
เสริมแกะสลัก ตัดเย็บเสื้อผ้า ทำแชมพู ข้าวซ้อมมือ น้ำพริกสาบ ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลตลาดใหญ่ สถานีอนามัยตำบลตลาดใหญ่ วัดศรีชยาราม (แม่กะเหนือ)
วัดสุนทรศิริ แม่กะใต้ โรงเรียนบ้านแม่กะตลาด โรงเรียนบ้านแม่จ้อง วัดพรหมจริยาราม
(แม่กะตลาด) วัดมหาวนากิมข (แม่จ้อง) วัดศรีดอนกู่ โรงเรียนอนุบาลสุมาลี

การจัดการความรู้ นับเป็นวิธีที่ใช้ควบคู่กับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวทางของ
พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในการวิเคราะห์หาสาเหตุ หาทางแก้ไขปัญหาความยากจน โดยพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อทราบปัญหา สาเหตุ ความต้องการ หาทางช่วยเหลือในการพัฒนาสินค้า
หรือผลิตภัณฑ์จนสามารถยกระดับไปเป็นสินค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้านเพื่อยกระดับสู่มาตรฐาน
สินค้าชุมชน โดยการบูรณาการกับการเรียนการสอนเพื่อให้นักศึกษาสาขาวิชาศิลปกรรมได้ฝึก
ปฏิบัติการทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อแสดงแนวทางในการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้
ในการเรียนการทำงาน และเป็นแนวทางพัฒนาท้องถิ่นของตน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชน
ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลลำธารราษฎร์ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาความต้องการชุมชน เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชน

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทักษะคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติ ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

2.3 การจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

2.4 การจัดการความรู้เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพในการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชน

2.5 การจัดการความรู้ โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน

3. ขอบเขตของโครงการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้กลวิธีการจัดการความรู้ การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชน ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลตำราญราษฎร์ อำเภอคอยสะแกก จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลตำราญราษฎร์ อำเภอคอยสะแกก จังหวัดเชียงใหม่

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลตลาดใหญ่ และตำบลตำราญราษฎร์ อำเภอคอยสะแกก จังหวัดเชียงใหม่ ในโครงการ “ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น” ได้แก่

- | | | | |
|-------|--------------------|---------------|-----------------|
| 3.2.1 | กลุ่มตัวอย่างที่ 1 | คุณวงเดือน | นามจันทร์ลักษณ์ |
| 3.2.2 | กลุ่มตัวอย่างที่ 2 | คุณพรหมมา | จักรแก้ว |
| 3.2.3 | กลุ่มตัวอย่างที่ 3 | คุณธมนันท์ | ไชยา |
| 3.2.4 | กลุ่มตัวอย่างที่ 4 | คุณวราภรณ์ | อริยจักร |
| 3.2.5 | กลุ่มตัวอย่างที่ 5 | คุณสุพรรณ | รังศรีราชวงศ์ |
| 3.2.6 | กลุ่มตัวอย่างที่ 6 | คุณศรีอัมพร | จันทร์อินทร์ |
| 3.2.7 | กลุ่มตัวอย่างที่ 7 | คุณคุณพ่องศรี | จักรแก้ว |
| 3.2.8 | กลุ่มตัวอย่างที่ 8 | คุณวรรณวิมล | ขันคำ |
| 3.2.9 | กลุ่มตัวอย่างที่ 9 | คุณกรรณิการ์ | คำสายใย |

3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่นำมาใช้ในการศึกษาและประกอบในงานวิจัย ได้แก่ ทัศนคติเศรษฐกิจพอเพียง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทฤษฎีการจัดการความรู้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และแนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549 (OTOP Product Champion)

4. ขั้นตอนและวิธีการศึกษา

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการวิจัย เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลสารายราษฎร์ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

4.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

4.2.1 สร้างความเข้าใจในการทำงาน ที่ต้องการให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เป็นการวิจัยแบบให้ชุมชนมีส่วนร่วม ได้แก่ สมาชิกของกิจการบริหารส่วนตำบล ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน ผู้นำธรรมชาติ ผู้เฒ่าผู้แก่ที่ชาวบ้านให้ความยอมรับนับถือ ชาวบ้านผู้ประกอบการ

4.2.2 ศึกษาบริบทชุมชน ได้แก่ ด้านสภาพพื้นที่ ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพทางเศรษฐกิจ ภูมิปัญญาชาวบ้าน และสภาพปัญหาต่าง ๆ ของชุมชน

4.2.3 ศึกษาบริบทเกี่ยวกับวิถีชีวิต การทำมาหากิน ปัญหาสิ่งแวดล้อม การอพยพย้ายถิ่น ข้อมูลเกี่ยวกับครัวเรือน ภาระหนี้สิน รายรับ รายจ่าย และศึกษาความต้องการปัญหาโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ และหาทางแก้ไข

4.2.4 ร่วมกับชุมชน ภาควิพัฒนาอาชีพ วิสาหกิจชุมชน โดยการศึกษาดูงาน ฝึกอบรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.2.5 กลุ่มเป้าหมายเริ่มตระหนัก และการเข้าใจถึงปัญหา ซึ่งค้นพบด้วยการร่วมคิดร่วมวิเคราะห์ ร่วมวิจัยทัศน์ ยุทธศาสตร์

4.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2.1 ศึกษาเอกสาร รายงานการวิจัย ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น แผนงาน โครงการพัฒนาตำบล ข้อมูล จปฐ. กชช.2ค ข้อมูลจากหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (Online Network กับ CD) แผนที่ ภาพถ่ายทางอากาศ

4.2.2 การทำแบบสำรวจ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาบริบทชุมชน เช่น ประเด็นเรื่อง ประวัตินุคคล เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

4.2.3 การสังเกตการณ์โดยตรง (Direct Observation) ด้วยการเดินสำรวจ จุดบันทึกสิ่งต่าง ๆ เช่น จำนวนของบ้าน วัสดุที่ใช้ในการสร้างบ้าน การสังเกตด้วยการเข้าไปร่วมกิจกรรมกับชาวบ้านในการประกอบอาชีพ เพื่อซักถามข้อมูลที่กำลังทำการศึกษา

4.2.4 การศึกษาชุมชนจากกรณีศึกษา (Case Studies and stories) เป็นการศึกษาชุมชน อันเป็นที่มาของเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคล ผู้นำชุมชน เพื่อความเข้าใจสภาพการณ์ในชุมชนดีขึ้น

4.2.5 การทำแผนที่ทางความคิด (Mind Map) เพื่อศึกษาปัญหา และความต้องการ โดยการระดมความคิดเห็นของบุคคล ร่วมกันกำหนดหัวข้อเพื่อแสดงความคิดเห็น เป็นการเพิ่มมิติของความคิด แยกแยะความคิด ได้เด่นชัดมากขึ้น ทำให้ทุกคนเห็นความสำคัญของปัญหา

4.2.6 กระบวนการจัดเวที เพื่อแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน

4.2.7 ศึกษาดูงานการประกอบอาชีพหัตถกรรม อบรมปฏิบัติการจากแหล่งประกอบการและชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ด้านการจัดการธุรกิจการขาย ขั้นตอนการออกแบบการผลิต และจำหน่าย

4.2.8 นำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงาน และการอบรมปฏิบัติการมาพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐาน

4.2.9 จัดทำรายงาน สรุปบทเรียนและองค์ความรู้

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เช่น เผยแพร่ในวารสาร หรือการจดสิทธิบัตร ฯลฯ และหน่วยงานที่จะสามารถนำผลการวิจัย ไปใช้ประโยชน์

5.1 สามารถแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานร่วมกับพัฒนาชุมชน อบต. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อระดมความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหา สาเหตุวิเคราะห์ สรุปผลได้ตามกำหนด

5.2 บริบทและศักยภาพ ของชุมชน เกี่ยวกับการทำหัตถกรรมท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลลำราญราษฎร์ อำเภอคอยสะแกด จังหวัดเชียงใหม่

5.2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยการจัดการความรู้และ ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง เข้าไปบริหารจัดการ ซึ่งสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตำบลต่าง ๆ ในอำเภอคอยสะแกด และชุมชนอื่น จังหวัดอื่น ๆ ได้

5.2.2 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชน สามารถนำหลักการบริหารจัดการด้านการตลาด การจัดการ การเงิน ต้นทุนการผลิตในตำบลตลาดใหญ่ ตำบลลำราญราษฎร์ และนำไปใช้ในแหล่งชุมชนอื่น ๆ ได้

5.2.3 สามารถทำวิจัยต่อยอดในชุมชนคอยสะแกดหรือชุมชนอื่น

5.3 บริการความรู้แก่ประชาชน นับเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่ได้จากการพัฒนา เปิดอบรมให้กับธุรกิจชุมชน ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลลำราญราษฎร์ เพื่อจัดนิทรรศการ และจัดทำ คู่มือวารสารประสานกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้าน ธุรกิจ รวบรวมในเอกสาร ฐานข้อมูล เพื่อถ่ายทอดให้แก่ประชาชนทุกระดับได้

5.4 บริการความรู้แก่ภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลลำราญราษฎร์ สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการจัดความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการชุมชน โดยการถ่ายทอดกระบวนการผลิตของจริง ที่นำไปจัดจำหน่าย จัดแสดง การถ่ายทอดในคู่มือ เอกสาร และฐานข้อมูล

5.5 นำไปผลิตเชิงพาณิชย์ และสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ได้จากการศึกษา อบรม เพื่อพัฒนาสินค้าให้ทุนค่าใช้จ่าย ทุนเวลา ประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ผลิตสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

5.6 เป็นการพัฒนาระบบการจัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้นวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่ม มูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ นวัตกรรมใหม่เพิ่มจำนวนการผลิต การจำหน่ายและการแข่งขันด้านการตลาด ของธุรกิจชุมชนคอนพะเพ็ด

5.7 ในการทำวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจชุมชนทั้งหมด ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลลำราญราษฎร์ ในการเพิ่มศักยภาพการจัดการธุรกิจชุมชนให้สามารถพัฒนาธุรกิจอย่างมี คุณภาพ สามารถพัฒนาสินค้า ผู้โครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”สามารถบริหารทรัพยากร ต้นทุนทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนนำธุรกิจของตนสู่สากล เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง และพลวัตโลก

5.8 ระบุกลุ่มเป้าหมายที่จะได้รับประโยชน์และผลกระทบจากผลงานวิจัยที่คาดว่าจะ เกิดขึ้นรวมทั้งสนองตอบประเด็นยุทธศาสตร์ใดในยุทธศาสตร์ของแผนบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2548-2551 ทั้งสามด้าน คือ

5.8.1 การจัดการความรู้ประกอบด้วย

1) บริบทและศักยภาพชุมชน เกี่ยวกับการทำหัตถกรรมท้องถิ่น และการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน ตำบลตลาดใหญ่ ตำบลลำราญราษฎร์ อำเภอคลองสะแก จังหวัดเชียงใหม่

2) ปัญหาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทัศนคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

3) องค์ความรู้ด้านการวิเคราะห์ศักยภาพ การจัดการการตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชน อำเภอคลองสะแก จังหวัดเชียงใหม่

4) การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ซึ่งได้แก่แนวคิดในการพัฒนา จิตความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

5) นักศึกษา (ผู้ช่วยวิจัย) ได้เรียนรู้ร่วมกับชุมชนในการพัฒนา

5.8.2 การพัฒนา ประกอบด้วย

1) กลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลตลาดใหญ่ ตำบลสำราญราษฎร์ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่เกิดการเรียนรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านรูปแบบแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต นวัตกรรมใหม่

2) กลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลตลาดใหญ่ และตำบลสำราญราษฎร์ อำเภอคอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่เกิดการเรียนรู้ด้านการจัดการ การผลิต การตลาด การบัญชี การดำเนินงาน ด้านธุรกิจชุมชน

3) จากการใช้เครื่องมือประชาสังคม ทำให้ชุมชนมีการรวมกลุ่ม มีการสร้างเครือข่ายในตัวเองก็คืออำนาจในการต่อรอง

4) เกิดการเรียนรู้การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และสถาบันที่เกี่ยวข้องมาร่วมตัว ดำเนินกิจการในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographical Proximity) มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการกันและกันอย่างครบวงจร (Commonality & Complementarity)

5) กลุ่มธุรกิจชุมชนเข้าใจ เรื่องการจดสิทธิบัตร ว่ามีประโยชน์ต่อการทำผลิตภัณฑ์ป้องกันการลอกเลียนแบบ หรือนำไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง

5.8.3 หน่วยงานภาครัฐและเอกชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามารถนำการจัดการเรียนรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ คือ

1) พัฒนาการชุมชนระดับอำเภอ สามารถนำผลจากการเรียนรู้ที่ได้จากการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการต่อยอดด้านธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ

2) ได้ข้อมูลเชื่อมโยงกับจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชน ปัจจุบันกำลังดำเนินการเรื่องการขยายหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงทั่วประเทศ

3) ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ นำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการจัดการเพื่อส่งเสริมธุรกิจชุมชน

4) กระทรวงอุตสาหกรรมนำผลการวิจัยที่ได้ดำเนินการ

5) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้ผลงานวิจัยไปใช้ในการเรียนการสอน การจัดทำหลักสูตรท้องถิ่น

6) การจัดการเรียนรู้โดยนักศึกษาได้ทำงานวิจัยในชุมชนเป็นประสบการณ์ตรงที่สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาการเรียน การทำงาน และพัฒนาหมู่บ้านตน

7) แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยที่ได้สามารถเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ได้แก่อนงสือ วารสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การประชุมทางวิชาการ การแสดงนิทรรศการวิชาการ การฝึกอบรมให้กับชุมชนต่าง ๆ หรือผู้สนใจทั่วไป

6. ระยะเวลาในการทำวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ทำการวิจัย รวมทั้งหมด 12 เดือน (ปี 2551)

7. นิยามศัพท์

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง ปรัชญาที่ชี้ถึงแนวการดำรงอยู่ และการปฏิบัติตนของประชาชนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนไปถึงในระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนา และการบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมไปถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน

การจัดการความรู้ หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคล หรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี 2 ประเภท คือ ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน และความรู้ที่ชัดเจน

การออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมในการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ เป็นการกระทำของมนุษย์ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการผลเป็น สิ่งใหม่ โดยมีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างขึ้นมาให้แตกต่างจากของเดิม หรือการปรับปรุงตกแต่งจากของเดิม ความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2548 : 15)

การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาสินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น ในตำบลตลาดใหญ่ ตำบลสำราญราษฎร์ อำเภอออยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ศักยภาพธุรกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถในการจัดการ การตลาด การผลิต การเงิน การส่งออกของกลุ่มธุรกิจชุมชน ตำบลสำราญราษฎร์ ตำบลตลาดใหญ่ อ. ออยสะเก็ด จ. เชียงใหม่

การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการคิด วางแผน และดำเนินการ เพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในตำบลตลาดใหญ่ ตำบลสำราญราษฎร์ อำเภอออยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่