

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิ่งที่ถูกแปรรูปจากวัตถุดิบเดิมเป็นผลงานใหม่ที่มีความลงตัวในด้านความคิดสร้างสรรค์ และการสรรค์สร้างงานด้วยศิลปะ เป็นความคิดที่อาจดัดแปลงจากความรู้ที่ถูกถ่ายทอดจาก บรรพบุรุษ เพื่อให้เข้ากับยุคสมัย ในการวิจัยเรื่อง การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ ความสำคัญในภูมิปัญญาทางด้านความคิดในการประดิษฐ์ผลงาน ในบทนี้ได้รวบรวมข้อมูล อันได้แก่ บทความ แนวคิด งานวิจัย และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาใช้ประกอบการวิเคราะห์งานวิจัย ดังนี้

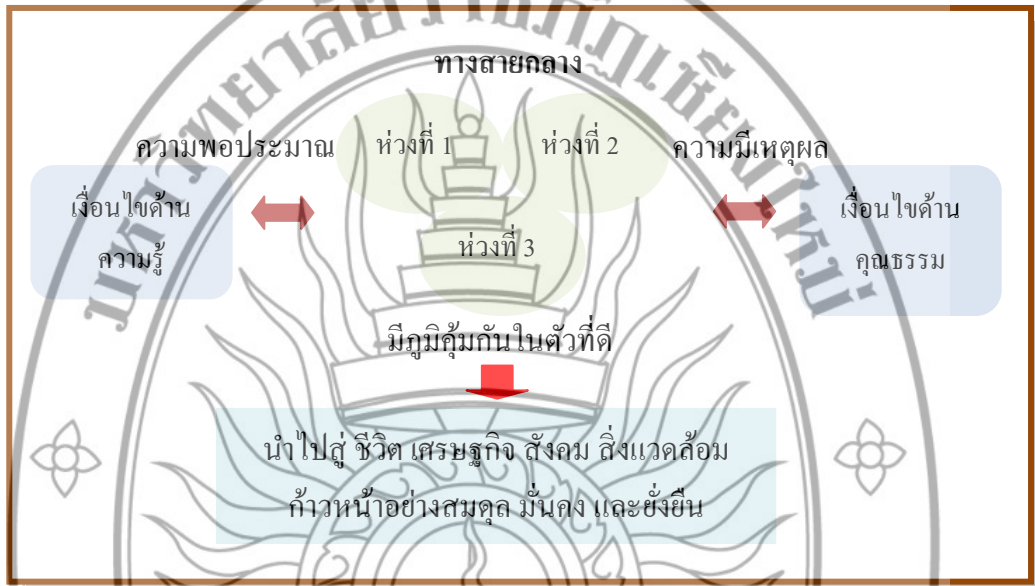
1. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
2. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
5. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และแนวคิดการออกแบบตราสินค้า
6. แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis
7. แนวคิดด้าน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และแนวทางคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2549
8. การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
9. แนวทางการวิเคราะห์ทางการจัดการการตลาดในวิสาหกิจชุมชน
10. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับงานหัตถกรรมสาขาศิลปะประดิษฐ์
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

ด้วยความห่วงใยต่อพสกนิกรชาวไทย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัส ชี้แนะแนวทางในการดำรงชีวิต เพื่อให้สามารถบรรเทาปัญหาความยากแค้นทางเศรษฐกิจ (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 : ก) ดังพระราชดำรัสตอนหนึ่ง ว่า

“.....เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเสมือนรากฐานของชีวิต รากฐานของความมั่นคงของแผ่นดิน ที่ถูกรองรับบ้านเรือนตัวอาคารไว้นั่นเอง สิ่งก่อสร้างจะมั่นคงได้ก็อยู่ที่เสาเข็ม แต่คนส่วนมาก มองไม่เห็นเสาเข็มและลืมเสาเข็มด้วยซ้ำไป”

ความพอเพียงนี้ หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล ความมีภูมิคุ้มกันที่ดี ประกอบกับเงื่อนไข 2 ประการ คือ เงื่อนไขทางด้านความรู้และเงื่อนไขทางด้านคุณธรรม ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 สรุปแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
ที่มา : คัดแปลงข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ, 2550 : 5

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการ นักวิจัย และผู้ที่นำเอาแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ได้กล่าวความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดนี้ตามทัศนคติของแต่ละคน ดังนี้

1.1 วิบูลย์ เข็มเฉลิม ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 วิบูลย์ เข็มเฉลิม

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,
2553 : ระบบออนไลน์

วิบูลย์ เข็มเฉลิม เป็นปราชญ์ชาวบ้าน เจ้าของศูนย์วันเกษตร (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 : 81) มีความคิดเห็นในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงว่า

“เศรษฐกิจพอเพียงเป็นการดำเนินชีวิต ที่คนเราอาจเริ่มต้นต่างกัน เพราะปัญหาที่เกี่ยวข้องของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ดังนั้นเราต้องเข้าใจและอยู่ร่วมกันกับปัญหาให้ได้ โดยยึดความสุขเป็นหลัก เพราะเศรษฐกิจพอเพียงทำให้เกิดความสุข”

ในการนำแนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่วิบูลย์ เข็มเฉลิม มาประยุกต์ใช้นั้น เป็นการจัดการโดยเกิดจากความเข้าใจในเรื่อง การรู้จักตนเอง การรู้จักปัญหา และการรู้จักทรัพยากร เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้ เขาได้นำมาปรับใช้กับพื้นที่ 9 ไร่ ของเขา โดยจัดการใน 5 เรื่องที่สำคัญ คือ เรื่องข้าว (ต้องรู้จักข้าวทั้งระบบ) เรื่องอาหาร (เนื่องจากเมืองไทยมีพืชพรรณมากมาย แต่คนไทยไม่รู้จักพันธุ์พืชของตนเอง) เรื่องยารักษาโรค (พืชหลากหลายชนิดที่รักษาโรคได้ ถ้าศึกษาความรู้เกี่ยวกับยา ก็จะสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น) เรื่องของใช้ (แม้เราสามารถพึ่งพาตลาดได้ แต่ไม่จำเป็นต้องพึ่งหมค อาจทำสิ่งของเครื่องใช้มาแทนกันได้) และ เรื่องปุย (พยายามเน้นวัตถุดิบในท้องถิ่นมาทำเป็นปุยอินทรีย์)

จะเห็นว่าคุณวิบูลย์ เข็มเฉลิม สามารถสร้างความสุขแบบพึ่งตนเองตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งใช้หลักสามห่วงสองเงื่อนไขอย่างลงตัว สิ่งสำคัญในการปรับใช้ของเขาคือ การรู้ถึงปัญหาที่มีแล้วกลั่นกลาย โดยนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาช่วยแก้ไข

1.2 ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน

ที่มา : มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2550 : ระบบออนไลน์

ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน เป็นผู้หนึ่งที่ทำให้คนไทยเข้าใจถึงการนำเศรษฐกิจพอเพียง มาประยุกต์ใช้ จากการวิจัยในหลายโครงการที่แสดงให้เห็นความเศรษฐกิจพอเพียงนั้น สามารถนำมาปรับใช้กับบุคคล หน่วยงาน ธุรกิจได้จริง และจากการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง (อภิชัย พันธเสน, 2545 : บทสรุป

ผู้บริหาร) มีหลักการในการจัดการธุรกิจ โดยผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับใช้ในธุรกิจของแต่ละคนหรือแต่ละหน่วยงานได้ คือ

- 1) ใช้เทคโนโลยีที่ถูกหลักวิชาการแต่มีราคาถูก
 - 2) ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด
 - 3) เน้นการจ้างงานเป็นหลัก โดยไม่นำเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงาน ยกเว้น ในกรณี
ที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์
 - 4) มีขนาดการผลิตที่สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ
 - 5) ไม่โลภมากจนเกินไปและไม่เน้นกำไรระยะสั้นเป็นหลัก
 - 6) ซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบการ ไม่เอาर्डเอาเปรียบผู้บริโภค หรือ แรงงาน หรือ
ลูกค้า ตลอดจนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ
 - 7) เน้นการกระจายความเสี่ยงจากการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย หรือ มีความสามารถ
ในการปรับเปลี่ยนผลผลิตได้
 - 8) เน้นการบริหารความเสี่ยงต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่ก่อหนี้เกินความสามารถ
ในการบริหารจัดการ
 - 9) เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น และตอบสนองตลาดในท้องถิ่นภูมิภาค
ตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ตามลำดับ เป็นหลัก
- หลักการทั้ง 9 ข้อนี้ เป็นแนวทางการป้องกันปัญหา เหมือนดังการสร้างภูมิคุ้มกัน
ให้ธุรกิจของแต่ละธุรกิจ ที่สามารถปรับใช้ตามแบบฉบับของแต่ละคน

1.3 กอบกาญจน์ วัฒนวรานุกร



ภาพที่ 2.4 กอบกาญจน์ วัฒนวรานุกร

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 : 102

กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 : 103) มีมุมมองเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงว่า

“การมีชีวิตพอเพียงเป็นการมีชีวิตที่สามารถอยู่ได้ด้วยตัวของเราเอง จึงมีความเชื่อว่าคนเราอยากได้อะไร อยากเป็นอะไรในอนาคต ต้องสร้างด้วยตนเอง ไม่เชื่อในเรื่องโชคกลาง เพราะไม่มีอะไรที่ได้มาง่าย ๆ ทุกอย่างที่ยากได้ต้องวางแผน ต้องรู้จักวิธีการที่จะได้มาในทางที่ถูกต้อง”

.....ครั้งหนึ่งเมื่อตอนไปเรียนที่อเมริกาได้บอกคุณแม่ว่าจะขอทุนเรียน เพราะคิดว่า จะได้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของท่านที่ต้องส่งดิฉัน แต่ท่านกลับเขียนจดหมายมาว่า ท่านส่งให้มาเรียน และท่านมีกำลังที่จะส่งให้เรียนได้ ฉะนั้นดิฉันต้องอย่าไปใช้โอกาสนี้ตัดโอกาสของคนอื่นที่เขามีความต้องการที่มากกว่า”

จะเห็นได้ว่าแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากการพึ่งตนเองแล้ว ยังรวมถึงการไม่เบียดเบียนผู้อื่น (เช่น การขอทุนเรียน) ทั้งทางตรงหรือทางอ้อมนั่นเอง

1.4 วิจัย เบนจรงค์กุล



ภาพที่ 2.5 วิจัย เบนจรงค์กุล

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 : 102

คุณวิชัย เบนจรงค์กุล (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550 : 107-108) หลังจากที่ขายหุ้นของยูคอมแก่ ไทย เทเลคอม โฮลดิ้ง จำกัด (ทีทีเอช) จึงเริ่มสร้างธุรกิจใหม่โดยอาศัยแนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียง คือ การลงทุนเทคโนโลยีโทรคมนาคมแบบที่มุ่งให้บริการคอนเทนต์สารสนเทศ (เช่น ธุรกิจการให้บริการบนมือถือ การบริการทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการลงทุนในกิจการวิद्यุชุมชนทุกจังหวัด กิจการสหกรณ์ทุกจังหวัด เป็นต้น) โดยเขาได้กล่าวแสดงความคิดเห็นว่า

“ทุกแขนงของธุรกิจที่เราตัดสินใจลงมือทำ เรายังคงยึดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นกรอบการดำเนินการ คือจุดที่ตัดสินใจขึ้นอยู่กับโอกาส ศักยภาพที่สามารถทำได้ และความเสียงที่ ได้รับ ขณะเดียวกันผลตอบแทนที่ได้รับกลับมานั้น ต้องเหมาะสมและเป็นธรรม”

จะเห็นได้ว่าแนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียงของคุณวิชัย เบญจรงค์กุล คือการลงทุนในสิ่งที่เรานัด เน้นความเรียบง่าย และใช้ประสบการณ์การตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและช่วยเหลือสังคม

1.5 ศ.นพ. ประเวศ วะสี



ภาพที่ 2.6 ศ. นพ. ประเวศ วะสี

ที่มา : พระยาวีรสู, 2552 : ระบบออนไลน์

ประเวศ วะสี (2540 : 1-2) กล่าวว่า สังคมไทยเป็นสังคมที่หนักข้างบน แต่ฐานล่างอ่อนแอจึงถล่ม อาคารต่าง ๆ หิ้งการพังทลายทางเศรษฐกิจ ถ้าเราไม่เข้าใจถึงสาเหตุของการถล่มก็จะถล่มแล้วถล่มอีกเรื่อยไป การไม่มีความสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจย่อมเป็นเศรษฐกิจเทียมไม่ใช่เศรษฐกิจแท้ ในสถานะทางเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ทุก ๆ คน ล้วนต้องช่วยกันปัญหา

ในการพึ่งตนเองนั้น ทำให้เราเกิดภูมิคุ้มกันในตัวเอง ด้วยการพึ่งตนเองแบบเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อเราพึ่งตนเองได้ก็แสดงว่ารากฐานแข็งแรงก็จะเกิดความมั่นคง โดยใช้จุดแข็งที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ คือ วัฒนธรรมไทย ทั้งวิถีการดำรงชีวิต การแต่งกาย อาหารการกิน นิสัยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความเชื่อมาสอดคล้องกับระบบทางด้านเศรษฐกิจในรูปแบบการท่องเที่ยวที่อยู่อาศัยในรูปเศรษฐกิจวัฒนธรรม เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจพึ่งตนเองในตำบลในแนวคิดการคลังเพื่อสังคม (เป็นการพัฒนา การเรียนรู้ ทั้งครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน อีกนัยหนึ่ง คือการอาศัยเศรษฐกิจ หรือรายได้เป็นตัวนำไปสู่การพัฒนาในมิติอื่น ๆ พร้อมกันไป เนื่องจากการพัฒนา ดังกล่าวจะเสริมซึ่งกันและกัน ด้วยกิจกรรม

ทางเศรษฐกิจ กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรม อุตสาหกรรมในชุมชน ศูนย์การแพทย์แผนไทย บริษัทชุมชนตำบล กองทุนออมทรัพย์ตำบล โรงเรียนและวัด พิพิธภัณฑ์ตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล หรือเทศบาลตำบล นอกจากนี้ยังรวมถึงการสนับสนุนจากองค์กรของภาครัฐและเอกชนภายนอก (ตำบลอีกด้วย) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาสอดคล้องและรองรับหรือปรับใช้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 เศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองในระดับตำบล

ที่มา : ประเวศ วะสี, 2540 : 9

จะเห็นได้ว่าแนวความคิดตามแนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียงของ ศ. นพ. ประเวศ วะสี เหมาะสำหรับการเป็นแนวทางในการพัฒนาสังคมในระดับรากหญ้าเพื่อนำไปสู่การพัฒนาในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางในที่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันพัฒนาให้เกิดเศรษฐกิจพอเพียงยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

สรุปได้ว่า เศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการไขปัญหาทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ด้วยการดำเนินชีวิตด้วยการพึ่งตนเองอย่างมีสติ และช่วยเหลือเอื้อเฟื้อผู้อื่นตามกำลังที่เรามี เพื่อร่วมกันพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้า ด้วยการรวบรวมความคิดและพลังจากทุกคน ทุกหน่วยงาน ทุกธุรกิจ และอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในเครือข่ายของสังคม

2. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจุบันถือว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายที่รัฐบาลพยายามขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นต้องเข้าใจเสียก่อนว่าความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญ คือ

ในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลงานนั้นในการจำกัดความว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ได้มีนักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความหมายในแนวเดียวกัน ดังนี้

อารี รังสินันท์ (อ้างใน จันทร์จิรา นันท์, 2548:8-9) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์นับเป็นความสามารถหนึ่งของมนุษย์ซึ่งมีคุณภาพมากกว่าความสามารถด้านอื่น ๆ และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าของประเทศชาติ

กิลฟอร์ด (อ้างใน ฉวีอุพงษ์ เจริญพิทย, 2539:155) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์หมายถึงความสามารถทางสมองที่จะคิดได้หลายทิศทางหรือเป็นความคิดเอกลักษ์ ประกอบด้วยความคิดคล่องตัว ความคิดยืดหยุ่น ความคิดริเริ่ม และความคิดละเอียดลออ

ทอร์เรนซ์ (อ้างใน ดวงพร พิทักษ์วงศ์, 2546:8) ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการคิดสร้างสรรค์ผลิตผลหรือสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่เราไม่รู้จักมาก่อนซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจเกิดจากการรวมเอาความรู้ต่าง ๆ ที่ได้จากประสบการณ์แล้วเชื่อมโยงกับสถานการณ์ใหม่ ๆ สิ่งที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งสมบูรณ์อย่างแท้จริง อาจออกมาในรูปแบบของผลิตผลทางศิลปะ วรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรืออาจเป็นเพียงกระบวนการเท่านั้น

เวสคอตต์และ สมิธ (อ้างใน ดวงพร พิทักษ์วงศ์, 2546:9) ได้ให้ความหมายของคำว่าความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นกระบวนการทางสมองที่รวบรวมจากประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคลออกมา แล้วนำมาจัดให้อยู่ในรูปแบบใหม่ การจัดรูปใหม่ของความคิดนี้มีลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งใหม่ระดับโลกก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ เดรฟดาลที่ให้ความหมายว่าเป็นความสามารถของบุคคลในการผลิตสร้างสรรค์ผลิตผลที่สิ่งแปลกใหม่ที่รู้จักมาก่อน

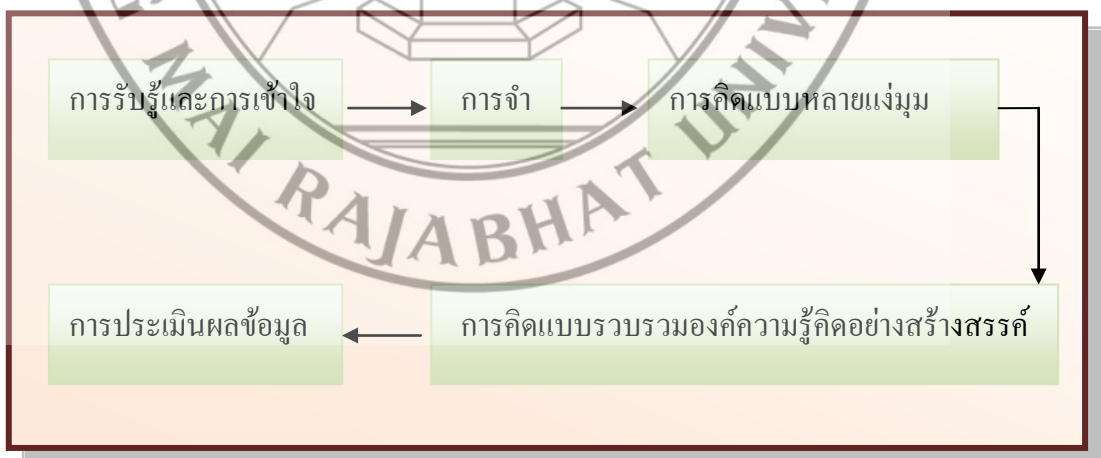
จากการแสดงความคิดเห็นนักวิชาการส่วนใหญ่ สรุปได้ว่า ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ คือ การเชื่อมโยงความรู้เดิมและความรู้ใหม่ ประมวลผลเป็นความรู้ใหม่สร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม โดยไม่ซ้ำความคิดของบุคคลใด

ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ คล้ายกับการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ มีภาพประกอบที่ 2.8 เพื่อสร้างความเข้าใจดังนี้



ภาพที่ 2.8 แสดงกระบวนการสร้างปัญหาอย่างสร้างสรรค์
ที่มา: ดวงพร พิทักษ์วงศ์, 2546:9

กิลฟอร์ด (ฮ้างโน ฟิรพงส์ ดวงแก้ว, 2544:19) มีกระบวนการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ โดยมีขั้นตอนตามลำดับดังภาพที่ 2.9 กิลฟอร์ดได้อธิบายว่าเป็นความสามารถทางสมองประกอบด้วยสามมิติ คือ มิติด้านเนื้อหา มิติด้านวิธีการคิด และมิติด้านผลผลิต ดังนี้



ภาพที่ 2.9 แสดงกระบวนการคิดแบบสร้างสรรค์ แบบมิติด้านวิธีการคิด
ที่มา: ฟิรพงส์ ดวงแก้ว, 2544:19

ลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (พีรพงษ์ ดวงแก้ว, 2544:21) คือ บุคคลที่แสดงพฤติกรรมออกมา เพื่อให้เห็นว่าเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ ดั่งนักวิชาหลายท่านที่ให้คำอธิบายถึงลักษณะของผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้

สมศักดิ์ ภู่วิภาดาพรรณ กล่าวไว้ว่า คนที่มีความคิดสร้างสรรค์เป็นคนที่เป็นตัวของตัวเอง ทนกับความสับสนและความยุ่งเหยิง ได้ดี มีความมุ่งมั่น มีความคิดอิสระไม่ขึ้นต่อกลุ่ม มีอารมณ์ขัน มีความยืดหยุ่น ใช้สามัญสำนึกมากกว่าใช้เหตุผล และมักถูกมองว่าเป็นคนไม่เป็นระเบียบ โดยทั่วไปเป็นคนใจเล่น เป็นคนแปลกในสายตาของสังคม อีกนัยหนึ่งคือเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นคนที่แปลกไม่เหมือนใคร

อีสเตอร์ ได้กล่าวถึงบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) มีอารมณ์คงที่
- 2) มีอารมณ์ขัน
- 3) มีนิสัยสร้างสรรค์
- 4) มีความสนใจกว้างขวาง
- 5) มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง

แอนด์เดอริสันและคณะ ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

- 1) พอใจที่จะทำงานยากๆ และชอบทำงานหลายชนิด
- 2) มีความพยายามในการคิดตามปัญหา
- 3) มีพลังงานที่จะใช้เชิงวิชาการ
- 4) สนุกในการคิด ยอมรับในสิ่งที่ท้าทายความสามารถ
- 5) พอใจที่จะทำงานฝีมือเท่า ๆ กับการใช้ความคิด
- 6) ต้องการขยายความคิด
- 7) ชอบตั้งคำถาม “อย่างไร” และ “ทำไม”
- 8) ไม่ชอบให้ใครแนะนำมากเกินไป
- 9) ไม่ด่วนสรุปเหตุการณ์ต่าง ๆ เร็วเกินไป แต่ต้องการสำรวจสิ่งนั้นให้แน่ใจเสียก่อน
- 10) ต้องการตอบปัญหาในรูปแบบต่าง ๆ
- 11) ไม่วิตกกังวลกับความถูกต้องหรือการผิดพลาด แต่ต้องสำรวจสาเหตุของความผิดพลาด

ดังนั้นสรุปได้ว่า บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์และสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ตามแนวคิดแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

3. แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาพื้นบ้าน ก็คือภูมิปัญญาไทย ปัจจุบันความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นที่ตระหนักและเห็นสมควรให้ร่วมกันอนุรักษ์ ผู้วิจัยจึงยกแนวคิด ความคิดเห็น จากนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น

3.1 ศ. นพ. ประเวศ วะสี

ประเวศ วะสี (อ้างใน อ้อยทิพย์ เกตุาคม, 2547 : 15) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นว่ามีความสำคัญอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1) มีความจำเพาะกับท้องถิ่น เนื่องมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น สะสมขึ้นมาจากประสบการณ์ หรือความเจนจัดในชีวิต และสังคมในท้องถิ่นหนึ่ง ๆ เพราะฉะนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงมีความสอดคล้องกับเรื่องท้องถิ่นมากกว่าภูมิปัญญาที่มาจากข้างนอก

2) มีความเชื่อมโยงหรือบูรณาการสูง เนื่องจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาที่มาจากประสบการณ์จริง มีความเป็นบูรณาการสูง ทั้งในเรื่องของกาย ใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3) มีความเคารพผู้อาวุโส เนื่องจากภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น จะให้ความสำคัญแก่ผู้มีประสบการณ์ จึงมีความเคารพผู้อาวุโส เพราะถือว่าผู้อาวุโสมีประสบการณ์มากกว่า

จะเห็นได้ว่าแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นของ ศ. นพ. ประเวศ วะสี คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่เกิดจากประสบการณ์ของคนในท้องถิ่น และผู้ที่มีความรู้จนได้รับการยกย่อง

3.2 ศ. ดร. เอกวิทย์ ฌ กลาง ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 ศ. ดร. เอกวิทย์ ฌ กลาง

ที่มา : เอกวิทย์ ฌ กลาง, ม.ป.ป. : ระบบออนไลน์

เอกวิทย์ ฌกลาง (อ้างในวิมลศรี ชาญารุจิตร, 2550 : 18) กล่าวถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นว่าเป็นการเรียนรู้ที่มาจากหลายแหล่ง หลายรูปแบบ เช่น

- 1) การเรียนรู้แบบเรียนถูกเรียนผิด
- 2) การเรียนรู้ด้วยการลงมือกระทำจริง ในสถานการณ์ที่มีอยู่จริง
- 3) การถ่ายทอดความรู้ การเรียนรู้จากการทำจริง ปฏิบัติจริงจนสามารถพัฒนาจนเป็นการส่งต่อแก่คนรุ่นหลัง
- 4) เรียนรู้โดยพิธีกรรมในเชิงจิตวิทยา มีคุณค่าในการเรียนรู้ทางจิตวิญญาณ
- 5) การเรียนรู้ทางศาสนา ทั้งในด้านหลักธรรมคำสอน ศิลปะและวัตรปฏิบัติ ตลอดจนพิธีกรรมทางสังคม
- 6) การแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ระหว่างคนต่างกลุ่มที่แตกต่าง
- 7) การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ในการแก้ไขปัญหาทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคม ต้องคัดสรรหรือเลือกเฟ้นเอาตามธรรมเนียมที่ปฏิบัติที่สืบทอดกันมาในสังคมมาผลิตซ้ำ
- 8) การเรียนรู้แบบครูพักลักจำ การอาศัยความสังเกต หรือเอาแนวคิดแบบอย่างผู้ที่สำเร็จมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ

จะเห็นได้ว่าแนวคิดของการเกิดภูมิปัญญาของ ศ.ดร. เอกวิทย์ ณ ถลาง คือ การเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน การนำแบบอย่างมาปฏิบัติ และการผลิตซ้ำ โดยทั้งหมดต้องมีการปรับใช้ให้เข้ากับท้องถิ่นนั้น ๆ

3.3 สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเล่มที่ 19

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเล่มที่ 19 (อ้างในสุชาติ พิบูลแก้ว, 2550 : 12) อธิบายความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้านว่า หมายถึง ความรู้ของชาวบ้านที่รับมาจากรบรรพบุรุษ (ปู่ย่า ตายาย ญาติพี่น้อง คนใกล้ชิด) ซึ่งเกิดจากความเฉลียวฉลาดของแต่ละคน หรือผู้มีความรู้ในหมู่บ้านหรือในท้องถิ่นต่าง ๆ ภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นเรื่องการทำมาหากิน การเลี้ยงสัตว์ อันเป็นความรู้ที่ประกอบด้วยคุณธรรมที่ควบคู่กัน ซึ่งเกิดจากวิถีชีวิตของคนสมัยก่อนที่ทุกสิ่งมีความเชื่อมโยงถึงกันและกันเสมอ ระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ เพื่อนำเป็นแนวทางในการดำรงชีวิต

จะเห็นได้ว่าแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นของสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนเล่มที่ 19 คือ ความผูกพันระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ จนเกิดการเรียนรู้ที่เรียกว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น”

3.4 ธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารไทยพาณิชย์ (อ้างใน) มีแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นว่า ในช่วงที่สังคมไทยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมภายนอก ทำให้ลี้มความเป็นไทย การชี้ให้เห็นถึงแก่นแท้ของความเป็นไทย ด้วยการสั่งสมความมั่นใจ ให้ความรู้ภูมิปัญญาของไทยเกิดจากประสบการณ์

ในการดำรงชีวิตการผสมผสานของชาติพันธุ์และสภาพสังคมมาช้านาน และบรรพบุรุษเราได้สร้างรูปแบบของวัฒนธรรม ประเพณี ที่ทำให้สังคมไทยมีความกลมเกลียวและเป็นปึกแผ่น สิ่งเหล่านี้คือ ภูมิปัญญาไทย ที่คนไทยในปัจจุบันควรตระหนักและต้องเรียนรู้ด้วยความภาคภูมิใจ

จะเห็นได้ว่าแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นของธนาคารไทยพาณิชย์ คือ การให้คนรุ่นหลังเห็นความสำคัญของมรดกทางภูมิปัญญาดั้งเดิม ด้วยความภาคภูมิใจ

3.5 Orianto Fals Borda

แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นของนักวิชาการต่างประเทศ Orianto Fals Borda (อ้างใน บุญเสริม เสนอนันตา, 2546 : 28) อธิบายว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ศาสตร์ของประชาชน เรื่องพื้นบ้าน ความรู้ของประชาชนที่ผ่านการปฏิบัติมาแล้วอย่าง โชก โชน เป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรม แต่ความรู้ดังกล่าวไม่ได้จัดเข้ารหัสไว้แต่เป็นความรู้ที่ปฏิบัติได้ มีพลังและความสำคัญที่ช่วยให้ชาวบ้านอยู่รอด และสร้างสรรค์การผลิต และรู้จักกระบวนการในการทำงาน

จะเห็นได้ว่า แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นของ Orianto คือ การปฏิบัติจริงจนประสบความสำเร็จ และสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข

สรุปได้ว่า แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ ความรู้ที่เกิดจากการเรียนรู้พร้อมทั้งปฏิบัติจนสามารถนำไปใช้ได้จริงในการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างคน ธรรมชาติ และสิ่งเหนือธรรมชาติ และไม่สามารถแยกออกจากกันได้ และผู้ที่เป็นนักปราชญ์หรือครูภูมิปัญญาท้องถิ่นจะได้การยกย่องจากคนในท้องถิ่น เนื่องจากเป็นผู้ที่ถ่ายทอดความรู้แก่คนในชุมชนนั้น

4. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการทางธุรกิจเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสามารถพึ่งพาตนเอง ด้วยทรัพยากรคน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางศิลปวัฒนธรรม ทางทางสังคม ซึ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชนมี 3 ประเภท (ศิริพร เลิศยิ่งยศ, 2549 : 31) คือ

1. วิสาหกิจชุมชนทดแทนการพึ่งพาภายนอกชุมชน หมายถึง กิจกรรมการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เน้นการลดรายจ่ายของชุมชน
2. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลผลิตและทรัพยากร หมายถึง ชุมชนผลิตทางการเกษตรและมีการประกอบการ เพื่อนำผลผลิตทรัพยากรมาสร้างผลิตภัณฑ์
3. วิสาหกิจชุมชนบริการ หมายถึง การประกอบการที่เกิดจากทักษะ ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้บริการกับชุมชน

ธุรกิจของชุมชนไม่ได้เป็นที่ยอมรับในหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชน เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจะต้องจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหลักฐานไว้

ขั้นตอนในการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนปฏิบัติ (สมมาตย์ พันญ, 2549 : 14-16) ดังนี้

1. เตรียมหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน ซึ่งจะแตกต่างกันไปทั้งกรณีเป็นนิติบุคคล และไม่เป็นนิติบุคคล ดังนี้

1) กรณีที่เป็นนิติบุคคล เตรียมเอกสารดังนี้

- 1.1) สำเนาเอกสารแสดง วัตถุประสงค์ ระเบียบ หรือข้อบังคับ
- 1.2) สำเนาบัญชีรายชื่อคณะกรรมการดำเนินการปัจจุบัน
- 1.3) สำเนามติของคณะกรรมการดำเนินการหรือมติของที่ประชุมใหญ่
- 1.4) ชื่อวิสาหกิจที่ประสงค์จะจัดตั้ง พร้อมทั้งตั้งวิสาหกิจ
- 1.5) ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทน
- 1.6) ชื่อและที่อยู่ของสมาชิก
- 1.7) กิจการที่วิสาหกิจชุมชนมีความประสงค์จะดำเนินการ

2) กรณีที่ไม่เป็นนิติบุคคล เตรียมเอกสารดังนี้

2.1) หนังสือให้ความยินยอมของสมาชิกซึ่งจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของสมาชิกทั้งหมด หรือสำเนามติที่ประชุมซึ่งมอบหมายให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดมาจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนแทน

- 2.2) ชื่อวิสาหกิจที่ประสงค์จะจัดตั้ง พร้อมทั้งตั้งวิสาหกิจ
- 2.3) รายชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทนพร้อมสำเนาบัตรประชาชน
- 2.4) รายชื่อและที่อยู่พร้อมสำเนาบัตรประชาชนของสมาชิก
- 2.5) กิจการที่วิสาหกิจชุมชนมีความประสงค์จะดำเนินการ

2. หลังจากนั้นให้ยื่นคำขอจดทะเบียนที่ศูนย์บริการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล เพื่อตรวจสอบการอนุมัติ เมื่อผ่านนายทะเบียนจะออกหนังสือสำคัญรับจดทะเบียนให้

ในปัจจุบันถือว่าวิสาหกิจชุมชนเป็นอีกแรงหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งรัฐจะให้การสนับสนุนให้ชุมชนมีการผลิตสินค้าและบริการ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสามารถรองรับความต้องการของตลาดที่กำลังขยายตัว

5. แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์และแนวคิดการออกแบบตราสินค้า

ในการออกแบบสิ่งสำคัญคือ ความคิดสร้างสรรค์ที่จะออกแบบผลงานให้มีคุณค่า และสร้างมูลค่าให้กับผลงาน ซึ่งแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบตราสินค้านี้มีดังนี้

5.1 แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

หลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (สาคร คันทโชติ, 2528 : 34-35) จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. หน้าที่ใช้สอย ควรออกแบบให้มีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
2. ความปลอดภัย คือการออกแบบต้องคำนึงความปลอดภัยของผู้ใช้ เช่น ไม่มีสารพิษที่อาจจะเป็นอันตรายแก่ชีวิต
3. ความแข็งแรง ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีโครงสร้างที่แข็งแรง และคำนึงถึงความประหยัดด้วย
4. ความสะดวกสบายในการใช้ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมในการใช้งาน เช่น เก้าอี้ ควรรับกับสัดส่วนของคน นั่งแล้วสบาย
5. ความสวยงามน่าใช้ ควรออกแบบให้มีความประณีตงดงาม ซึ่งทำให้น่าใช้ จูงใจให้ซื้อ
6. ราคาพอสมควร นักออกแบบควรคำนึงถึงการใช้วัสดุและวิธีการผลิตที่ง่ายและสะดวก ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีราคาพอควร สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
7. การซ่อมแซมง่าย ควรออกแบบให้แก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย
8. วัสดุ ควรใช้วัสดุให้เหมาะสมกับงาน หาซื้อง่าย ราคาเหมาะสมกับชนิดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
9. กรรมวิธีการผลิต ควรออกแบบให้ผลิตได้สะดวก รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ประหยัดค่าแรง และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
10. การขนส่งซึ่งนักออกแบบที่ดีควรออกแบบให้มีการขนส่งสะดวก ประหยัดกินเนื้อที่ในการขนส่งน้อยที่สุด

จาก 10 ข้อคำนึงนี้เป็นแนวทางที่นักออกแบบต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

5.2 แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น เป็นการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อนำผลิตภัณฑ์บรรจุลงไปแล้วส่งไปยังผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อราคาบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้ออกแบบต้องคำนึง (สุนีย์ วรรณโกมล, 2546 : 15) คือ

1. ราคาของวัสดุบรรจุภัณฑ์
2. ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์

3. ราคาของการเก็บรักษาและการขนส่ง
4. ราคาของเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตและบรรจุผลิตภัณฑ์
5. ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง

หลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีควรคำนึงถึงเรื่องต่อไปนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ข้อมูลด้านการผลิต
3. ข้อมูลกระบวนการบรรจุภัณฑ์

ในการวางแผนเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยที่ต้องพิจารณาคือ

1. วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์นั้น ควรมีความสามารถในการป้องกันสินค้าจากการเสื่อมสภาพหรือความเสียหายต่างๆ ได้
2. การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และวัสดุช่วยบรรจุต้องมีคุณสมบัติป้องกันการแตกเสียหายของสินค้าตลอดระยะเวลาทางการขนส่ง
3. มิติและขนาดของบรรจุภัณฑ์ ควรมีขนาดที่เหมาะสมกับตัวสินค้า
4. การขนย้ายบรรจุภัณฑ์ ควรใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดมาตรฐาน สะดวกแก่การขนย้าย
5. ความสะอาดตาของบรรจุภัณฑ์ คือบรรจุภัณฑ์ไม่ควรแพงหรือถูกจนเกินไป เมื่อเทียบกับราคาสินค้า การเลือกใช้สี โลโก้ ชื่อสินค้า และภาพประกอบไม่ควรทำลายสุนิยม ความเชื่อ หรือขนบธรรมเนียมของตลาดเป้าหมาย
6. กระบวนการผลิตและหีบห่อไม่เป็นอันตรายต่อธรรมชาติ
7. ถ้าใช้จ่ายทั้งหมด ตลอดกระบวนการควรเหมาะสม และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน

5.3 แนวคิดการออกแบบตราสินค้า

ตราสินค้า คือ ชื่อ คำ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ การออกแบบที่แสดงถึงตัวสินค้าหรือบริการที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ในมุมมองของนักการตลาดลักษณะของตราสินค้านั้นเกิดขึ้นจากในใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและองค์กร สำหรับแนวคิดคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของผู้บริโภคเกิดจากการตระหนักรู้ในตราสินค้า และภาพลักษณ์ตราสินค้าทำให้เกิดความภักดีต่อสินค้านั้น ๆ

ในการออกแบบตราสินค้า ผู้ออกแบบต้องเข้าใจในหลักจิตวิทยาเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นที่ตั้ง เนื่องจากจะทำให้สร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่ง ขั้นตอนในการตัดสินใจในการเลือกใช้สี สัญลักษณ์ รูปภาพ ข้อความมีความสำคัญมาก (จารุวรรณ เฟ็งศิริ, 2551 : 13)

ดังนั้น การสร้างตราสินค้า คือเป็นการสร้างความแตกต่างด้วยความคิดสร้างสรรค์ โดยออกแบบการสื่อสารให้สื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย มี 7 ขั้นตอนในการสร้างตราสินค้าดังนี้

1. วิสัยทัศน์ คือต้องเข้าใจว่าหน่วยงานหรือองค์กรทำธุรกิจอะไร เพื่อกำหนดขอบเขตขององค์กร
2. ตำแหน่งหรือคำสัญญา ควรหาจุดเด่นขององค์กรที่ไม่เหมือนใครเพื่อนำเป็นจุดยืนในการนำเสนอสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นต้องมีการกำหนดเป้าหมาย และกำหนดตลาดอย่างชัดเจนก่อน
3. การกำหนดเอกลักษณ์ในขั้นตอนการออกแบบโลโก้ สัญลักษณ์ สี และสิ่งที่บ่งบอกให้ลูกค้าจดจำตราสินค้า แต่ต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และตำแหน่งหรือสัญญาที่กำหนดไว้
4. ตราสินค้าภายในองค์กร ควรทำให้บุคลากรรับรู้และรู้จักตราสินค้าขององค์กร เพื่อสร้างความมั่นใจในตราสินค้า
5. การจดจำตราสินค้า อาจต้องใช้เครื่องมือสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก เพื่อให้เกิดความเคยชินและคุ้นเคยตราสินค้า
6. ความชอบตราสินค้า คือการทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคชอบตราสินค้า ด้วยการบอกให้ลูกค้าว่าทำไมต้องเลือกสินค้าจากตราสินค้าเรา
7. ความภักดีในตราสินค้า ควรจะใช้ระยะเวลาที่ทำให้ผู้บริโภคนั้นเกิดความภักดีต่อตราสินค้า ด้วยความเชื่อมั่นในตราสินค้า

6. แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis

กลยุทธ์หนึ่งที่ใช้ในการทำงานเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดขององค์กร คือ การวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร 4 ประเด็น (นิริศ ภู่งามี่, 2551 : 19) คือ

- 1) S = STRENGTH หมายถึง จุดแข็ง โดยให้องค์กรเป็นผู้ประเมินจุดแข็งของตนเอง โดยพิจารณาจากความสำเร็จขององค์กร
- 2) W= WEAKNESS หมายถึง จุดอ่อนขององค์กร โดยพิจารณาจากเงื่อนไขความล้มเหลวขององค์กรในมิติต่าง ๆ
- 3) O = OPPORTUNITY หมายถึง โอกาสที่องค์กรได้เปรียบคู่แข่งจากปัจจัยภายนอก
- 4) T= THREAT หมายถึง อุปสรรคจากภายนอกที่ขัดขวางการพัฒนาขององค์กร

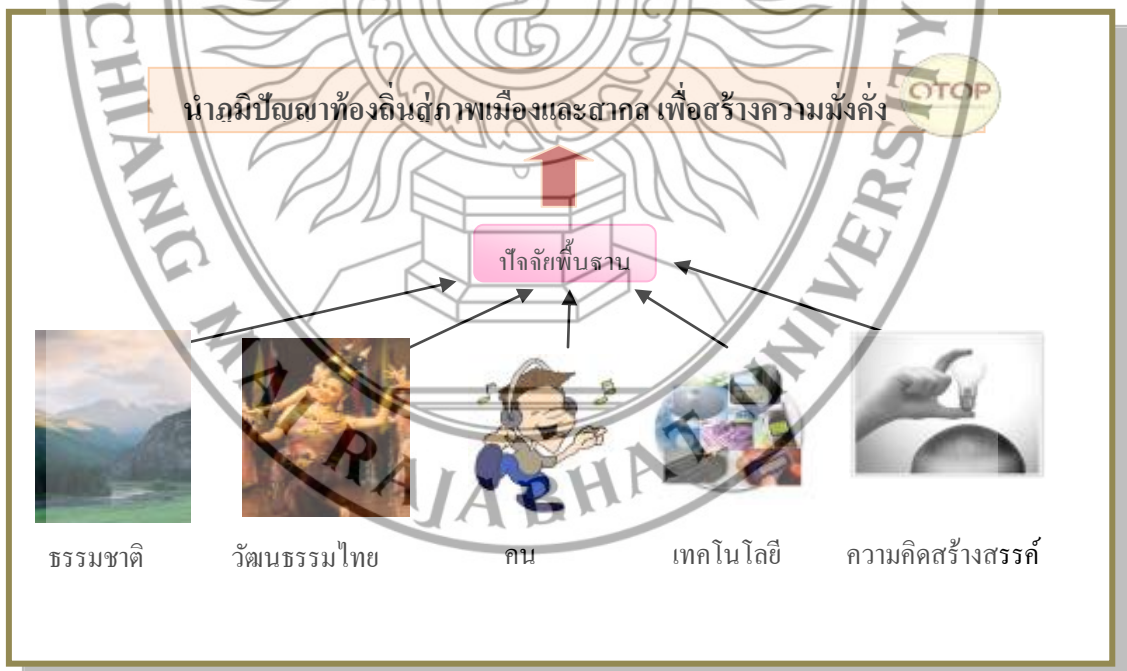
ซึ่งการวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis อาจจะต้องตั้งหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการศึกษา เพื่อแยกแยะการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

7. แนวคิดด้านโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และแนวทางคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2549

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากร ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ (โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2545) คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์

จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน 2) เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้คิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น 3) เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

โดยส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น ดังภาพที่ 2.11 ที่นำภูมิปัญญาสู่สากล



ภาพที่ 2.11 การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ภาพเมืองและสากล เพื่อสร้างความมั่งคั่ง
ที่มา : คัดแปลงภาพจากไทยตำบล, 2545 : ระบบออนไลน์

จากภาพที่ 2.11 จะเห็นว่าทุกส่วนไม่ว่าธรรมชาติ คน เทคโนโลยี วัฒนธรรม และ แรงบันดาลใจทำให้เกิดการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ภาพเมืองและสากล เพื่อสร้างความมั่งคั่ง ด้วยการดำเนิน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) เป็นแนวคิด ของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ที่ต้องการส่งเสริม และสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน สามารถส่งออกได้ ในแนวทางการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่สากล (Local Links Global Reaches) เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้มอบหมายให้ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาค ดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มาตั้งแต่ ปี พ.ศ.2546 - 2547 ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จ อย่างดียิ่ง ก่อให้เกิดรายได้ในท้องถิ่น รวมทั้งเกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างแพร่หลาย

ดังนั้น ในปี 2549 กอ.นตผ จึงได้มอบหมายให้คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค ดำเนินการคัดสรร สุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) โดยในปี 2549 เน้น “คุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานที่กำหนด เป็นสำคัญ”

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ คือ

- 1) เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) เป็นการจะนำไปสู่การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ (Product Development)
- 2) เพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการปฏิบัติงานเชิงบูรณาการของ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 3) เพื่อเสริมสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน
- 4) เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน ประชาชน และชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

โดยโครงการนี้ได้วางกรอบแนวคิดการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถ จำแนกได้ดังนี้

- 1) สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราสินค้า (Brand Equity)
- 2) ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent)
- 3) ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีทั้งด้านคุณภาพ (Quality) และยังสามารถ สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)
- 4) มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

ในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการทางธุรกิจต้องมีคุณสมบัติของผู้ผลิต และผู้ประกอบการ ดังนี้

1) เป็นผู้ผลิตและผู้ประกอบการ ที่มีชื่ออยู่ในการสำรวจ และการลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ ปี พ.ศ.2549 ของจังหวัด และกรุงเทพมหานคร

2) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรร นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจ และลงทะเบียนผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้า OTOP ปี พ.ศ.2549

3) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรร ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดและหากผลิตภัณฑ์ใดไม่มีข้อกำหนดของกฎหมายระบุไว้ ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ออ. มผช. มอก. ฮาตาล คิว (Qmark) GAP GMP HACCP และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

กรณีที่ผู้ประกอบการได้ยื่นเรื่องขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ก่อนการรับสมัคร (อยู่ระหว่างการพิจารณารับรอง มผช.) สามารถสมัครเข้าคัดสรรได้ แต่จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายในเดือนกันยายน 2549 จึงจะได้รับการพิจารณาให้ค่าคะแนนในระดับประเทศ ซึ่งผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้า OTOP สามารถส่งผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ.2549 และเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานที่กำหนดไว้ ส่งสมัครเข้าคัดสรรได้รายละเอียด 1 ผลิตภัณฑ์หลัก 1 ชุด โดยที่ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรได้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามนิยามความหมายที่ระบุต่อไปนี้

1) ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตร และอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน ออ. GAP GMP HACCP Qmark มผช. มอก. มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ฮาตาล และยังมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป ประกอบด้วย ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภค เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น ข้าวสาร เนื้อสัตว์สด อาหารประมงสด อาหารแปรรูปถึงสำเร็จรูป และ สำเร็จรูป เป็นต้น

2) ประเภทเครื่องดื่มน้ำ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุราแช่ สุรากลั่น เช่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาว 35-40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทชงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชิงพวงสำเร็จรูป มะตูมผง ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น

3) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอ และผ้าถักที่ได้จากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย จากวัสดุทุกประเภท ได้แก่

3.1 ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าผืนทำจากเส้นใย เส้นด้าย นำมาทอถักเป็นผืนมีลวดลาย เกิดจากโครงสร้างการทอหรือตกแต่งสำเร็จบนผืนผ้าทำด้วยมือ หรือเครื่องจักร รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ สิ่งทอ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลักและมีวัสดุอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบผสม

3.2 เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งร่างกาย จากวัสดุทุก ๆ ประเภทเพื่อประโยชน์ใช้สอย และความสวยงาม

4) ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ไว้ใช้หรือตกแต่งประดับในบ้าน สถานที่ต่าง ๆ เครื่องใช้สอย หรือเครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย ตกแต่ง หรือให้เป็นของขวัญ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ หรือประดับตกแต่งร่างกาย และสินค้านั้นจะต้องไม่ถูกผลิตโดยเครื่องจักรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในลักษณะโรงงานที่ใช้เครื่องจักรเป็นหลัก ใช้แรงงานคนเสริมโดยไม่ใช้ฝีมือการผลิตของคน ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 ประเภทได้แก่

4.1 ไม้ หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากไม้ เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ กลองไม้ เป็นต้น

4.2 จักสาน ถักสวน หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใด ๆ เช่น พลาสติก นำมาจักสาน หรือถักสาน ถักทอเป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระชูดสาน เสื่อถัก ที่รองงานทำจากเสื่อถัก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน เป็นต้น

4.3 ดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษ หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ กว๊ายไม้ ผลไม้ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่าง ๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่งของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษเป็นหลัก เช่น ถูกระดาษ กลองกระดาษ ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

4.4 โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่งของที่ระลึกที่ทำจากโลหะต่าง ๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะทำจากสแตนเลสทูป และ ทองเหลืองชุบฟิวเตอร์ บรอนซ์ แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

4.5 เซรามิก เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดิน ลินแร่ ไปขึ้นรูป และยังนำไปเผาด้วยความร้อนสูง เพื่อเป็นภาชนะของใช้ของตกแต่งของที่ระลึก เช่น เเบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะกระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง กระถางต่าง ๆ เป็นต้น

4.6 เคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึกที่มีวัสดุทำจากผ้า และมีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรหมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น

4.7 และอื่น ๆ ได้แก่ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใด นอกเหนือจาก ข้อ 1- 6 เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน รูปวาด เปเปอร์มาเช่ กระจก ซีเมนต์ เป็นต้น

5) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบอ้างใช้ประโยชน์และอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร สมุนไพรไล่หรือกำจัดแมลง และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการเกษตร ทั้งนี้ ในกรณีที่มีปัญหาการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ให้พิจารณาจัดประเภทผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ หรือคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอย และเจตนาารมณ์ของผู้สมัครเป็นหลัก

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549 จะดำเนินการคัดสรรในระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) กำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชนหลักเกณฑ์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และหลักเกณฑ์ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนนดังนี้

1) ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป) เป็นสินค้ามีคุณภาพ หรือมีศักยภาพในการส่งออก

2) ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนระหว่าง 80 - 89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้

3) ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนระหว่าง 70 - 79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้

4) ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนระหว่าง 50 - 69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ

5) ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา

สรุปได้ว่า “การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2549” นับเป็นโครงการในการคัดสรรผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น หรือผู้ประกอบการทั้งหลาย เพื่อเป็นการจัดมาตรฐานด้านการผลิต การออกแบบ และมาตรฐานของผู้ประกอบการเอง ซึ่งจะมีเกณฑ์ที่ตัดสินระดับขึ้น

ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยผู้เชี่ยวชาญและคณะกรรมการจะเป็นผู้ให้คะแนน และลงความเห็น โดยผู้ประกอบการทั้งหลายจำเป็นต้องรักษาคุณภาพ และพัฒนาศักยภาพตนเอง เพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมยุคหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยให้ได้ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน ที่ยังสามารถนำเอาระดับชั้นที่ตนเองได้รับนั้น มาเป็นเครื่องรับประกันถึงคุณภาพสินค้า

8. การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น โดยมีระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี งบประมาณ 112,475,000 บาท (หนึ่งร้อยสิบสองล้านสี่แสนเจ็ดหมื่นห้าพันบาท) เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือระดับพื้นบ้าน ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลมีนโยบายจัดตั้งโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อผลิตจำหน่ายสู่ตลาดผู้บริโภค

ดังนั้น โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สมอ. จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องและสนับสนุน ในด้านมาตรฐานและการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภคซึ่งเป็นแนวทางหนึ่ง ที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ ที่สำคัญ คือ

1. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรอง และแสดงเครื่องหมายการรับรอง
2. เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. เพื่อเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีดังนี้

1) คุณสมบัติผู้ยื่นคำขอ ต้องเป็นผู้ผลิตในชุมชน หรือจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือเป็นกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ หรือกลุ่มอื่น ๆ ตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชน

2) ในการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตจะต้องยื่นคำขอรับรองสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรืออุตสาหกรรมจังหวัด เมื่อได้รับคำขอก็จะมีหมายนัดตรวจสอบสถานที่ผลิต และเก็บตัวอย่างจากสถานที่ผลิตส่งตรวจสอบโดยสำนักงานมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรืออุตสาหกรรมจังหวัด เมื่อผ่านการประเมินก็จะได้ใบรับรองผลิตภัณฑ์ โดยมีอายุ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ระบุใบรับรอง

3) หากใบรับรองหมดอายุให้ต่ออายุใบรับรอง หรือหากมีการย้ายสถานที่ผลิต ให้แจ้งมายังสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือ อุตสาหกรรมจังหวัดให้ดำเนินการตรวจสอบสถานที่

4) การยกเลิกใบรับรองผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นคือเมื่อ

4.1) ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนถึง 2 ครั้ง

4.2) ผู้ผลิตได้รับการรับรองขอยกเลิก

4.3) มีการประกาศแก้ไขหรือยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้ตามมาตรฐานเดิม ให้ใช้ใบรับรองเดิมต่อไปตามมาตรฐานเดิมภายในระยะเวลา 1 ปี

4.4) เมื่อใบรับรองครบอายุ 3 ปี

4.5) กรณีมีการกระทำอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนดไว้

9. แนวทางการวิเคราะห์ทางด้านการจัดการการตลาดในวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์ทางด้านการจัดการการตลาดในวิสาหกิจชุมชน เป็นสิ่งจำเป็นซึ่งเป็นกระบวนการในการคิดและวางแผนในการบริหารธุรกิจ ในด้านราคา การส่งเสริมการขาย เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจลูกค้า ประเด็นสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

9.1 ส่วนประสมการตลาด เพื่อการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดโดยการศึกษา 4Ps (พิชญกาญจนกลอด, 2546 : 6) คือ

9.1.1 Product ผลิตภัณฑ์ เช่น การมีสินค้าให้เลือกที่มีความหลากหลาย คุณภาพสินค้า การออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ขนาด ทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้น เป็นต้น

9.1.2 Price ราคา เช่น ควรตรวจสอบในเรื่องของราคาสินค้าในแต่ละรายการ ส่วนลด การชำระเงิน ระยะเวลาในการให้สินเชื่อ เป็นต้น

9.1.3 Place การจัดจำหน่าย เช่น การเลือกทำเลที่ตั้ง การสนับสนุนการกระจายสินค้า การเลือกคนกลางในการกระจายสินค้า เป็นต้น

9.1.4 Promotion การส่งเสริมด้านการตลาด หรือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายตรง การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

9.2 การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งการวิเคราะห์โดยใช้คำถาม 6Ws และ 1 H เพื่อค้นหาคำตอบ 7Os ดังตารางที่ 2.1

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. Who ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์และจิตวิทยา	กลยุทธ์การตลาด 4Ps ทั้ง 4 ด้าน
2. What ผู้บริโภคซื้ออะไร	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) ซึ่งสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการคือ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์และความแตกต่างที่ เหนือกว่าคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1.ผลิตภัณฑ์หลัก 2.รูปผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ 3.ผลิตภัณฑ์ควบคุม 4.ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5.ศักยภาพผลิตภัณฑ์ที่มีความ แตกต่างจากคู่แข่ง
3. Why ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) คือต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อ คือ 1.ปัจจัยภายในหรือจิตวิทยา 2.ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3.ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้คือ 1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์ การ ส่ง เสริม การตลาด 3.กลยุทธ์ด้านราคา 4.กลยุทธ์ด้านช่องทางจัด จำหน่าย
4. Who ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลใน การตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 1.ผู้ริเริ่ม 2.ผู้มีอิทธิพล 3.ผู้ตัดสินใจซื้อ 4.ผู้ซื้อ 5.ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์ การโฆษณาและการส่งเสริม การตลาดโดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. When ผู้บริโภคซื้อเมื่อไร	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดเดือนหนึ่งของปี ช่วงวัน ใดวันหนึ่งของเดือน เป็นต้น	กลยุทธ์ที่ใช้คือการส่งเสริม การตลาด

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปซื้อ (Outlets)	ใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย
7.How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) เช่น 1.การรับรู้ปัญหา 2.การค้นหาข้อมูล 3.การประเมินผลทางเลือก 4.การตัดสินใจซื้อ 5.ความรู้สึกภายหลังจากการซื้อ	กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์การตลาดโดยตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้คำถาม
ที่มา : พิษณุ กาญจนคลอด, 2546 : 8 - 10

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าการศึกษาร่วมประสมการตลาดเป็นพื้นฐานในการนำมาวิเคราะห์ด้านการจัดการทางตลาดของวิสาหกิจชุมชน ดังนั้นก่อนที่จะศึกษากลยุทธ์ที่ซับซ้อนควรศึกษาขั้นพื้นฐานให้เข้าใจและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเสียก่อน

10. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับงานหัตถกรรมสาขาศิลปประดิษฐ์

ศิลปประดิษฐ์ คือ การสร้างสรรค์ผลงานจากความคิดเดิม ประกอบกับการต่อ ยอดความคิดในการสร้างผลงานให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ หรือใช้ฝีมือในการผลิตผลงานนั้นด้วยความประณีตบรรจง ซึ่งในที่นี้รวมถึงการนำหัตถกรรมช่างไม่ว่างานไม้ การทอผ้า งานแกะสลัก งานกระดาษ งานโลหะ มาประยุกต์เกิดชิ้นงานใหม่ที่ผสมผสานกับความคิดใหม่และความรู้ด้านศิลปะอย่างลงตัว

ถ้าเทียบกับความหมายของคำว่า “ศิลปะ” (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต, 2530) คือ ผลแห่งความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่แสดงออกมาในรูปลักษณะต่าง ๆ ให้ปรากฏซึ่งสุนทรียภาพ ความประทับใจ หรือความสะเทือนอารมณ์ ความอัจฉริยภาพ พุทธิปัญญา ประสบการณ์ ทัศนียม

และทักษะของแต่ละคน เพื่อความพอใจ ความรื่นรมย์ ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ จารีตประเพณี หรือความเชื่อทางศาสนา และคำว่า “ประดิษฐ์” หมายถึง ตั้งขึ้น จัดทำขึ้น คิดทำขึ้น สร้างขึ้น แต่งขึ้น หรือจัดทำขึ้นให้เหมือนของจริง เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น หรือคิดทำขึ้นไม่เหมือนธรรมชาติ เช่น ลายประดิษฐ์ เป็นต้น

ดังนั้น ศิลปะประดิษฐ์ หมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเกิดจากการดัดแปลงจากสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ด้วยความคิดที่สร้างสรรค์ และผลงานนั้นมีความสวยงาม ประณีตและละเอียดละอ่อน หรือเกิดจากการดัดแปลงสิ่งที่มีอยู่ให้เป็นผลงานในรูปแบบใหม่

ในงานด้านศิลปะประดิษฐ์ จึงเป็นการออกแบบที่แสดงความวิจิตรบรรจงมีความสวยงาม เพื่อให้เกิดความสุขสบาย รื่นรมย์ มากกว่าการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิดอื่นใด ความวิจิตรบรรจงในที่นี้หมายถึง การตกแต่งสร้างสรรค์ลวดลายหรือรูปแบบด้วยความพยายาม เป็นงานฝีมือที่มีความละเอียดประณีต เช่น การจัดผัก ซึ่งเป็นเครื่องจิ้มอาหารคาวของไทย แทนที่จะจัดพริกมะเขือ แดงกวา ต้นหอมลงในจานเท่านั้น แม้ครัวระดับฝีมือบางคนก็จะประดิษฐ์ตกแต่งพืชผักเหล่านั้นอย่างสวยงามมาก เช่น ประดิษฐ์เป็นดอกไม้ รูปสัตว์หรือลวดลายต่าง ๆ งานศิลปะประดิษฐ์มีหลายประเภท เช่น

- 1) งานแกะสลักของอ่อนเช่นผัก ผลไม้ สุนัข เทียน
- 2) งานจัดดอกไม้ใบตองเช่น ร้อยมาลัย จัดพวงระย้าดอกไม้ โคมดอกไม้
- 3) งานเย็บปักถักร้อยตกแต่งเช่น ปักลวดลายต่างๆถักโครเชต์
- 4) เครื่องตกแต่งร่างกายเช่น แหวน กำไล ต่างหู เข็มกลัด
- 5) งานกระดาษ เช่น ฉลุกระดาษ ประดิษฐ์กระดาษเป็นดอกไม้ ดังภาพที่ 2.12



ภาพที่ 2.12 ลายฉลุกระดาษบนโคมไฟ

ที่มา : อัญชลี โสมดี, 2553

- 6) งานประดิษฐ์เศษวัสดุ เช่น ใบไม้ เปลือกหอย ดอกหญ้า หลอดคาแฟ
- 7) งานแกะสลักของแข็ง เช่น แกะสลักหน้าบัน คันทวย บานประตู โลหะ
- องค์ประกอบของการประดิษฐ์ชิ้นงานอย่างสร้างสรรค์ คือ

- 1) เป็นสิ่งที่มีอยู่ในคนทุกคน พบในพฤติกรรม 2 ทาง ได้แก่พฤติกรรมทางสมองและพฤติกรรมทางกาย
- 2) กระบวนการต่อเนื่องที่เกิดจาก ประสบการณ์ สิ่งแวดล้อม ความคิดจินตนาการ และการแสดงออก
- 3) เป็นความคิดและการกระทำที่อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของความคิดและความถูกต้อง
- 4) เป็นความคิดและการกระทำในขณะที่สมองทำงานตามปกติและมีสติอย่างสมบูรณ์
- 5) เป็นความฉลาดของมนุษย์ ในการปรับสิ่งแวดล้อมและการรับรู้ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีณรัช ลิ้มปิยะเชิฐ (2552) ศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจพอเพียงในทัศนะของชนเมือง โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานในสายงานธุรกิจโทรศัพท์ และสายงานบริการลูกค้า บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด จำนวน 80 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งเป็นผู้หญิง มีอายุมากกว่า 46 ปี มีรายได้มากกว่า 46,000 บาทต่อเดือน มีสถานภาพ โสด จบการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 21-30 ปี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่มีความรู้ และมีความเข้าใจในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในระดับสูง ในภาพรวมพนักงานมีพฤติกรรมตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงระดับปานกลาง คิดเป็นสัดส่วน 83.75 ในประเด็นการแบ่งเวลาให้งานและครอบครัวในสัดส่วนที่เหมาะสมค่าเฉลี่ย 3.78 ในด้านความมีเหตุผล ทารมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในครอบครัวค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านความมีภูมิคุ้มกันเกี่ยวกับการวางแผนค่าใช้จ่ายค่าเฉลี่ย 4.03 โดยพิจารณาในรายละเอียดด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าความคิดเห็นของเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ทำให้พฤติกรรมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงไม่ต่างกัน แต่ในทางกลับกันอายุและรายได้ที่ต่างกันก็ทำให้พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงต่างกันด้วย

ปวีณรัช ลิ้มปิยะเชิฐ ได้แสดงความคิดเห็นว่า รัฐควรกำหนดให้เศรษฐกิจพอเพียงเป็นวาระแห่งชาติ เพื่อให้เข้าถึงประชาชนทุกระดับ โดยกำหนดให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมพร้อมกัน

จันทร์จิรา นันท์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ผลการจัดกิจกรรมชินเนติกส์ที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ ได้ศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายคือ

นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2547 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาลัยเขตภาคพายัพ จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น โดยนักศึกษาที่เข้าศึกษา ในกิจกรรมซินเนติกส์แบบอุปมาสร้างมโนภาพ มีพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น อย่างชัดเจน และนักศึกษาที่เข้าศึกษาในกิจกรรมซินเนติกส์แบบอุปมาโดยตรง มีพัฒนาการ ด้านความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

นอกจากนี้นักศึกษามีคะแนนประเมินผลการออกแบบเพิ่มขึ้น โดยนักศึกษาที่เข้าศึกษา ในกิจกรรมซินเนติกส์แบบอุปมาโดยตรง มีคะแนนผลงานการออกแบบด้านความคิดสร้างสรรค์ เพิ่มขึ้นมากที่สุด และนักศึกษาที่เข้าศึกษาในกิจกรรมซินเนติกส์แบบอุปมาสร้างมโนภาพ มีคะแนน ผลงานการออกแบบด้านความคิดริเริ่มและความคิดยืดหยุ่นเพิ่มขึ้นมากที่สุด

พรทิพย์ ชนะคำ (2547) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของปราชญ์ ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่าปราชญ์ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ มีคุณลักษณะของ ความเป็นผู้นำโดยธรรมชาติ ทั้งเรื่องความสามารถทางการเกษตร การบริหารหมู่บ้าน ความสามารถในการสื่อสาร นอกจากนี้ปราชญ์ชาวบ้านยังยอมรับความรู้และวิทยาการใหม่ ๆ มีการแสวงหาความรู้อยู่เสมอ โดยไม่ยึดติดกับความคิดเก่า ๆ และนำความรู้ทั้งหมดมาผสมผสาน พัฒนาตนเอง ครอบครัว หมู่บ้าน

ส่วนบทบาทของปราชญ์บุรีรัมย์พบว่า เป็นผู้ที่มีริเริ่มเกษตรทางเลือกใหม่ในหมู่บ้าน และ แนะนำเกษตรทางเลือกให้ชาวบ้าน รวมทั้งเป็นผู้กระจายข่าวจากเจ้าหน้าที่พัฒนาไปยังชาวบ้าน ซึ่งเป็นบทบาทของความเป็นผู้นำและเป็นพี่เลี้ยงให้ชาวบ้านเป็นอย่างมาก

ในค่ายกลยุทธ์ทางการสื่อสารเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของนักปราชญ์ชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า กลยุทธ์หลัก ๆ ที่นักปราชญ์ชาวบ้านนำมาใช้และเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลคือ การสร้างความเป็นกันเองด้วยการสื่อสารระหว่างบุคคล การใช้ภาษาท้องถิ่น การสาธิตและ เปิดพื้นที่เกษตรกรรมของตนเองให้ชาวบ้านและบุคคลภายนอกเข้ามาดูงาน เพื่อสร้างความเข้าใจ ให้กับชาวบ้านให้มากขึ้น สำหรับเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารพบว่าเป็นเนื้อหาที่มาจากประสบการณ์ ตรงที่นักปราชญ์ชาวบ้านเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง และปฏิบัติจนประสบความสำเร็จจึงนำมา ถ่ายทอดให้ชาวบ้าน อีกอย่างหนึ่งปราชญ์ชาวบ้านหลายท่านจะผ่านการบวชเป็นพระสงฆ์ มาแล้วทำให้ชาวบ้านให้ความเคารพอย่างไม่มีเสื่อมคลาย จึงสรุปได้อีกว่า ศาสนาเป็นส่วนหนึ่ง ในการเชื่อมความคิดเข้าด้วยกันนั่นเอง

สมศักดิ์ มากบุญ (2545) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ภูมิปัญญาชาวบ้าน: กระบวนการเรียนรู้และ แนวคิดในการจัดการศึกษาของผู้ทรงภูมิปัญญา ผลการวิจัยพบว่า

1) ลักษณะของผู้ทรงภูมิปัญญาและภูมิปัญญาที่ได้รับการสั่งสมมามีดังนี้

1.1 เป็นภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับการทำมาหากิน คือการเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และ หัตถกรรมศิลปกรรม ซึ่งเกิดจากการสั่งสมมาจากครอบครัวหรือบรรพบุรุษ กล่าวคือ ผู้ทรง ภูมิปัญญาเกือบทุกคนมีพื้นเพและได้รับการอบรมสั่งสอนหรืออยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ ภูมิปัญญานั้นมาตลอด จึงทำให้เกิดการสั่งสมมากขึ้นจนเป็นภูมิปัญญาของบุคคลนั้น

1.2 เป็นภูมิปัญญาได้รับการพัฒนาและมีความเหมาะสมกับยุคสมัย และเป็นประโยชน์ กว้างขวางมากขึ้น

1.3 ภูมิปัญญาบางอย่างมีลักษณะจำเพาะตัวนั้นคือ อาจจะเรียนรู้ได้ยาก เช่น การสร้าง เครื่องดนตรี เพราะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น พรสวรรค์ ดินที่อยู่ การมีผู้ให้ความรู้ และ โอกาสในการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ภูมิปัญญาบางอย่างยังมีความสัมพันธ์กับ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ สิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้ทั้งหลาย เช่น การทำพิธีไหว้ครู ทางดนตรีไทย พิธีบูชาเคารพครู (ฤาษี) ของหุ่นกระบอก การจับมือเพื่อต่อเพลงไทยเดิม เป็นต้น

2) กระบวนการเรียนรู้ของผู้ทรงภูมิปัญญา มีดังนี้

2.1 ผู้ทรงภูมิปัญญาส่วนใหญ่ได้เรียนรู้ภูมิปัญญาจาก 4 ลักษณะนี้ คือ การสอน ด้วยวาจา และสาธิต วิธีการ การลงมือปฏิบัติจริง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่มครูพัก ลักจำ ซึ่งใน 3 ลักษณะแรกจะปรากฏข้อมูลชัดเจนในประวัติชีวิตส่วนตัว และผลงานของ ผู้ทรงภูมิปัญญาส่วนการเรียนรู้รอบครูพักลักจำนั้นเป็นลักษณะธรรมชาติที่มีอยู่ในตัวบุคคลและ ไม่สามารถยืนยันให้ชัดเจนได้ ส่วนวิธีการเรียนรู้จากศาสนาและพิธีกรรมนั้น ในการวิจัยเรื่องนี้ จะพบว่ามีในผู้ทรงภูมิปัญญาสาขาศิลปกรรมทุกคน เนื่องจากการเรียนรู้ดังกล่าวมีอิทธิพล ต่อด้านจิตใจ และถือว่ามีผลจำเป็นต่อการเรียนรู้ภูมิปัญญา

2.2 กระบวนการถ่ายทอดหรือส่งต่อความรู้ของผู้ทรงภูมิปัญญา จากงานวิจัยพบว่า ผู้ทรงภูมิปัญญาเกือบทุกคนได้สั่งสมภูมิปัญญาของตนเองสู่คนรุ่นหลังด้วยวิธีการเรียนรู้ที่ตนเอง ได้รับมา เนื่องจากมีความเชื่อว่าเป็นวิธีการที่เคยให้ผลดีต่อตนเองและก็น่าจะเป็นผลดีต่อผู้อื่นด้วย ซึ่งมีข้อมูลเชิงประจักษ์ของผู้ทรงภูมิปัญญาหลายท่านที่บุตรหลานสามารถสืบสานอาชีพ ของตนเองได้และบางท่านได้รับเชิญให้ไปสอนหรือเป็นวิทยากร เพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญา

2.3 แนวคิดในการจัดการศึกษาโดยนำภูมิปัญญาชาวบ้านเข้าสู่ระบบการศึกษาไทย จากการวิจัยพบว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ได้จากการศึกษาสามารถนำเข้าสู่ระบบการศึกษาไทย ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 ได้ทั้งแง่การจัดมวล ประสพการณ์ หรือสาระของ หลักสูตร กระบวนการเรียนรู้โดยเฉพาะการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยความร่วมมือจากบุคคลหน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ในสังคม

อภิชัย พันธเสนและคณะ (2545) ได้ทำวิจัยเรื่อง การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง กับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม งานวิจัยนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากความเข้าใจของคณะผู้วิจัยว่า ภายหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเสนอแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ พร้อมทั้งรูปธรรมในการทำการเกษตรสำหรับเกษตรกรรายย่อย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการพึ่งตนเองมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 โดยที่ได้ทรงมีแนวคิดในเรื่องนี้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 เกษตรทฤษฎีใหม่ดังกล่าว ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ สามขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่หนึ่ง เกษตรกรจะต้องสามารถพึ่งตนเอง จากการเน้นการผลิตเพื่อการบริโภคเป็นหลักได้ ขั้นตอนที่สอง เมื่อมีผลผลิตมากเกินไปจนจำเป็น เพื่อการบริโภคในครัวเรือน ควรมีกิจกรรมกลุ่มในลักษณะเป็นสหกรณ์เพื่อการแปรรูปหรือ การจำหน่าย ส่วนขั้นที่สาม สามารถร่วมมือกับกลุ่มทุนและพลังงาน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ภายหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พระองค์ได้มีพระราชดำรัสในเรื่อง “เศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งหมายถึง “พอกินพอใช้” ที่เคยมีพระราชดำรัสมาตั้งแต่ พ.ศ. 2517 โดยอธิบาย ในปีต่อมาอย่างชัดเจนว่า “ความพอเพียง” นั้น หมายถึง ความพอประมาณ และความมีเหตุผลโดยได้ เสนอเศรษฐกิจพอเพียงในฐานะที่เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ แต่คนไทยทั่วไปก็ยัง นึกภาพไม่ออกว่า เศรษฐกิจพอเพียงจะมีรูปธรรมที่นำมาใช้ปฏิบัติจริงได้อย่างไร เนื่องจากคุ้นกับ เกษตรทฤษฎีใหม่ซึ่งมีรูปธรรมการผลิตการเกษตรสำหรับเกษตรกรรายย่อยเป็นหลัก มีแนวโน้ม จะอธิบายเศรษฐกิจพอเพียงให้มีความหมายเช่นเดียวกับทฤษฎีใหม่ และเมื่อเป็นเช่นนั้นก็ยากที่จะ ปรับมาเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในลักษณะที่สามารถปฏิบัติได้จริงเนื่องจากประเทศไทย มิได้มีเฉพาะภาคเกษตร แต่ได้มีอุตสาหกรรมและบริการที่ก้าวหน้าไปไกลแล้ว