



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง
จังหวัดพิษณุโลก

Development of Community Product for Promote Tourism Promotion
of NoenMaprang District, Phitsanulok Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

นวัตกรรมปัญญาวิถีพุทธสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปราง
จังหวัดพิษณุโลก

Inno-Life of Buddhist Wisdom to Sustainable Tourism of
Noenmaprang District, Phitsanulok Province.

โดย

ณัฏยาณี บุญทองคำ

จุมพต อ่อนทรง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765019



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง
จังหวัดพิษณุโลก

Development of Community Product for Promote Tourism Promotion
of NoenMaprang District, Phitsanulok Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

นวัตกรรมภูมิปัญญาวิถีพุทธสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปราง
จังหวัดพิษณุโลก

Inno-Life of Buddhist Wisdom to Sustainable Tourism of
Noenmaprang District, Phitsanulok Province.

โดย

ณัฏยาณี บุญทองคำ

จุมพต อ่อนทรวง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765019

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Sub – Research Report 2

Development of Community Product for Promote Tourism Promotion
of NoenMaprang District, Phitsanulok Province

Under Research plan

Inno-Life of Buddhist Wisdom to Sustainable Tourism of
Noenmaprang District, Phitsanulok Province.

By

Nattayanee Boontongkham
Chumphot Onsuang
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Buddhachinaraj Buddhist College
B.E. 2565

Research Project Funded by Thailand Science Research and Innovation

MCU RS 800765019

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย:	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
ผู้วิจัย:	ณัฏยาณี บุญทองคำ และ จุมพต อ่อนทรวง
ส่วนงาน:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช
ปีงบประมาณ:	๒๕๖๕
ทุนอุดหนุนการวิจัย:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก” มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒) เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และ ๓) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงพัฒนาและประยุกต์ (Development) เป็นการวิจัยแบบผสมผสานในเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งเป็นตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐ พระสงฆ์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเนินมะปราง จำนวน ๒๔ ท่าน และการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) กับผู้เกี่ยวข้อง จำนวน ๑๐ ท่าน

ผลการวิจัยพบว่า

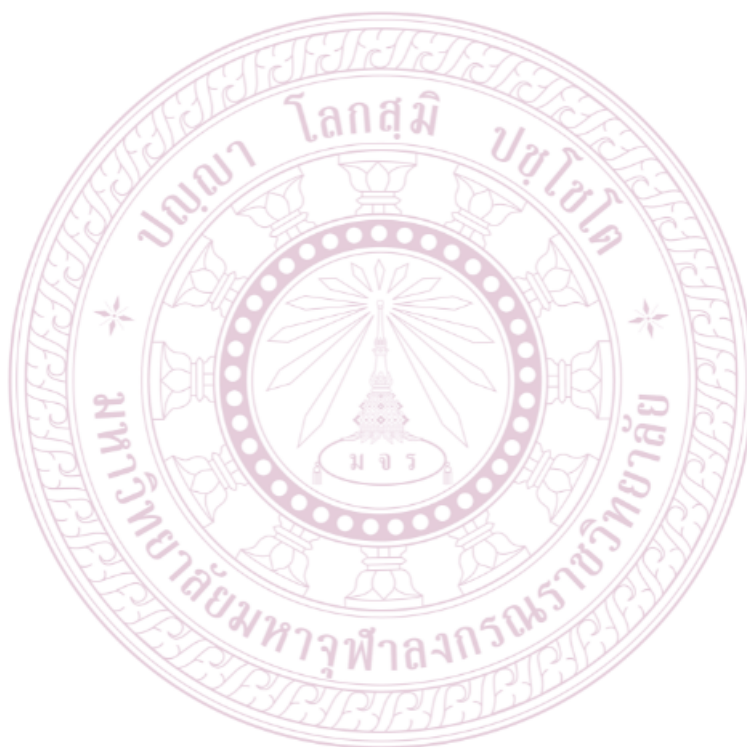
๑. ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความโดดเด่น มีคุณภาพมาตรฐานพร้อมที่จะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ที่สำคัญผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้ ๑) ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด เช่น มะม่วง มะยงชิด ทุเรียน ข้าวกล้องหอมมะลิ ๒) ด้านการปศุสัตว์ ส่วนใหญ่จะเลี้ยงไก่พื้นเมือง เพื่อการเป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบท ๓) ด้านการประมง เป็นการทำประมงน้ำจืด ๔) ด้านงานฝีมือและงานประดิษฐ์ งานประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุท้องถิ่น เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน

๒. การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า มีหลายชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ก่อให้รายได้ใหม่จากการท่องเที่ยวชุมชน แม้ว่าคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ทั้งด้านรสชาติคุณภาพที่ดี แต่การบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ผู้วิจัยได้จำแนกแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนาต่อไป ออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้ ๑) ประเภทของตกแต่ง ๒) ประเภทตราสัญลักษณ์ (LOGO) ๓) ประเภทบรรจุภัณฑ์

๓. รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า สิ่งที่ควรพัฒนาได้ในเบื้องต้น คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการป้ายสินค้า

โดยคำนึงถึงรูปแบบดังนี้ ๑) มีความแข็งแรง ๒) มีราคาขายที่เหมาะสม ๓) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ๔) ความงาม ๕) มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ๖) การดูแลรักษา ๗) มีความปลอดภัย ๘) การขนส่งที่รวดเร็ว

คำสำคัญ : การพัฒนา, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การท่องเที่ยว



Research Title: The Development of the Way of Ecology Traveling in Neanmaprang Distric Phltsanulok Province

Researchers: Nattayanee Boontongkham and Chumphot Onsuang

Department: Mahachulalognkornrajavidyalaya University Buddhachinaraj Buddhist College

Fiscal Year: 2021

Research Scholarship Sponsor: Mahachulalognkornrajavidyalaya University

ABSTRACT

The research on " Development of Community Product for Promote Tourism Promotion of NoenMaprang District, Phitsanulok Province" has the objectives 1) To study community products for tourism promotion in Noen Maprang District Phitsanulok Province. 2) To study the need for community product development to promote tourism in Noen Maprang District Phitsanulok Province. And 3) to study the guidelines for the development of community products to promote tourism in Noen Maprang District. Phitsanulok Province. This research is a development research Development. It is a documentary research. Qualitative Research by In-depth Interview. Key Informants which is a representative of the community, government agency, monk and those who are involved with tourist attractions in Noen Maprang District 24 people and Focus Group Discussion with 10 related persons.

The results of research

1. Community products for tourism promotion in Noen Maprang District Phitsanulok Province. Found there is knowledge enhancement Skills and development of OTOP products to be outstanding. There is a standard quality ready to be sold in the internal market. And foreign markets. Most importantly, the product remains unique and the identity of the community prominently. By important community products in Noen Maprang District Phitsanulok Province. are as follows 1) The economic crops of the province such as mango, mayong chid, durian, jasmine brown rice. 2) Livestock Most of them raise native chickens. as a source of protein food for rural villagers. 3) Fishery is inland fishery. 4) Handicrafts and inventions Crafting items and decorations from local materials as a household appliance

2. Design and development of community products to promote tourism in Noen Maprang District Phitsanulok Province. Found there are many communities that are supported by government agencies and the private sector. Generate new income from community tourism. Although the quality is generally acceptable. Both in taste,

good quality but the packaging has not been developed as it should. The researcher has identified the guidelines for product design and development. As a guideline for further development, it is divided into 3 types as follows: 1) Type of decoration 2) Type of logo 3) type of packaging

3. Community product development model for tourism promotion in Noen Maprang District Phitsanulok Province. Found the things that should be developed in the first place are Packaging and label development taking into account the following formats: 1) Is strong 2) Have a reasonable selling price 3) Able to meet the needs of users 4) Beauty 5) Is comfortable to use 6) Maintenance 7) Is safe 8) Fast transportation

Keywords : Development, Community Products, Tourism



กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับร่างสมบูรณ์เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก” “Development of Community Product for Promote Tourism Promotion of NoenMaprang District, Phitsanulok Province” นี้ สำเร็จเสร็จสิ้นได้ด้วยความร่วมมือของบุคคลหลายฝ่ายดังนี้

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยที่ให้โอกาสแก่ผู้วิจัยจากวิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราชได้ทำวิจัยศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมและเป็นผลงานทางวิชาการ

ขอขอบพระคุณพระเดชพระคุณ ท่านเจ้าคุณอาจารย์ พระสุธีรัตนบัณฑิต รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และบุคลากรทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีเมตตาตรวจงานวิจัยคอยเสนอแนะแก้ไขเพื่อให้งานออกมาสมบูรณ์ที่สุด ตลอดจนอำนวยความสะดวกทุกอย่างแก่คณะผู้วิจัย

ขอพระคุณคณะกรรมการผู้ตรวจงานวิจัยทุกท่านที่เมตตาเสนอแนะปรับปรุงแก้ไขงานวิจัยให้แก่คณะผู้วิจัย ซึ่งจะทำให้ผลงานออกมามีคุณภาพยิ่งขึ้น และได้นำมาปรับปรุงแก้ไข

ส่วนดีที่เกิดจากงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยขอถวายบูชาพระรัตนตรัย คุณครูอุปัชฌาย์อาจารย์ มารดาบิดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน ตลอดจนทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานวิจัยนี้

ณัฏยาณี บุญทองคำ และคณะ
๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๕

สารบัญ

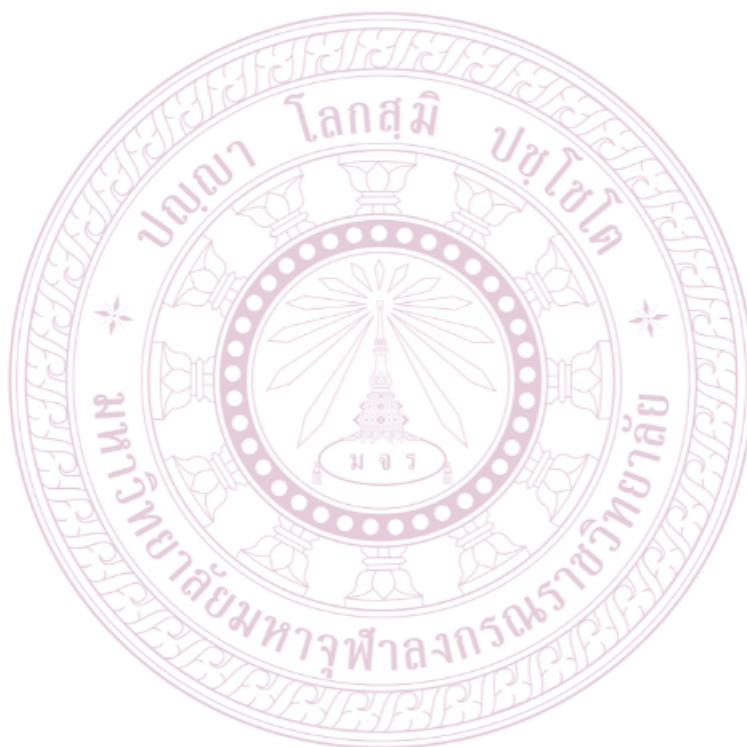
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญแผนภูมิ.....	ซ
สารบัญแผนภาพ.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๓
๑.๓ ปัญหาการวิจัย.....	๓
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย.....	๔
๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	๔
๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	๕
บทที่ ๒ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๖
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี.....	๖
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น.....	๘
๒.๓ แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	๑๐
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	๑๘
๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน.....	๒๒
๒.๖ แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน.....	๒๖
๒.๗ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมและการสร้างสรรค์.....	๓๔
๒.๘ แนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์.....	๓๖
๒.๙ แนวคิดด้านการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์.....	๓๘
๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๔๕
๒.๑๑ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๕๐
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๕๑
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๕๑
๓.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๕๒
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๕๔
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๕๖
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๕๖

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....	๕๗
๔.๑ ผลผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก.....	๕๗
๔.๒ ภาครัฐ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการ การส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก.....	๖๕
๔.๓ ปัญหาในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก.....	๗๒
๔.๔ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก.....	๗๔
๔.๕ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก.....	๘๔
๔.๖ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....	๘๙
บทที่ ๕ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	๙๑
๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๙๑
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย.....	๙๔
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๙๘
บรรณานุกรม.....	๙๘
ภาคผนวก.....	๑๐๔
ผนวก ก แบบสัมภาษณ์งานวิจัย.....	๑๐๕
ผนวก ข หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากการวิจัย.....	๑๑๒
ผนวก ค ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการและผลที่ได้รับของโครงการ.....	๑๑๔
ผนวก ง แบบสรุปโครงการ.....	๑๑๗
ผนวก จ รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๑๒๔
ประวัติผู้วิจัย.....	๑๒๗

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
๔.๑ แสดงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ อำเภอนีนมะปราง.....	๖๐
๔.๒ แสดงแหล่งน้ำในอำเภอนีนมะปราง.....	๖๒

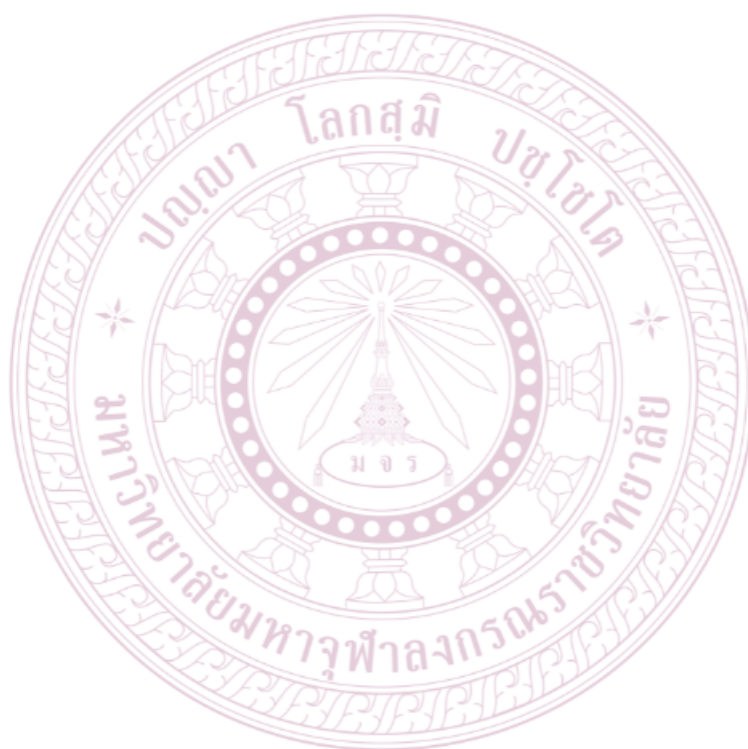


สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่

หน้า

๔.๑ แสดงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ อำเภอเนินมะปราง..... ๖๑



สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๒.๑ McKinsey 7-S Framework	๒๐
๒.๒ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๕๐
๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....	๘๘



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
๔.๑ มะม่วงน้ำดอกไม้.....	๕๘
๔.๒ มะยงชิดเท่าไข่ไก่.....	๕๙
๔.๓ ข้าวกล่อ่งหอมมะลิ.....	๖๐
๔.๔ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานหวดบ้านเนินดิน.....	๖๒
๔.๕ ร้านค้าของกลุ่มชุมชนใหม่ไทยเจริญ.....	๖๓
๔.๖ ซาลาเปาไส้มะม่วง.....	๖๓
๔.๗ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ.....	๖๔
๔.๘ ไชร์ปมะปรางและไชร์ปมะม่วง.....	๖๔
๔.๙ แชมพูสมุนไพร.....	๖๔
๔.๑๐ ผ้าทอ.....	๖๕
๔.๑๑ เสื่อกก.....	๖๕
๔.๑๒ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนใหม่ชัยเจริญ.....	๗๖
๔.๑๓ การทดสอบการใช้งานบรรจุภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า.....	๗๘
๔.๑๔ ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า.....	๗๘
๔.๑๕ บรรจุภัณฑ์ของไม้กวาดดอกหญ้า ๓ แบบ.....	๗๙
๔.๑๖ แบบบรรจุภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า.....	๘๐
๔.๑๗ นำเสนอตราสินค้า.....	๘๐
๔.๑๘ ภาพตราสินค้า ๓ รูปแบบ.....	๘๑
๔.๑๙ ตราสินค้าของชุมชนใหม่ไทยเจริญ.....	๘๑
๔.๒๐ ข้อมูลบนป้ายห้อยสินค้าชุมชนใหม่ไทยเจริญ.....	๘๒
๔.๒๑ ตราสินค้าบ้านเนิน.....	๘๒
๔.๒๒ ข้อมูลบนป้ายห้อยสินค้าบ้านเนินดิน.....	๘๓
๔.๒๓ ภาพป้ายห้อยสินค้าบ้านเนินดิน.....	๘๓
๔.๒๔ โคมไฟจากการจักสานจากไม้ไผ่.....	๘๕
๔.๒๕ เครื่องชงกาแฟจากต้นไผ่.....	๘๖
๔.๒๖ กระปุกออมสินจากต้นไผ่.....	๘๖
๔.๒๗ กล่อ่งใส่กระดาษชำระจากต้นไผ่.....	๘๗

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ร่ำรวยด้วยประเพณีวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติมาช้านานและด้วยกระแสแห่งโลกาภิวัตน์ที่ขับเคลื่อนให้ผู้คนสามารถเดินทางด้วยความสะดวกรวดเร็ว ส่งผลต่อการเป็นจุดหมายหมายในการท่องเที่ยวของประชาคมโลกมานับกว่า ๕๐ ปีโดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งหมด ๓.๐๖ ล้านล้านบาทโดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย ๓๙.๗๗ล้านคนคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ ๑๒ ของ GDP ปฏิเสธไม่ได้ว่าการดำรงอยู่ของกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน

ในด้านการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในระดับฐานรากนั้นยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้กำหนดกรอบด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้เกิดความยั่งยืนประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้นรวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)^๑ ยุทธศาสตร์ที่๓การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนมีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการเพื่อตอบสนองต่อโจทย์การพัฒนารองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในแนวคิดดังกล่าวของภาครัฐเพื่อสนองโจทย์ดังกล่าวนั้นพบว่ากรมการพัฒนาชุมชนได้ริเริ่มแนวคิดนวัตกรรมวิถีในการจัดการชุมชนเพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีชวนกันคิดชวนกันทำผลิตสินค้าและบริการรวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนอันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งเป็นแนวคิดที่น่าสนใจและประสบความสำเร็จในบางพื้นที่มาโดยลำดับ

ณ วันที่ ๗ กันยายน ๒๕๖๔ ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า “กอ.นตผ” ซึ่งนายกรัฐมนตรีได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ^๒

^๑ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔), กรุงเทพฯ, ๒๕๖๐.

^๒ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๔, <<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTEROPM/DRAWER๐๑/GENERAL/DATA๐๐๐๔/๐๐๐๐๔๓๑๔.PDF>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

กรมการพัฒนาชุมชนได้มุ่งขับเคลื่อน ไปสู่การปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ทำให้มีความง่าย ทำหาย และเป็นไปได้ในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ของประเทศไทย นโยบายของรัฐบาล สถานการณ์สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน เพื่อให้บุคลากรทุกคน ใช้เป็นกรอบทิศทางการปฏิบัติงาน โดยสามารถกำหนดรูปแบบ นำไปประยุกต์สู่การปฏิบัติงานได้ตามความเหมาะสม และกรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดในปี ๒๕๖๐ ขับเคลื่อนวาระกรมการพัฒนาชุมชน (Agenda) เพื่อมุ่งมั่นว่ากรมการพัฒนาชุมชน พร้อมขับเคลื่อน สัมมาชีพชุมชนเข้มแข็งภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อก้าวไปสู่ “เศรษฐกิจครัวเรือนมีความมั่นคง ประชาชนใช้ชีวิตอยู่ในชุมชน อย่างมีความสุข” โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลในการเพิ่มอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนในระดับรากหญ้า ซึ่งประกอบไปด้วยผู้รับผิดชอบทั้งในส่วนของการกระทรวง ทบวง กรม และฝ่ายสนับสนุนที่เป็นภาคเอกชน และถือเป็นรูปแบบของการกระจายรายได้สู่ชุมชนที่ดีที่สุดในรูปแบบหนึ่ง ไทยรับแนวคิดการดำเนินโครงการ OTOP มาจากประเทศญี่ปุ่น (Oita International Center: OIC) และนำมาปรับใช้กับประเทศไทย โดยภาครัฐเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ที่สำคัญ เช่น การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) โครงการ OTOP Tourism Village โครงการ OTOP Product Champion การจัดงาน OTOP City การส่งเสริมการท่องเที่ยว และจัดตั้งร้านค้าสินค้า OTOP ในสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ OTOP การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและความรู้จาก JETRO และองค์กรอื่นๆ^๓ และการจัดตั้งทีมงานด้านการตลาดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ในบางชุมชนมี ผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

อำเภอเนินมะปรางเดิมเป็นตำบลที่อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ราษฎรส่วนใหญ่อพยพมาจากหลายพื้นที่ โดยเฉพาะทางภาคอีสาน เช่น จังหวัดร้อยเอ็ด เลย มหาสารคาม เพชรบูรณ์ เป็นต้น จึงทำให้มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย จากสถานการณ์ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๑๖-๒๕๑๙ มีผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์เข้าปลุกกระดมมวลชนทำการแทรกซึมบ่อนทำลาย และชุมโจมตีสถานที่ราชการอยู่เนืองๆ ทางราชการจึงได้แยกพื้นที่บางส่วนของอำเภอวังทอง ตั้งเป็นกิ่งอำเภอเนินมะปราง เมื่อวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๑๙ และต่อมาได้ยกฐานะเป็นอำเภอเนินมะปรางเมื่อวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๒๖ อำเภอเนินมะปรางมีเนื้อที่ประมาณ ๑๑,๐๒๙.๕๕ ตาราง

^๓ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ๒๕๖๒, <<https://korat.cdd.go.th/wp-B&๒๕๖๒.pdf>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

กิโลเมตร^๔ และมีภูมิปัญญาด้านการทอผ้ามัดหมี่พื้นเมืองที่สืบทอดกันมาจากรุ่นปู่ย่า ตายาย ชางลายของผ้าทอมัดหมี่เป็นลายที่ไม่ซ้ำกับชุมชนใด คือ ลายขอมะปราง ที่ต่อยอดไต่เต้าจากสิ่งใกล้ตัวมาเป็นลายผ้าทอที่มีคุณค่าและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน สะท้อนชื่อที่ตั้งของหมู่บ้าน ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ปัจจุบันบ้านผารังหมี่กลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จึงได้เปิดบ้านผารังหมี่แห่งนี้เป็นศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าทุกขั้นตอน และนอกจากการทอผ้าผืนแล้ว ก็ต่อยอดนำผ้าเหล่านี้ไปแปรรูป ทั้งแปรรูปตัดเย็บเป็นชุด แปรรูปเป็นกระเป๋าเป้ กระเป๋าย่อม เป็นกางเกง เป็นพวงกุญแจที่หลากหลายอีกด้วย เวลาที่นักท่องเที่ยวมาสนับสนุนสินค้าที่ทำเอง ผลิตเอง ก็จะรู้สึกภูมิใจ เพราะทำเองกับมือ บางรายนักท่องเที่ยวที่มาแล้วมาซ้ำอีก ชุมชนมีรายได้เพิ่มนอกเหนือจากการทำนา^๕

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาศึกษา เพื่อกระตุ้น ธุรกิจประกอบการ ยกย่องฐานะ ความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้การผลิต หรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้า ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ยกย่องฐานะ ความเป็นอยู่ ของคนในชุมชน ให้ดีขึ้น มีจุดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในจังหวัดพิษณุโลก ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลกเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑.๒.๒ เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑.๒.๓ เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

๑.๓.๑ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลกเป็นอย่างไร

๑.๓.๒ ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

๑.๓.๓ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

^๔ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง, ประวัติความเป็นมา, <<https://district.cdd.go.th/noenmaprang>>, ๖ เมษายน ๒๕๖๕.

^๕ สัมภาษณ์, นายทวีศักดิ์ ล้อกา, ปลัดอำเภอเนินมะปราง, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

๑.๔.๑ ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งเน้นการศึกษาแนวคิด หลักการ ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาชาติพันธุ์วรรณนา จดหมายเหตุ หนังสือ รายงานการวิจัย วิเคราะห์แนวคิดการดำเนินกิจกรรม OTOP นวัตกรรม พัฒนาชุมชน

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านพื้นที่ ประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิเคราะห์ทั้งในเชิงพื้นที่และเอกสาร ดังนั้นจึงกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในลักษณะของชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และมีกระบวนการส่งเสริมการทำงานในลักษณะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

โดยกำหนดตัวแทนชุมชน/ หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเนินมะปราง จำนวน ๒๔ รูป/คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงตามความสำคัญของการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็น

๑. ตัวแทนชุมชน จำนวน ๘ ชุมชน

๑.๑ บ้านมุงเหนือ	จำนวน ๓ รูป/คน
๑.๒ บ้านมุงใต้	จำนวน ๓ รูป/คน
๑.๓ บ้านใหม่สามัคคี	จำนวน ๓ รูป/คน
๑.๔ บ้านลำภาศ	จำนวน ๓ รูป/คน
๑.๕ บ้านห้วยบ่อทอง	จำนวน ๓ รูป/คน
๑.๖ บ้านหัวเขา	จำนวน ๓ รูป/คน
๑.๗ บ้านเนินสว่าง	จำนวน ๓ รูป/คน
๑.๘ บ้านทุ่งพระ	จำนวน ๓ รูป/คน

๒. หน่วยงานภาครัฐ จำนวน ๔ หน่วยงาน คือ

๒.๑ อำเภอเนินมะปราง	จำนวน ๓ ท่าน
๒.๒ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านมุง	จำนวน ๓ ท่าน
๒.๓ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำผาทำพล	จำนวน ๓ ท่าน
๒.๔ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง	จำนวน ๑ ท่าน

๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

๑.๕.๑ การพัฒนา หมายถึง การขับเคลื่อน ผลักดันชุมชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นำไปสู่การพัฒนาให้ชุมชนเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ต้องเกิดจากความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนนั้นๆ ด้วย

๑.๕.๒ ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง การนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่เป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับ

วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้

๑.๕.๓ ส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วม และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว ที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน เช่น การประดิษฐ์ และจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เทศกาลประเพณี การนำนักท่องเที่ยวชมกระบวนการทางการเกษตร

๑.๕.๔ การออกแบบ หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทางกายภาพ เพื่อการใช้สอยที่อำนวยความสะดวกสบาย และเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต คำนึงถึงความงาม

๑.๕.๕ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ หรือผลงานที่ถูกปรับปรุงจากเดิมที่มีอยู่ให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่ขึ้น สร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้เด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

๑.๕.๖ บรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบวัตถุนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างความโดดเด่น

๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๖.๑ ได้มีการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑.๖.๒ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑.๖.๓ ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑.๖.๔ ชุมชนเกิดแนวคิด สร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาโดยศึกษาเอกสารตำราแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ตามขอบเขตเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
- ๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ๒.๓ แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
- ๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน
- ๒.๖ แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน
- ๒.๗ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมและการสร้างสรรค์
- ๒.๘ แนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์
- ๒.๙ แนวคิดด้านการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์
- ๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ๒.๑๑ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

แนวคิดและหลักการ

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชนหรือ ตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมา พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่เป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละท้องถิ่นมีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย ๑ ประเภท ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ การดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ต้องอาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้น

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว

ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่น จุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

หลักการพื้นฐาน

๑. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

๒. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Creativity) สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนไม่ซ้ำแบบกันและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

๓. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) สร้างบุคลากรที่มีความคิดกว้างไกลมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการผลิตและบริการมีจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค

หลักการ ดังกล่าวไม่ได้เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะอาจไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนด้านความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนด้านการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจำหน่ายสินค้าสู่ตลาดต่างๆเพื่อไปสู่เป้าหมายหลัก ๓ ประการคือ

๑. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับสากล

๒. มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว

๓. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี

กิจกรรมหลักที่สำคัญ

๑. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายออกสู่ตลาดทุกระดับ

๒. ผลิตและคิดค้นขึ้นเองโดยคนในชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นผู้ให้การสนับสนุน ในด้านความรู้ เทคโนโลยี เครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นและการวิจัยที่ครบวงจร

๓. สร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น มีความรู้ความสามารถความคิดกว้างไกล มีการบริหารจัดการที่ดี มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชน มีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีด ความสามารถในการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ และพันธกิจกระทรวงมหาดไทย ข้อ ๔. เสริมสร้างความเข้มแข็ง ของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนภารกิจอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม ของประชาชน

ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน

โดยมีแนวทางการจัดทำ ๓ แนวทาง ได้แก่ ๑) พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ยกระดับสวัสดิการ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ สร้างโอกาสในอาชีพ และการจ้างงาน ๒) พัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ในการพัฒนาอาชีพ และสร้างรายได้ในชุมชน สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น ๓) ปฏิรูปการโครงสร้างการผลิตภาคการเกษตรทั้งระบบ ควบคุมการสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าทางการเกษตร และส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ ดังนั้น โอกาสในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้ชุมชนตามแนวทางดังกล่าว จำเป็นต้องดำเนินการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม ให้ชุมชน เข้าถึงแหล่งเงินทุนในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ในชุมชน ด้วยการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริม การท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น

นโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๔ ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ให้กรมการพัฒนาชุมชน เป็นผู้รับผิดชอบหลักส่งเสริมการดำเนินงาน OTOP จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลา ๑๖ ปี โดยร่วมกับหน่วยงานต่างๆ สนับสนุนส่งเสริม ยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้ขายได้ มุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล ทำให้ผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ต่างๆ ไม่มีความสุข รายได้ไปตกอยู่กับผู้ประกอบการคนเดียว หรือบางกลุ่มเล็ก ไม่กระจายถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากไม่ประสบ ผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร กอปรกับ รายได้จากการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลักของประเทศ ส่วนใหญ่ตกไปอยู่ใน กลุ่มทุนเอกชน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ห้างร้านใหญ่ๆ กรู๊ปทัวร์ ไม่ลงไปถึงฐานรากเช่นเดียวกัน

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาไทยหรืออาจเรียกว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความชำนาญอันเกิดจากความรู้ที่สะสมมา เพื่อนามาสร้างกิจกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพโดยเข้ากับสภาวะแวดล้อมที่ตนอาศัยและมีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษ ภูมิปัญญา ยังมีความหมายรวมถึงความคิดความเชื่อต่อสิ่งต่างๆ ^๑

^๑ ภูมิปัญญาชาวบ้าน, (ออนไลน์), แหล่งที่มา <http://www.learners.in.th/>, (๒๒ ธ.ค. ๕๕).

ศรีศักร วัลลิโภดม^๒ กล่าวว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ศักยภาพของมนุษย์ที่จะสามารถดำรงอยู่โดยให้สอดคล้องกับทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมทำให้มนุษย์ดำรงอยู่ร่วมกันได้อย่างราบรื่น”

ฉลาดชาย รมิตานนท์^๓ กล่าวว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง สติและปัญญาอันเกิดจากการได้รับความรู้ สะสมและถ่ายทอดประสบการณ์ที่ยาวนานของบุคคลในท้องถิ่น ซึ่งทำหน้าที่ชี้แนะแนวทางการจะใช้ชีวิตอย่างยั่งยืนถาวรกับธรรมชาติรอบตัว”

เสรี พงศ์พิศ^๔ กล่าวถึง “ภูมิปัญญา (Wisdom) หรือ ภูมิปัญญาชาวบ้าน (Popular Wisdom) หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หมายถึง พื้นฐานรากฐานของความรู้ของชาวบ้าน หรือความรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้ และมีประสบการณ์สืบทอดกันมาทั้งทางตรงคือประสบการณ์ด้วยตนเอง หรือทางอ้อม ซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือความรู้ที่ได้สั่งสมสืบทอดกันมา

ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาเป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้าน ทั้งกว้าง ทั้งลึก ที่ชาวบ้านสามารถคิดเองหาเองโดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินวิถีชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างร่วมสมัย

ประคอง นิมนานเหมินท์^๕ กล่าวว่า “ภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้หรือระบบความรู้ที่มนุษย์ค้นพบหรือคิดค้นขึ้น เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมั่นคงปลอดภัย มีความ

สะดวกสบาย สุขสงบและบันเทิงใจ อาจเป็นระบบความรู้ที่คิดขึ้นเพื่อประโยชน์ส่วนตนมาก่อนหรือเป็นระบบความรู้ที่คิดขึ้นเพื่อประโยชน์ของกลุ่มชนก็ได้”

เอกวิทย์ ณ ถลาง^๖ กล่าวว่า “ภูมิปัญญา (Wisdom) หมายถึง ความรู้ ความคิด ความสามารถ ความชำนาญที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์และการดำรงชีพในระบบนิเวศ

และวัฒนธรรมที่ได้มีพัฒนาการสืบสานกันมา และได้แลกเปลี่ยนส่งสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่นจากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กันแล้วรับเอาหรือปรับเปลี่ยนมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาได้ในสิ่งแวดล้อมของกลุ่มชนนั้น”

^๒ ศรีศักร วัลลิโภดม, การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง, ในการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง การพัฒนาทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษา, (กรุงเทพมหานคร : สำนักวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๕), หน้า ๖.

^๓ ฉลาดชาย รมิตานนท์, ป่าชุมชนในประเทศไทย: แนวทางการพัฒนาเล่ม ๒ : ป่าชุมชนภาคเหนือ: ศักยภาพขององค์กรชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, ๒๕๓๖), หน้า ๓๘.

^๔ เสรี พงศ์พิศ เสรี พงศ์พิศ, คีนสู่รากเหง้า ทางเลือกและทัศนวิจารณ์ว่าด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน, (กรุงเทพมหานคร : เทียนวรรณ, ๒๕๒๙), หน้า ๑๔๖.

^๕ ประคอง นิมนานเหมินท์, ภูมิปัญญาไทยในวิถีชีวิตไทย, ในการสัมมนาทางวิชาการเรื่องภูมิปัญญาไทยในภาษาและวรรณคดี, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมเอกลักษณ์ของชาติและมหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๓๘), หน้า ๔๗.

^๖ เอกวิทย์ ณ ถลาง, ภูมิปัญญาชาวบ้านสี่ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๐), หน้า ๑๑.

สันติสุข กฤดากร^๗ ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง “พื้นเพรากฐานความรู้ทั้งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรมของคนในชุมชนนั้นๆ ซึ่งชาวบ้านในสังคมนั้นรับรู้เชื่อถือ เข้าใจร่วมกันเป็นกระบวนการความรู้ที่เกิดจากการถ่ายทอดสืบต่อกันมา และเกิดจากการประสบด้วยตนเอง ประสานกับความรู้ใหม่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และสามารถนำมาแก้ปัญหาในการดำรงชีวิตทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และในระดับสังคมได้อย่างสอดคล้องสอดคล้องกับสภาพของแต่ละสังคม”

จิรณี สีนุช^๘ กล่าวว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ความรู้ ความสามารถในการอยู่อาศัยในพื้นที่นั้นๆ โดยใช้สติปัญญาสั่งสมความรู้ของตนอย่างหลากหลาย ผสมผสานความกลมกลืนระหว่างศาสนา สภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อม การประกอบอาชีพ และกระบวนการทางสังคม เพื่อให้ชีวิตอยู่ได้ในสภาพที่เหมาะสมกับธรรมชาติ และการถ่ายทอดกระบวนการเหล่านี้มาจนหลายชั่วคน”

ยิ่งยง เทาประเสริฐ^๙ กล่าวว่า “ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาการของภูมิปัญญาไทย ๕ ประการ คือ

- ๑) ความรู้เดิมในเรื่องนั้นๆ ผสมผสานกับความรู้ใหม่ที่ได้รับ
- ๒) การสั่งสม การสืบทอดของความรู้ในเรื่องนั้น
- ๓) ประสบการณ์เดิมที่สามารถเทียบเคียงกับประสบการณ์ใหม่ได้
- ๔) สถานการณ์ที่ไม่มั่นคง หรือมีปัญหาที่ยังหาทางออกไม่ได้
- ๕) รากฐานทางพระพุทธศาสนา วัฒนธรรมและความเชื่อ”

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงลักษณะของภูมิปัญญาไทย สรุปได้ว่า การเกิดของภูมิปัญญา มีกระบวนการเรียนรู้และสืบทอด ถ่ายองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนแล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้ จนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด

๒.๓ แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community base sustainable tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน” โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม ๕ ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ

^๗ สันติสุข กฤดากร, การศึกษาการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๑), หน้า ๑๔.

^๘ จิรณี สีนุช, วิถีชีวิตและภูมิปัญญาพื้นบ้านของชาวสวนลองกอง, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๓), หน้า ๑๑.

^๙ ยิ่งยง เทาประเสริฐ, เครือข่ายวิชาการราชภัฏด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น สถาบันราชภัฏเชียงราย, (เชียงราย : ศูนย์วิจัยและพัฒนาแพทย์พื้นบ้าน, ๒๕๔๒), หน้า ๑๖.

การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของตนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึง หรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผนการบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน ในช่วง ๒ - ๓ ปีที่ผ่านมาคำว่า "Community-based Tourism : CBT" การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นฐานการบริหารจัดการ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในหลายๆ ความหมาย ความเข้าใจและประสบการณ์ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เป็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการด้านโฮมสเตย์ ที่ต้องมี "ชุมชน" เป็นส่วนประกอบสำคัญ^{๑๐}

การท่องเที่ยวกลายเป็นเครื่องมือที่รัฐบาลให้ความสำคัญเนื่องจากมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ เพื่อพัฒนาประเทศอย่างมากและยังเป็นรายได้ที่เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ และมีการกระจายไปในหลายภาคอย่างค่อนข้างชัดเจน เช่นการเดินทาง ที่พัก การซื้อของที่ระลึก ภัตตาคาร ร้านค้าต่างๆ จึงมีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและทางอ้อม ขยายมากขึ้น เช่นการเพิ่มขึ้นของสถานที่พัก ทั้งโรงแรมขนาด ๕ ดาว ๔ ดาว ไปจนถึงที่พักแบบพื้นบ้านที่เรียกว่า โฮมสเตย์ การเพิ่มขึ้นของร้านอาหาร และแหล่งบริการอื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และการขยายตัวไปในแทบทุกภูมิภาคของไทย ก่อให้เกิดการตื่นตัวเพราะมองว่าเป็นเรื่องง่ายที่จะมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยว ที่เป็นผู้มาซื้อสินค้าถึงที่ไม่ว่าจะที่ใดก็ตาม แต่จากการที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีจำกัดไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ซึ่งผู้ดูแลหรือเป็นเสมือนเจ้าของก็คือประชาชนที่อยู่ในชุมชนนั้นๆ ว่าจะมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างไร เพราะทรัพยากรทุกอย่างต้องมีข้อจำกัดในการใช้ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม ใช้อย่างยั่งยืน และเป็นไปได้หรือไม่ที่จะดำเนินการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และควรทำอย่างไร เมื่อ "ชุมชน" กลายเป็น "สินค้า" หรือ "เครื่องมือ" ที่เป็นทั้งผู้กระทำ และผู้ถูกระทำ ในขณะเดียวกันเป็นสิ่งที่ทำลายและละเลยด้อยอย่างยิ่ง เหมือนกับการที่ต้องคำนึงถึงความรู้สึก ความยินดีของผู้เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นผู้ที่ถูกกล่าวอ้างถึงอยู่ตลอดเวลาในการที่รัฐบาลจะดำเนินการพัฒนาใดๆ จึง "ต้องให้ความสำคัญต่อชุมชนในระดับต้นๆ และชุมชนต้องได้รับประโยชน์" อยู่เสมอ

เมื่อชุมชนมาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็จะมีคำใหม่ๆ เกิดขึ้น อาทิเช่น การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวผ่านชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชน ก็ขึ้นอยู่กับนิยามแห่งการสื่อความหมายต่อคำดังกล่าว แต่ที่แน่นอนก็คือ “ชุมชน” เป็นสิ่งที่ต้องถูกระทบอย่างหลีกเลี่ยง

^{๑๐} การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กระบวนทัศน์ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวยุคใหม่, (กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๑), หน้า ๑๕๑.

ไม่ได้ และอย่างไรคือการท่องเที่ยวโดยชุมชน “Community Based Tourism : CBT” ที่เหมาะสมอันจะเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมและเห็นผล

๒.๓.๑ ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน^{๑๑} มีดังนี้

๒.๓.๑.๑ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์

๒.๓.๑.๒ ด้านองค์กรชุมชน มีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย รู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

๒.๓.๑.๓ ด้านการจัดการ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างความรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับคนในชุมชน สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

๒.๓.๑.๔ ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสารสร้างกับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีการจัดการซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างผู้มาเยือนกับชาวบ้านอีกทั้งยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

ซูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล กล่าวถึง การท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าเป็นแนวทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกและของภูมิภาค ซึ่งหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การประดิษฐ์ และจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เทศกาลประเพณี การนำนักท่องเที่ยวชมกระบวนการทางการเกษตร ท่องเที่ยวโดยชุมชนที่หลายประเทศนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จมีรูปแบบ^{๑๒} ดังนี้

๑. การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales) เช่น สินค้าหัตถกรรม อาหารประจำวัน

๒. กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Shows) เช่น การฟ้อนรำ การละเล่นพื้นบ้านการแสดงดนตรีเฉพาะชุมชน

^{๑๑} ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว, (พิมพ์ครั้งที่ ๗), (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๐), หน้า ๑๒๑.

^{๑๒} ซูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, (กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ., ๒๕๔๔), หน้า ๒๓.

๓. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (Village Based Activities) คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง ซึ่งมีชาวบ้านที่เป็นเจ้าของชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวและมีส่วนร่วมในการพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดการยั่งยืนสู่ชนรุ่นหลังและเกิดประโยชน์สูงสุด

๒.๓.๒ หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเองโดยดำเนินการร่วมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวกับกลุ่มคนต่างๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน^{๑๓} ดังนี้

๒.๓.๓.๑ การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการวินิจฉัยวิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านแล้ว ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

๒.๓.๓.๒ สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน

๒.๓.๓.๓ ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน

๒.๓.๓.๔ รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ

๒.๓.๓.๕ มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้

^{๑๓} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร : เพรสแอนด์ ดีไซน์ , ๒๕๔๘), หน้า ๑๔-๑๖.

๒.๓.๓.๖ ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

๒.๓.๓.๗ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ

๒.๓.๓.๘ รายได้ที่ได้รับการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม

๒.๓.๓.๙ การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อำชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

๒.๓.๓.๑๐ องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ การตลาดนโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

กระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว หากชุมชนมีความพร้อมมีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการเข้ามามีบทบาทจัดการการท่องเที่ยวแล้วนั้น ผู้นำชุมชนและแกนนำที่หลากหลาย ตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์กรบริการส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ป่าไม้ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เป็นต้น ร่วมกันประชุมสัมมนาเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการผนึกกำลังความคิดสร้างสรรค์ ประสานแนวคิดของทุกคนให้เห็นเป็นภาพเดียวกันในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำวิสัยทัศน์ที่ได้มากำหนดเป็นเป้าหมาย เป็นทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป

พจนา สวนศรี ได้กล่าวไว้ว่าชุมชนหลายแห่งตัดสินใจเปิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเป็นฝ่ายจัดการเองนั้น มีรูปแบบการคิดตัดสินใจด้วยการมองวิสัยทัศน์ ๓ รูปแบบด้วยกัน^{๑๔} คือ

๑. มองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับคนภายนอก ให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อสภาพปัญหาชุมชนที่ประสบอยู่ และหวังว่าจะได้เพื่อนที่เข้าใจร่วมแก้ไขปัญหาดังกล่าว ร่วมกัน อันเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เพื่อประสานการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหามาของชุมชนนั้น

๒. การท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จำเป็นที่ชุมชนต้องรวมตัวกันเข้ามามีการจัดการให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติตามกฎ กติกาของชุมชน

^{๑๔} พจนา สวนศรี, คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Handbook), (กรุงเทพมหานคร : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, ๒๕๔๖), หน้า ๑๘๕-๑๘๘.

การจัดระเบียบการแบ่งปันผลประโยชน์แก่ผู้คนที่เกี่ยวข้องและผลประโยชน์ในชุมชน การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเอง ทั้งเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบมากเกินไปจนขีดความสามารถที่ชุมชนจะจัดการได้

๓. การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้ระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นการสร้างโอกาสในการฟื้นฟูวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสิ่งแวดล้อม โดยมองที่รายได้เป็นเพียงแค่ผลพลอยได้จากกระบวนการเรียนรู้ท่ามกลางการท่องเที่ยว

ซึ่งทั้ง ๓ รูปแบบนี้มีพื้นฐานการคิดจากชุมชนเอง ที่มีความภูมิใจในวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของตนเองที่พร้อมจะสื่อต่อคนภายนอก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด นอกจากนั้นแล้ว ชุมชนเองยังต้องการความเข้าใจ ความร่วมมือของนักท่องเที่ยวในเคารพในกฎ กติกา ที่ชุมชนร่วมกันสร้างไว้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัฒนธรรม

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมาจากการกำหนดจากวิสัยทัศน์ที่จัดทำร่วมกันในชุมชน และนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม ให้มีความชัดเจนขึ้นโดยชุมชนจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักอยู่ ๔ ประการด้วยกัน คือ

๑. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในรูปแบบอื่นๆ ที่ต้องเอื้ออำนวยการเรียนรู้ต่อการกันและกันได้ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไปเยือนชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวควรเกิดการเรียนรู้บทบาทของประมงขนาดเล็กที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งด้วย

๒. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้ชุมชนโดยเฉพาะคนหนุ่มสาวได้เข้าใจ ให้คุณค่า ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนให้กลับฟื้นคืนสภาพได้ในระยะต่อไป

๓. เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่เผชิญต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวแบบเดิม ให้เข้ามามีส่วนร่วมจัดการลดผลกระทบดังกล่าว และจัดระเบียบชุมชนให้เป็นระบบที่ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

๔. เพื่อเป็นเครื่องมือการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตกับสาธารณชนภายนอก

จะเห็นได้ว่าในมิติของชุมชนไม่ได้มองเรื่องราวได้เป็นเรื่องหลัก ผิดกับในระดับนโยบาย การท่องเที่ยวมักจะให้ความสำคัญเรื่องราวได้เป็นอันดับแรก หากเอาคุณค่า วิธีคิดที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในสังคมไทย อันได้แก่ การมีน้ำใจ ความเอื้ออารี ประกอบกับการมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับธรรมชาติ ความรักในศิลปวัฒนธรรม อันเป็นทุนทางสังคมของคนไทย ก็จะทำให้การริเริ่มและมองการท่องเที่ยวได้ถูกทิศทางยิ่งขึ้น

เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนภายนอก ดังนั้นทักษะ ความชัดเจน การจัดการให้เหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่ชุมชนเองยังมีความกังวลอยู่พอสมควร แม้ว่าจะมีปัจจัยที่เอื้อ และการสนับสนุนจากภายนอกพอสมควร แต่ชุมชนเองต้องสามารถคาดการณ์และประเมินว่า วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น มีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร โดยการร่วมกันอภิปราย ระดมความคิดเห็น จากชุมชนให้กว้างขวางจนสามารถสรุปด้วยมติของชุมชนเอง ซึ่งมีองค์ประกอบประเมินอยู่ ๗ ประการด้วยกัน คือ

๑. ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก และสภาพปัญหาชุมชนตลอดจนมองแนวทางแก้ไขปัญหได้แบบชัดเจน และมองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมร่วมเชื่อมต่อทิศทางแก้ไขปัญหโดยภาพรวมของชุมชนได้ แล้วจึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เป้าหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

๒. การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมด เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับสิทธิของชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชนที่ชุมชนต้องมีการคิดไตร่ตรองวินิจฉัย และร่วมตัดสินใจจะเปิดหมู่บ้านรองรับอย่างไร ควรเป็นรูปแบบใด ใครบ้างที่เกี่ยวข้อง ใครมีบทบาทจัดการอย่างไร และภายหลังนักท่องเที่ยวกลับแล้วมีผลกระทบอย่างไร ด้วยวิธีการใด ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ภายในชุมชน

๓. ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วว่า มีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรนั้นๆ แต่ทั้งนี้การดำเนินการขององค์กรต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพราะมีผลประโยชน์ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

๔. การพิจารณาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือของดีในชุมชนเพื่อจัดปรับเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อชุมชน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุดเท่าที่สามารถทำได้

๕. ความพร้อมของผู้ที่สนใจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว จะมีบทบาทหลากหลายมากขึ้น คือจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การนำพานักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต้องไม่ใช่กระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มแกนนำภายในชุมชนเท่านั้น ควรมีระบบกระจายที่ทั่วถึงและเป็นธรรม

๖. การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ที่ระรอนักท่องเที่ยวเพื่อสามารถจัดปรับกระบวนการให้เหมาะสม สอดคล้องยิ่งขึ้น และร่วมแก้ไขปัญหที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

๗. ประสบการณ์ทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการความต้องการ ความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ ให้เป็นโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่

๒.๓.๓ การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำยาก ที่ว่ายากนั้นก็เพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองกระแสบริโภคนิยม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนหลุดออกจากรฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตร สู่อุตสาหกรรมบริการ กำลังซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวจึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการ ทำให้สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกรอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยวเป็นดาบสองคมและมีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนา

พจนา สวนศรี^{๑๕} ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่จะเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้อง “รู้ตัว” เข้าใจและตระหนักต่อการท่องเที่ยวนี้ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชน ซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงาน

ขั้นที่ ๑ ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มสนใจ

ขั้นที่ ๒ สร้างการมีส่วนร่วม เป็นการดึงเอากลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มองค์กรต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ และผู้นำที่เป็นทางการและผู้นำทางธรรมชาติมาพูดคุยเรื่องผลดี-ผลเสีย อีกครั้ง เพื่อให้เขาเหล่านั้นได้ร่วมกันตัดสินใจเรื่องนี้ร่วมกัน

ขั้นที่ ๓ ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษาในหัวข้อ ดังนี้ การสำรวจทางกายภาพ ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน) แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนสร้างและทรัพยากรธรรมชาติ) ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว ศึกษากลุ่มต่างๆ ในชุมชน ซึ่งผลการศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพ-ข้อจำกัดของชุมชน และปัญหาของชุมชนร่วมกัน

ขั้นที่ ๔ วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ-ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง ในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นได้ด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการลำดับความสำคัญของปัญหา และอาจพบว่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงจุด อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องการท่องเที่ยวเลยก็ได้

ขั้นที่ ๕ ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน อาทิ รวบรวมองค์ความรู้ ซึ่งแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันออกไปมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนเด่นระบบการจัดการนิเวศที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ ให้เห็นร่วมกันก่อนนำเสนอการเผยแพร่ออกไป ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง ปลอดภัย ไม่ทำลายระบบนิเวศเดิมมากนัก เช่น การปรับทางเดินในป่าเขา เป็นต้น ปรับปรุงบ้านพักและความสะอาดภายในชุมชนให้เป็นมาตรฐานของชุมชน แต่ละแห่งที่ตกลงร่วมกัน โดยมีคณะกรรมการของชุมชน ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ ฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น นักสื่อความหมาย การสร้างเวทีเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเห็นความสามารถของชุมชน ในการรองรับการท่องเที่ยวทั้งความพร้อมจำนวนบุคลากร และขีดความสามารถในการรองรับทั้งพื้นที่ทางธรรมชาติ และรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

ขั้นที่ ๖ วางรูปแบบการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน หรืออาจใช้องค์กรที่ชุมชนมีอยู่เดิมแต่เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว โปรแกรมและราคาการจัดสรรผลประโยชน์ สู่ชาวบ้านและชุมชน

^{๑๕} “อ้าวแล้ว, พจนา สวนศรี, คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Handbook), หน้า ๑๘๙-๑๙๐.”

และมาตรการในการป้องกันผลกระทบ โดยอาจจะเป็นการสร้างกฎ-กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ ๗ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจ

ขั้นที่ ๘ ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดท่องเที่ยวนำร่อง เพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นทิศทางต่อไปในอนาคต

ขั้นที่ ๙ ประเมินผล ในขั้นตอนประเมินผล อาจแยกออกมาเป็น ๒ ส่วน คือ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วงๆ ทุกๆ ๓-๖ เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นที่ ๑๐ พัฒนางองค์กร การฝึกอบรม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย เป็นต้น การศึกษาดูงาน สำหรับแกนนำองค์กรชุมชนเพื่อจัดการท่องเที่ยว เพื่อเสริมโลกทัศน์ พัฒนาทักษะการบริหาร การจัดการในชุมชนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน เพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

กระบวนการทั้ง ๑๐ ขั้นตอนแล้ว จะเหมือนการทำงานพัฒนาปกติแน่นอน แต่สิ่งที่ยากก็คือเรื่องท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ชาวบ้านไม่คุ้นเคยมาก่อน และไม่มั่นใจว่าตนเองจะทำได้ แต่ละคำถามในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการเตรียมชุมชน จะต้องเป็นการปลุกกระตุ้นสำนึกของท้องถิ่น ให้คนท้องถิ่นอยากรู้จักตนเอง และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง การท่องเที่ยวก็จะเกิดความชัดเจนมากขึ้นว่า เป็นการเข้ามาเพื่อให้ชุมชนได้นำเสนอตัวอย่างต่อสาธารณะ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากปลุกสำนึกของชุมชนแล้วยังเป็นการสร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ได้เข้ามาเยี่ยมชม

สรุปหลักการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีเป้าหมายอยู่ที่การอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนภายใต้เงื่อนไข การบีบคั้นจากนโยบาย ที่ทำให้มีการแย่งชิงทรัพยากร (ความรู้ อำนาจ กฎหมายอยู่ในมือของภาครัฐ) เช่น ความขัดแย้งเรื่องไร้หมุนเวียน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกมองว่าเป็นทัวร์เถื่อน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ความเป็นชุมชน วัฒนธรรมชนเผ่า กฎหมายบางอย่างไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชนเผ่า เกิดเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว โดยสร้างผลกระทบ คือ พื้นวิถีชีวิต เกิดรายได้เสริม หน่วยงานและบุคคลภายนอกเข้าใจวิถีชีวิต กระบวนการทำงานของโครงการในประเด็นการท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมชุมชน งานสร้างเครือข่าย งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน / ของที่ระลึก

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ความหมายของการจัดการ

นักวิชาการด้านการจัดการไม่นิยมให้คำจำกัดความการจัดการหรือการบริหาร เนื่องจากมีขอบข่ายและความหมายเกินกว่าจะนิยามด้วยประโยคสั้นๆ เพียงไม่กี่ประโยคได้ คำนิยามที่นักวิชาการในสมัยก่อนนิยามได้แก่ความหมายองค์ประกอบ (บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาร่วมแรงร่วม

ใจกันปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน) โดยดูว่ากิจกรรมใดบ้างที่เข้าข่ายลักษณะงามตามภารกิจของการจัดการ อย่างไรก็ตามนักวิชาการด้านการจัดการในปัจจุบันมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าควรให้คำนิยามความหมายของการจัดการหรือการบริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางร่วมกันในการอธิบายขอบข่ายของลักษณะการจัดการ แม้จะไม่สามารถอธิบายได้ครอบคลุม หรืออธิบายได้เพียงบางส่วนเท่านั้นก็ตาม ก็เป็นสิ่งที่ควรกระทำเพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดเจนขึ้น^{๑๖}

แนวคิดและทฤษฎีการจัดการ

โทมัส เจ ปีเตอร์ส (Thomas J. Peters) และโรเบิร์ต เอช วอเตอร์แมน จูเนียร์ (Robert H. Waterman, Jr.) ในการค้นหาความเป็นเลิศ ในช่วงต้นปี ๑๙๗๗ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานนอกจากกลยุทธ์และโครงสร้าง ยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์เชื่อมโยงกันทั้งหมด ๗ ปัจจัยได้แก่

- โครงสร้าง(structure)
- กลยุทธ์(strategy)
- บุคลากร(staff)
- สไตล์การจัดการ(style)
- ระบบ(systems)
- ค่านิยมร่วม(shared value)
- ทักษะ(skills)

ซึ่งตัวแปร ๒ ตัวแรกคือโครงสร้างและกลยุทธ์ เปรียบเสมือนเป็นส่วนที่เรียกว่าฮาร์ดแวร์ ซึ่งผู้จัดการในอดีตให้ความสนใจ ส่วนตัวแปรอีก 5 ตัวที่ค้นพบใหม่ในอดีตผู้จัดการมักไม่ให้ความสนใจมากนัก ซึ่งเปรียบเสมือนซอฟต์แวร์ แมคคินซี เรียกตัวแปรเหล่านี้ว่า กรอบ 7 – S

การจัดองค์การให้มีประสิทธิภาพ

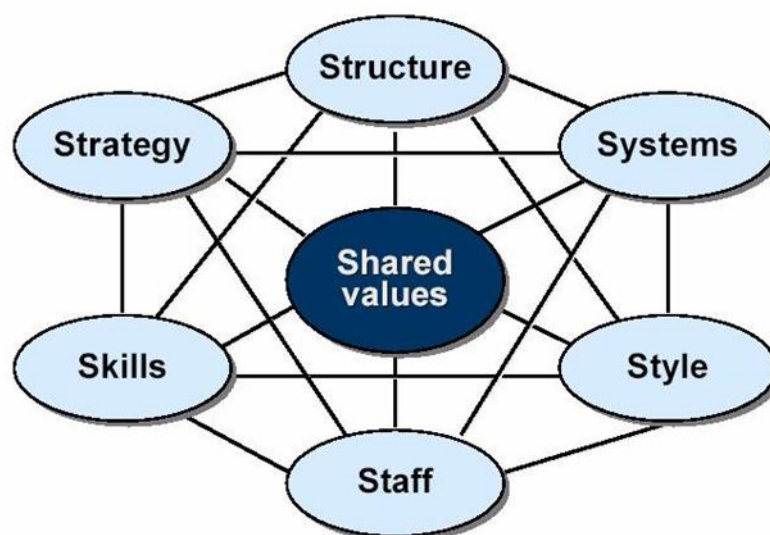
Thomas J. Peters & Robert H. Waterman, Jr.^{๑๗} คุณลักษณะ ๘ ประการของเชิงการบริหารของบริษัทอเมริกันที่ประสบความสำเร็จ คือ

๑. มุ่งเน้นการปฏิบัติ (a bias for action)
๒. มีความใกล้ชิดกับลูกค้า (close to the customer)
๓. มีความอิสระในการทำงานและความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการ ((autonomy and entrepreneur-ship)
๔. เพิ่มผลผลิตโดยอาศัยพนักงาน (productivity through people)
๕. สัมผัสกับงานอย่างใกล้ชิดและความเชื่อมั่นในคุณค่าเป็นแรงผลักดัน (hands-on and value driven)

^{๑๖} อุทัย เลหาวิเชียร, เอกสารการสอน ร.อ. ๖๐๐ หลักการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๔.

^{๑๗} Thomas J. Peters & Robert H. Waterman, Jr. เขียนในหนังสือชื่อ In Search of Excellence. เรียบเรียงเป็นไทยโดย วีรชัย ตันติวีระวิทยา, กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น, ๒๕๓๐.

๖. ทำแต่ธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวเนื่อง (stick to the knitting)
 ๗. รูปแบบเรียบง่ายธรรมดา พนักงานอำนวยการหรือส่วนกลางมีจำกัด (simple form and lean staff)
 ๘. เข้มงวดและผ่อนปรนในเวลาเดียวกัน (simultaneous loose-tight properties)



แผนภาพที่ ๒.๑ McKinsey 7-S Framework

ผลจากการศึกษาดังกล่าวได้ถูกนำมาตีพิมพ์ในหนังสือ ชื่อ In Search of Excellence ปี ๑๙๘๒ พอสรุปได้ดังนี้

Structure คือ รูปแบบเรียบง่ายธรรมดา พนักงานอำนวยการมีจำกัด (simple form & lean staff)

Strategy คือ มีความใกล้ชิดกับลูกค้า (close to the customer) ทำธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวเนื่อง (stick to the knitting)

Staff คือ มีอิสระในการทำงานและความรู้สึกเป็นเจ้าของ (autonomy & entrepreneurship) เพิ่มผลผลิตภาพโดยพนักงาน (productivity through people)

Style คือ สัมผัสกับงานอย่างใกล้ชิด (hands-on)

Shared value คือ ความเชื่อมั่นในค่านิยมเป็นแรงผลักดัน (value driven)

System คือ มุ่งเน้นที่การปฏิบัติ

Skill คือ เข้มงวดและผ่อนปรนในเวลา เดียวกัน (simultaneous loose-tight properties)

การนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับสถานประกอบการและหน่วยงานในประเทศไทย

บริษัทฯ ในกลุ่มสมบุญได้ให้โอกาสกับพนักงานในการพัฒนางานอาสาสมัครอย่างต่อเนื่องทุกๆ สองหรือสามเดือน โดยพนักงานเป็นผู้ค้นหาปัญหาที่อยู่รอบโรงงานและมาประชุมเพื่อ

เลือกสถานที่ในการทำกิจกรรมอาสา โดยที่บริษัทจะสนับสนุนค่ารถ ค่าอาหารและให้เวลากับพนักงานไปทำกิจกรรมอาสาเหล่านั้น เป็นต้นกิจกรรมอาสาสมัครขององค์กรธุรกิจข้างต้น เกิดจากความร่วมมือระหว่าง ผู้บริหารและพนักงาน ภายใต้การสนับสนุนขององค์กรธุรกิจ มีงานวิจัยจำนวนมาก ที่ศึกษาถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเมื่อทำกิจกรรมอาสาสมัคร พนักงานนับตั้งแต่สังคมหรือชุมชนที่ได้รับการช่วยเหลือ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้

๑. องค์กรธุรกิจที่ได้ชื่อเสียง และการยอมรับ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีจากสังคม

๒. หุ่นส่วนหรือนักลงทุน ได้รับผลประโยชน์จากราคาหุ้นที่ไม่ถูกระทบ(กรณีของบริษัทถูกประท้วง) หรือได้รับการจัดลำดับใน Dow Jones Sustainability Index (เฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา)

๓. พนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เกิดความสามัคคี และการสร้าง (Team Building) ขวัญ กำลังใจและความภาคภูมิใจในองค์กร และมีความตั้งใจในการทำงานมากขึ้น

๔. ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและส่งผลการตัดสินใจซื้อ และความภักดีในสินค้า และที่สำคัญมีงานวิจัยจำนวนมากที่สอบถามผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่แสดงออกชัดเจนในการทำดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม หากสินค้ามีคุณภาพใกล้เคียงกัน

ความหมายของการจัดการ

ความหมายของการจัดการมีนักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าจัดการไว้คล้ายและต่างกันดังนี้

ปราณี พรธณวิเชียร^{๑๘} ได้รวบรวมความหมายและคำจำกัดความที่มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ ดังนี้

การจัดการ หมายถึง กระบวนการ กิจกรรม หรือการศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติในอันที่จะเชื่อได้ว่ากิจการจะสามารถทำงาน โดยบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้จากการร่วมมือของกลุ่ม

การจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดๆ ที่จะเข้ามาจัดระเบียบ หรือดำรงไว้ซึ่งสภาพภายในอันที่มีคน วัสดุ เป้าหมายของกลุ่มหรือของหน่วยงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลมากที่สุด

การจัดการ เป็นเทคนิคของการทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่นให้ทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตนต้องการ

การจัดการ คือ กระบวนการในการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุมโดยพิจารณาจากทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ องค์กรได้

ดังนั้นจากความหมายของการจัดการในกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การจัดการหมายถึง กระบวนการในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

^{๑๘} ปราณี พรธณวิเชียร. การบริหารความเสี่ยง. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ ๕ กรกฎาคม ๒๕๖๔ จาก <http://www.eqd.rmutt.ac.th/document/RISK.ppt.>, ๒๕๕๒.

การประสมประสานทรัพยากรต่างๆ ที่ตนมีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การได้ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน

ถากล่าวถึงคำว่า “ชุมชน” (community) หลายคนอาจมองภาพชุมชนในเชิงลบที่มีลักษณะการอยู่ร่วมกันอย่างแออัดของคนหลายๆ คนที่รวมกันเป็นกลุ่ม แต่ในความเป็นจริงแล้ว ชุมชนนั้นมีภาพด้านที่สวยงามน่าให้ความสนใจศึกษามากมาย เพราะชุมชนมีความหลากหลายทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม การที่จะเข้าใจชุมชนได้ถูกต้องจึงต้องอาศัยการเรียนรู้วิถีชุมชนจากแนวคิดด้านต่างๆ ประกอบเข้าด้วยกัน เพื่อความเข้าใจในชุมชนได้ง่าย และได้ผลตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการ^{๑๙}

สนธยา พลศรี^{๒๐} ได้ให้ความหมายและลักษณะของ”ชุมชน”(Community) ดังนี้

๑. เป็นการรวมกันของกลุ่มคน (group of people) ในรูปกลุ่มสังคม (social group) กล่าวคือ สมาชิกมีการปฏิบัติต่อกันทางสังคม หรือมีปฏิริยาโต้ตอบต่อกันทางสังคม (social interaction) เอื้ออาทรต่อกันและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

๒. สมาชิกของชุมชนมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น โครงสร้างของประชากรประกอบด้วย เพศ อายุ อัตราการเกิด อัตราการตาย การอพยพโยกย้ายถิ่นฐาน

๓. มีอาณาบริเวณ (area) สำหรับเป็นที่อยู่อาศัย หรือเป็นที่ประกอบกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกและกลุ่มสังคม ส่วนขนาดของชุมชนอาจมีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยขึ้นอยู่กับจำนวนของสมาชิกในกลุ่มสังคมและขนาดของอาณาบริเวณเป็นสำคัญ เช่น เผ่าชน ครอบครั้ว ละแวกบ้าน (neighborhood) หมู่บ้าน ตำบล ไปจนถึงประเทศ และโลก

๔. มีลักษณะเป็นการจัดระเบียบทางสังคม (social organization) เพื่อควบคุมความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน เช่น บรรทัดฐานทางสังคม (social norms) สถาบันทางสังคม (social- institution) และวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน

๕. สมาชิกมีความสัมพันธ์ทางสังคม (social relationship) คือมีการติดต่อสัมพันธ์กัน มีความสนใจทางสังคมหรือผลประโยชน์ร่วมกัน (common interest)

๖. สมาชิกมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินชีวิตร่วมกัน

๗. สมาชิกได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นในชุมชนร่วมกัน

๘. สมาชิกมีใจในสิ่งต่างๆ ร่วมกัน และทำให้ลักษณะในข้อ ๑-๗ ดำรงอยู่ร่วมกันได้

^{๑๙} อีราพร ทวีธรรมเจริญ, “การเรียนรู้วิถีชุมชนจากแนวคิดในทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมและทฤษฎีชุมชน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, วารสารวิชาการ, ปีที่ ๓๐ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๕๓), หน้า ๑๐๕

^{๒๐} สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร:โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๕)

ปาริชาติ วลัยเสถียร^{๒๑} กล่าวไว้ว่า ความเป็นชุมชนนั้น เป็นเรื่องของความสัมพันธ์และความเกาะเกี่ยวกันของคนในระดับต่างๆ ในมิติทางวัฒนธรรม อำนาจและผลประโยชน์ ดังนั้น ความเป็นชุมชนอาจแทรกอยู่กับการประกอบกิจในชีวิตประจำวัน ซึ่งเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ชุมชนขนาดเล็กที่สมาชิกมีความสัมพันธ์ทางสังคมแบบส่วนตัว รู้จักกัน ช่วยเหลือกัน ในอาคารชุด โรงงานอุตสาหกรรม ไปจนถึงความสัมพันธ์แบบ “เครือข่าย” ประเภทต่างๆ ตลอดจนในข่ายเทคโนโลยีการสื่อสารที่เชื่อมโยงให้มนุษย์สามารถติดต่อกันได้ทั่วโลก แต่ความเป็นชุมชนมิได้หมายถึงความสัมพันธ์ซึ่งเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่มีแต่มิตรภาพและความเอื้ออาทรเท่านั้น แต่อาจมีความขัดแย้งและไม่เท่าเทียมกันอยู่ในชุมชนนั้นด้วยก็ได้ดังนั้นเราจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้จักก่อนว่าชุมชนที่เราต้องการเรียนรู้วิถีชุมชนในด้านต่างๆ นั้น จัดอยู่ในชุมชนประเภทใด เช่น ชุมชนแออัด ชุมชนชานเมือง ชุมชนเมือง เคหะชุมชน หรือหมู่บ้านจัดสรร หลังจากทราบว่าเป็นชุมชนประเภทใด แนวคิดในการศึกษาชุมชนที่สำคัญแนวคิดหนึ่งคือ “โครงสร้างชุมชน” เพราะแม้ว่าชุมชนแต่ละประเภทจะมีรายละเอียดที่ต่างกัน แต่ในส่วนของโครงสร้างชุมชนจะมีแกนหลักร่วมกันอยู่ ดังนั้น ในการศึกษาลงพื้นที่ในชุมชนต่างๆ เราต้องเริ่มเรียนรู้ถึงโครงสร้างชุมชนนั้นๆ

โกมาตร จิงเสถียรทรัพย์ และคณะ^{๒๒} ได้ยกตัวอย่างประเด็นที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาแบบแผนความสัมพันธ์ด้านต่างๆ ของชุมชนนั้น ดังนี้

๑. ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ โดย ดูการแบ่งหน้าที่ อาชีพ สัดส่วนอาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจในชุมชนที่มีความแตกต่างกัน จากลักษณะการใช้ชีวิต การหารายได้ การแบ่งหน้าที่ เป็นต้น

๒. ความสัมพันธ์ทางสังคม กลุ่มทางสังคมต่างๆ ที่จัดตั้งโดยรัฐหรือชุมชนเอง กลุ่มอาชีพ กลุ่มอิทธิพล กลุ่มแกนนำชุมชน บทบาทของหญิงชายต่อโครงสร้างของสังคม และการใช้เวลาว่างของสมาชิกในชุมชน เป็นต้น

๓. ความสัมพันธ์ทางการเมือง โครงสร้างการปกครองท้องถิ่น(องค์กรผู้นำ รายชื่อกรรมการฯ) รูปแบบการมีส่วนร่วมในชุมชน การแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจต่างในชุมชน ฯลฯ

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชุมชนที่สำคัญ มีดังนี้ คือ

๑. ทฤษฎีระบบสังคมกับแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน

ระบบสังคม (social system) คือ ระบบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการของการปฏิสัมพันธ์ (interaction) ในระดับสังคมวัฒนธรรม (sociocultural level) ระหว่างผู้กระทำ (actors) ตั้งแต่ ๒ คน หรือ ๒ กลุ่มขึ้นไป ที่มีความเกี่ยวข้องกันในส่วนหนึ่งของบทบาทใดบทบาทหนึ่ง(role)โดยเฉพาะดังนั้น การเข้าไปเรียนรู้วิถีชุมชนใดก็ตาม การได้เห็นวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายของแต่ละชุมชนจึงเป็นเรื่องปกติ จะต่างกันตรงที่ว่า การกระทำของสมาชิกในชุมชน จะเป็นการกระทำที่ทำให้ระบบสังคมของชุมชนคงอยู่หรือได้รับประโยชน์ (performance)หรือสร้างผลกระทบต่อผู้อื่น ที่เรียกว่าการ

^{๒๑} ปาริชาติ วลัยเสถียร, “ชุมชนและลักษณะของความเป็นชุมชน” ในเอกสารประกอบการประชุมประจำปีว่าด้วยเรื่อง ชุมชน ครั้งที่ ๑ เรื่อง ชุมชนไทยท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง ๓๐-๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๓ ณ อาคารเฉลิมพระบารมี ๕๐ ปี, (กรุงเทพมหานคร:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๓), หน้า ๑๐-๑๑.

^{๒๒} โกมาตร จิงเสถียรทรัพย์และคณะ, วิถีชุมชน: คู่มือการเรียนรู้ที่ทำให้งานชุมชนง่ายได้ผล และสนุก, (นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, ๒๕๔๕)

ลงโทษ (senction) ซึ่งในส่วนของการกระทำที่ทำให้ระบบดำรงอยู่ได้นั้น Parsons and Smelser^{๒๓} ได้เสนอไว้ว่า การกระทำระหว่าง ๒ ฝ่าย ที่ได้ปฏิสัมพันธ์ต่อกันและมีลักษณะของการพึ่งพากันและกัน จะต้องมีความหมายต่อกัน จึงจะช่วยรักษาระบบสังคมให้คงอยู่ต่อไปได้ ซึ่งหากเชื่อมโยงกับแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนที่กำลังได้รับความสนใจในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนไม่ได้เป็นแนวคิดที่ให้ชาวบ้านพึ่ง โดยไม่ต้องยุ่งเกี่ยวกับใคร แต่มองว่าควรสร้างแนวร่วมระหว่างชาวบ้านกับผู้เสียเปรียบอื่นในสังคม รวมทั้งชนชั้นกลางที่ไม่ใช่ประเภทสร้างส่วนเกินจากการขูดรีดชาวบ้าน ให้เกิดเป็นลักษณะของเครือข่ายที่เข้มแข็ง มีความสำคัญทั้งในแง่ตามหน้าที่และพื้นที่ เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองที่ไม่เสียเปรียบผู้อื่น ซึ่งตรงจุดนี้ชุมชนจะถือเป็นหน่วยพื้นฐานของเครือข่ายนั่นเอง

๒. ทฤษฎีโครงสร้างและการหน้าที่

Parsons and Smelser^{๒๔} ได้เสนอกฎเกณฑ์ทางการหน้าที่ของระบบการกระทำไว้

๔ ส่วน คือ

- (๑) การปรับตัว (Adaptation)
- (๒) เป้าหมายที่พึงประสงค์ (Goal ratification)
- (๓) การรักษาแบบแผนและจัดการความตึงเครียด (Pattern maintenance and Tension management)

- (๔) การบูรณาการ (Integration)

ซึ่งถ้าทั้ง ๔ ส่วนเมื่อมีลักษณะสอดคล้องต่อกันจะนำไปสู่ความสมดุลต่อระบบของกลุ่มสังคมได้ และได้มองว่า “การกระทำ” มีความสำคัญอย่างมากในการอธิบายและศึกษาระบบสังคม เนื่องจากการกระทำระหว่าง ๕ ส่วน คือ

- (๑) ผู้กระทำ (actor = บุคคล ที่มีประสบการณ์ต่างๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้)

- (๒) สถานการณ์ (situation = เงื่อนไขต่างๆ ที่ผู้กระทำรู้จักและมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดมุ่งหมาย และจะดำเนินการต่างๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นๆ)

- (๓) จุดมุ่งหมาย (goals = สิ่ง ที่ผู้กระทำตั้งเป้าหมายที่จะทำให้สำเร็จ)

- (๔) วิธีการ (means = แนวทางที่ผู้กระทำเลือกที่จะปฏิบัติเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายนั้น)

- (๕) แนวคิดของผู้กระทำ (actor's orientation = ค่านิยม บรรทัดฐาน และความคิดเห็นอื่นๆ ที่ผู้กระทำใช้เป็นแนวทางประกอบการเลือกวิธีการในการดำเนินการต่างๆ ให้ไปสู่จุดมุ่งหมายภายใต้สถานการณ์)

^{๒๓} Parsons, Talcott, and Smelser, Nell J. ๑๙๘๔, Economy and Society: A Study in the Integration of Economic and Social Theory, (London: Routledge & Kegan Paul) P.๘, ๑๔

^{๒๔} Parsons, Talcott, and Smelser, Nell J. ๑๙๘๔, Economy and Society: A Study in the Integration of Economic and Social Theory, (London : Routledge & Kegan Paul) P.๑๙.

๓. ทฤษฎีความขัดแย้ง

สนธยา พลศรี^{๒๕} ได้เสนอแนวทางการนำทฤษฎีความขัดแย้งไปใช้ในการพัฒนาชุมชนว่า

๑. ความขัดแย้งเกิดขึ้นจากความขัดแย้งภายในระบบสังคม เป็นสำคัญ การแก้ไขต้องแก้ที่ระบบสังคม เช่นเดียวกับการพัฒนาชุมชนที่ต้องยึดถือชุมชนเป็นศูนย์กลาง ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการพัฒนาชุมชนขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่างๆของชุมชนเป็นสำคัญ

๒. ความขัดแย้งต่างๆในชุมชนเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นปกติ ในการดำเนินงานพัฒนาชุมชน เราจึงต้องเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นอย่างรู้เท่าทัน

๓. ความขัดแย้งมีสาเหตุสำคัญจากการเอาวัดเอาเปรียบกันของกลุ่มคนในสังคม การพัฒนาชุมชนจึงต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเอาวัดเอาเปรียบกันทางสังคม กระจายผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรม ไม่เช่นนั้นแล้ว การพัฒนาชุมชนจะไม่ประสบความสำเร็จ

๔. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข^{๒๖} ได้กล่าวว่า ในชีวิตคนเราแต่ละคน ถือได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นี้ เพียงแต่อาจกระทำไปโดยไม่รู้ตัว เช่น เวลาเดินเจอคนรู้จักยิ้มทักทายมา เรามีการยิ้มทักทายตอบกลับ ลักษณะการกระทำที่เกิดขึ้นสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ว่า เมื่อได้เห็นสัญลักษณ์ “การยิ้ม” จากคนรู้จัก จึงมีการตีความหมายของสัญลักษณ์นั้น ประกอบกับประสบการณ์ที่ผ่านมา เช่น ความเป็นมิตรต่อกัน จึงส่งผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะของการยิ้มทักทายกลับไป การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนก็เช่นกัน สามารถที่จะดูได้จากการกระทำของแต่ละฝ่ายว่าเป็นไปในลักษณะใดบ้าง ซึ่งจะทำให้รู้เบื้องต้นว่าสมาชิกในชุมชนนั้นมีความสัมพันธ์ต่อกันเช่นไร อันเป็นพื้นฐานสร้างความเข้าใจชุมชนขึ้นมาได้

จากแนวคิดที่กล่าวมา พอสรุปได้ว่า การที่เราจะศึกษาเรื่องใดๆ ที่เกี่ยวกับชุมชนเราควรทราบว่า ชุมชนที่เราศึกษาเป็นชุมชนประเภทใด มีพื้นฐานโครงสร้างทางสังคมแบบใดบ้าง เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ อาณาเขตบริเวณติดต่อ การอยู่อาศัยของคนภายในชุมชน ขนาดของชุมชน มีความสัมพันธ์หรือบทบาททางสังคมแบบใดบ้าง ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล กลุ่ม องค์กร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีหน้าที่ในการขับเคลื่อน ผลักดันชุมชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง นำไปสู่การพัฒนาให้ชุมชนเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ต้องเกิดจากความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนนั้นๆ ด้วย

ส่วนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน พอสรุปได้ว่า ชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับระบบสังคมที่ควบคู่ไปกับวัฒนธรรมของสมาชิกในชุมชนนั้นๆ กฎ กติกา จารีต ประเพณี หรือกฎหมาย กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ทางสังคมเรียกว่า “บรรทัดฐานทางสังคม” (social norm) เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยไม่ให้สังคมของชุมชนเกิดความวุ่นวาย ควบคู่ไปกับบทบาทและหน้าที่ของตนเองใน

^{๒๕} สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ ๔ (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์ , ๒๕๔๕), หน้า ๒๐๔

^{๒๖} สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, สังคมวิทยาชุมชน: หลักการศึกษา วิเคราะห์ และปฏิบัติงานชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ ๒ (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น , ๒๕๓๖), หน้า ๕๘.

ชุมชนที่ต้องเข้าใจตนเองก่อนว่ามีบทบาทและหน้าที่อย่างไรในชุมชน เพื่อจัดปัญหาต่างๆของชุมชน โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดจากความขัดแย้งในชุมชน ระหว่างสมาชิกในชุมชนด้วยกัน หรือกับบุคคลภายนอก เช่น หน่วยงานภาครัฐ ที่ไม่ค่อยเข้าใจและเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของคนในชุมชนนั้นๆ จึงไม่เกิดความร่วมมือในการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่วางไว้ แต่ก็ยังคงความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชนด้วยกันเอง สมาชิกด้วยกันในชุมชนจะมีความเข้าใจพื้นฐานในความต้องการของตนเองได้มากกว่า อาจเนื่องมาจากชุมชนนั้นๆ ที่ตนอยู่ เป็นที่อยู่อาศัยตั้งแต่บรรพบุรุษซึ่งเป็นความผูกพันกันมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อมีโครงการหรือสิ่งที่ชุมชนต้องการทำร่วมกันจะทำให้สมาชิกในชุมชนนั้นมีความร่วมมือ ร่วมใจกัน และพึ่งพาตนเองมากกว่าที่จะพึ่งบุคคลภายนอก เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน

๒.๖ แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายของรัฐบาล ในการแก้ปัญหาภาพรวมของประเทศ อันเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชน โดยคนในชุมชน อย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังเป็นองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน สร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศจากแนวคิดและนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ด้วยกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน รัฐบาลจึงได้เสนอร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่รัฐสภา โดยผ่านความเห็นชอบจากวุฒิสภา เมื่อวันที่ ๘ พฤศจิกายน ๒๕๔๔ และผ่านความเห็นชอบจากสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๔๘ ซึ่งนำลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ในวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ และมีผลใช้บังคับในวันถัดจากประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือ ตั้งแต่วันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๔๘ เป็นต้นไป โดยมีเจตนารมณ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของพัฒนาเศรษฐกิจอย่างพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกันการพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจสูงขึ้น โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และมีอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการ^{๒๗}

^{๒๗} พงศ์พันธุ์ เจริญทรัพย์ และคณะ, โครงการศึกษาจัดวางรูปแบบแผนงานเกษตรอินทรีย์เชิงท่องเที่ยวและการฝึกอบรมให้ความรู้และอาชีพ.(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๐),หน้า๒๐-๒๑

ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

กรมส่งเสริมการเกษตร^{๒๘} ได้ให้คำนิยามคำว่า วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro community Enterprise--SMCE) หมายถึง “การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน) ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน ยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก”

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘^{๒๙} ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว มีเจตนารมณ์เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการภาคการผลิตและบริการ

เสรี พงศ์พิศ^{๓๐} ได้ให้ความหมายว่าวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนมาร่วมกันทำอะไรบางอย่างที่เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์ แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปัน การช่วยเหลือกัน มากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ไม่แตกแยก แบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนและพวกพ้อง เพราะวิสาหกิจชุมชนเน้นการช่วยเหลือกัน

มีลักษณะสำคัญ ๗ ประการ คือ^{๓๑}

๑. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
๒. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
๓. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
๔. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
๕. ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ
๖. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
๗. มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย

ทั้งนี้กฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจร ๓ ระดับ ได้แก่

๑.ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัยในการนำทุนชุมชนมาใช้ให้เหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

^{๒๘} กรมส่งเสริมการเกษตร, การฝึกอบรมทีมวิทยากรหลักในการถ่ายทอดความรู้เรื่องวิสาหกิจชุมชน, เอกสารประกอบการสัมมนา, กรุงเทพฯ.

^{๒๙} สำนักงานเลขานุการกรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘, (กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๔๘), หน้า ๓๑๙

^{๓๐} เสรี พงศ์พิศ, *คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน*, (กรุงเทพมหานคร : พลังปัญญา, ๒๕๕๒), หน้า ๙ – ๑๐

^{๓๑} เสรี พงศ์พิศ, *ฐานคิด จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน*, (กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทย์การพิมพ์, ๒๕๔๘), หน้า ๔๐

๒. ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยี และการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไปในอนาคต

๓. การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ การตลาดความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล^{๓๒}ให้ความหมายว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของ ปัจจัยการผลิตทั้งทางด้านการผลิต การค้า และการเงิน ใช้ปัจจัยการผลิตในชุมชนให้ออกดอกออกผล ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมด้วยการสร้างรายได้ และอาชีพ ส่วนด้านสังคมคือ การผสมผสานสัมพันธ์ความเป็นครอบครัวเอาไว้ด้วยการให้ครอบครัวและชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์ แบ่งสุข ซึ่งกันและกันไว้ โดยการผ่านกระบวนการประกอบการของชุมชน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างฐานรากเศรษฐกิจและสังคมให้เข้มแข็ง ทำให้เกิดรากฐานที่เข้มแข็งคงทนต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและทุนนิยม

จิระนุช ชาญณรงค์กุล^{๓๓}กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน (community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

การแบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชน สามารถมองได้หลายมิติ กล่าวคือ แบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก และแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน^{๓๔}

การแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ ๒ ประเภท ดังนี้

๑. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ ๕ อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้องกินต้องใช้ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของ แต่ละครัวเรือน แต่ชาวบ้านทั่วไป ไม่ได้อยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

๒. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับ

^{๓๒} ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล, *วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก*, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร : เอดิสันเพลส โปรดักส์ , ๒๕๕๔), หน้า ๓๒

^{๓๓} จิระนุช ชาญณรงค์กุล, *กรมส่งเสริมการเกษตร*, (การสืบค้นข้อมูลจากออนไลน์), แหล่งที่มา <http://ssnet.doae.go.th/wp.../๒๐๑๕/.../QR-code-การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ>, (๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๑)

^{๓๔} ดวงเดือน สมวัฒนศักดิ์, *วิสาหกิจชุมชน*, (ชัชวาท: กรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๔๘)

มาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

ส่วนการแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งออกได้ ๒ ประเภท ดังนี้

๑. ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นการประกอบกิจกรรมเพื่อกินใช้ในครอบครัว เพื่อทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไว้ใช้กินในครอบครัว

๒. ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง เป็นการประกอบกิจการโดยกลุ่ม เพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชนและเครือข่าย ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าได้ เพื่อที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ทั้งนี้การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์และยุทธวิธีส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน^{๓๕}

ยุทธศาสตร์	ยุทธวิธี
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเรียนรู้ วิจัย และพัฒนา ๑.๑ การสร้างกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ๑.๒ การเสริมสร้างปัจจัยการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติ ๑.๓ การส่งเสริมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วม	๑.๑.๑ ส่งเสริมให้ชุมชนมีการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการแผนแม่บทชุมชน ๑.๑.๒ ส่งเสริมให้มีการแปรแผนแม่บทชุมชนไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ๑.๑.๓ ส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนในประเด็นที่เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ๑.๒.๑ ส่งเสริมการพัฒนาผู้นำชุมชนเป็นนักวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ๑.๒.๒ สนับสนุนให้มีและพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อการศึกษและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ๑.๓.๑ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนโดยชุมชน ๑.๓.๒ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีวิสาหกิจชุมชนโดยชุมชน ๑.๓.๓ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้การประกอบการวิสาหกิจชุมชน ๑.๓.๔ ให้กลไกของรัฐสนับสนุนการวิจัย

^{๓๕} กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, (การสืบค้นจากข้อมูลออนไลน์). แหล่งที่มา http://www.sceb.doe.go.th/Documents/Strategy_sceb.pdf, (๒ กันยายน ๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์	ยุทธวิธี
๑.๔ การส่งเสริมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ระบบบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน	และพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ๑.๔.๑ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา กระบวนการวิสาหกิจชุมชน ๑.๔.๒ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา คลัสเตอร์วิสาหกิจชุมชน ๑.๔.๓ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ระบบเศรษฐกิจชุมชน ๑.๔.๔ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ดัชนีชี้วัด การพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง ๒.๑ การบริหารจัดการทุนชุมชน ๒.๒ การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน	๒.๑.๑ ส่งเสริมระบบการสะสมทุนวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบที่หลากหลาย ๒.๑.๒ ส่งเสริมให้จัดตั้ง กองทุนวิสาหกิจชุมชนทั้งระดับองค์กรและเครือข่าย ๒.๑.๓ ให้มีการประกอบการวิสาหกิจชุมชนบนพื้นฐานทรัพยากรและผลผลิตของชุมชนอย่างยั่งยืน ๒.๑.๔ ให้มีการพัฒนาระบบการจัดการ และการฟื้นฟูทรัพยากรภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชน ๒.๑.๕ ให้มีการฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานเทคโนโลยีในการพัฒนาและประกอบการวิสาหกิจชุมชน ๒.๑.๖ ให้มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทุนชุมชน ๒.๑.๗ ส่งเสริมการบูรณาการทุนชุมชน ๒.๒.๑ ให้มีการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชนและเครือข่ายชุมชนอย่างสัมพันธ์กัน ๒.๒.๒ ให้มีการบริหารจัดการเชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนเป็นคลัสเตอร์ภายใต้ระบบเศรษฐกิจชุมชน ๒.๒.๓ ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

ยุทธศาสตร์	ยุทธวิธี
๒.๓ การลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ ๒.๔ การพัฒนาระบบสวัสดิการชุมชน	๒.๒.๔ ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายตลาดของวิสาหกิจชุมชน ๒.๒.๕ ให้มีการสนับสนุนกองทุนวิสาหกิจชุมชน ๒.๒.๖ ให้มีการบริหารจัดการอย่างโปร่งใสและสมาชิกสามารถตรวจสอบกันเองได้ ๒.๓.๑ ให้มีการพัฒนาวิสาหกิจประเภททดแทนการนำเข้าจากภายนอกชุมชน รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรผลผลิตและวิสาหกิจบริการ ๒.๓.๒ ให้มีการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างครบวงจรอย่างน้อยให้ได้หนึ่งในสี่ (ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง) ๒.๔.๑ ส่งเสริมให้มีการจัดสรรผลกำไรในการประกอบการวิสาหกิจชุมชนเป็นกองทุนสวัสดิการของชุมชน ตามความสมัครใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ๒.๔.๒ ให้มีการจัดการทรัพยากรของชุมชนอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นสวัสดิการโดยตรงและเพื่อเป็นต้นทุนหรือวัตถุดิบในกระบวนการวิสาหกิจชุมชน
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๓.๑ การรับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	๓.๑.๑ ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการทำแผนแม่บทชุมชนในทุกตำบล รวมทั้งปรับแผนดังกล่าวทุกปี พร้อมกับการปรับฐานข้อมูลและเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร ๓.๑.๒ ให้หน่วยงานที่มีภารกิจด้านการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนให้เข้าไปจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้การส่งเสริมเป็นเอกภาพ ๓.๑.๓ ให้มีการพัฒนามาตรฐานวิสาหกิจชุมชนโดยวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วม (อยู่ระหว่างการดำเนินการจัดทำรายละเอียดมาตรฐาน)

ยุทธศาสตร์	ยุทธวิธี
๓.๒ การพัฒนาและสนับสนุน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๓.๓ การส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ ๓.๔ การสนับสนุนการจัดการ วิสาหกิจชุมชน ๓.๕ ประสานความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐภาคเอกชน ภาคประชาชนและชุมชน	๓.๒.๑ ให้มีการจัดตั้งสภาวิสาหกิจชุมชน ๓.๒.๒ ให้มีการจัดวิสาหกิจชุมชนสัมพันธ์ ๓.๒.๓ ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชนในระดับตำบลและระหว่างตำบล ใน พื้นที่ที่มีประเด็นและความสนใจร่วมกัน ๓.๒.๔ ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตกับผู้บริโภค ๓.๓.๑ ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการทำ แผนแม่บทโดยกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน ๓.๓.๒ ให้มีการส่งเสริมการเรียนรู้ในการ ประกอบวิสาหกิจชุมชนทุกระดับ ทุกประเภท โดย ให้การฝึกอบรมทางวิชาการในประเด็นเฉพาะต่างๆ ๓.๓.๓ ให้มีการเตรียมความพร้อมของ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องและให้มีการเรียนรู้อย่าง ต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมี ประสิทธิภาพ ๓.๓.๔ ให้จัดการเรียนรู้และดูงานสำหรับ ตัวแทนจากภาครัฐ เอกชนวิชาการ สื่อมวลชน ภาค ประชาสังคมและผู้บริโภคเพื่อความเข้าใจและความ ร่วมมือ ๓.๓.๕ ให้มีการทบทวนระบบบริหาร จัดการของรัฐให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิสาหกิจ ชุมชน ๓.๔.๑ ให้มีการทบทวนระบบบริหาร จัดการของรัฐให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิสาหกิจ ชุมชน ๓.๕.๑ ให้มีเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และ ประสบการณ์ระหว่างภาครัฐภาคเอกชน ภาค ประชาชนและชุมชน ๓.๕.๒ ให้มีการประชุมสัมมนาหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องในส่วนกลางเพื่อกำหนดมาตรการและแนว ทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เป็นเอกภาพ ๓.๕.๓ ให้มีการประชุมสัมมนาหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่เพื่อสร้างความร่วมมือและ

ยุทธศาสตร์	ยุทธวิธี
๓.๖ การพัฒนาระบบและเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน ๓.๗ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่	แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน ๓.๕.๔ ประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและชุมชน ในการดำเนินงานส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ๓.๖.๑ ให้มีการพัฒนาระบบและเครือข่ายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ตั้งแต่ระดับตำบลถึงระดับชาติ เชื่อมโยงเครือข่ายทั้งประเทศให้มีการพัฒนาระบบเครือข่ายสารสนเทศ ๓.๖.๒ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำระบบสารสนเทศเพื่อตอบสนองปัญหาและความต้องการของชุมชนในการประกอบวิสาหกิจชุมชน ๓.๖.๓ ให้มีการเชื่อมโยงเครือข่ายของชุมชนกับเครือข่ายอื่นๆของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความร่วมมือกัน ๓.๗.๑ ให้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเรื่องวิสาหกิจชุมชนทางสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้สาธารณชนทั่วไป ๓.๗.๒ ใช้ระบบและเครือข่ายสารสนเทศข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนจากบุคคลทั่วไปได้ด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

สุภาพร ลอยวัฒนกุลและคณะ^{๓๖} พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

๑. ด้านการผลิต มีการวางแผนการผลิตสินค้าและการกำหนดขั้นตอนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่เพียงพอทันต่อความต้องการ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่องรวมทั้งมีการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า
๒. ด้านการตลาด โดยมุ่งเน้นที่ตลาดท้องถิ่นด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้มีความหลากหลายมีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ
๓. ด้านการเงิน มีการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้

^{๓๖} สุภาพร ลอยวัฒนกุลและคณะ, ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน,วารสารราชนครินทร์ (๒๕๕๙),๑๓ (๒๙), หน้า ๒๕๑ - ๒๕๘

๔. ด้านการจัดการ มีการกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับของกลุ่ม ให้สมาชิกได้ปฏิบัติตามเพื่อป้องกันปัญหาการขัดแย้ง

๕. ด้านการมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์และนำมาพัฒนาร่วมกัน

๖. ด้านผู้นำ โดยผู้นำต้องมีความพร้อมในการช่วยเหลือสมาชิกที่เผชิญปัญหาต่างๆ ได้ด้วยวิธีการที่ถูกต้อง

จากแนวคิดที่กล่าวมา พอสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนคือ การประกอบการของสมาชิกในชุมชนที่มาร่วมตัวเพื่อจัดการ "ทุนของชุมชน" อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง **"ทุนของชุมชน"** ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมหรือกฎเกณฑ์ทางสังคมที่รวมผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน โดยมีปัจจัยที่มีผลสำเร็จเกื้อหนุนกันในชุมชน และรัฐได้มีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมตามแนวทางยุทธศาสตร์และยุทธวิธีที่วางไว้

๒.๗ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมและการสร้างสรรค์

นวัตกรรม^{๓๗} หมายถึง การปรากฏขึ้นมาใหม่ของความคิดที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาปรับปรุงงาน สร้างประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง ส่วนที่เป็นความคิดเรียกว่าความคิดสร้างสรรค์ ส่วนที่เป็นการนำความคิดไปใช้เรียกว่าการนำไปใช้งาน นวัตกรรมเป็นได้ทั้งสิ่งที่เป็นรูปธรรม มองเห็นได้ จับต้องได้ สัมผัสได้ เช่น เครื่องคิดเลข วิทยุ โทรศัพท์ สมาร์ทโฟน หุ่นยนต์ และเป็นสิ่งที่เป็นามธรรม มองเห็นไม่ได้ จับต้องไม่ได้ สัมผัสไม่ได้ เช่น ระบบงาน แนวคิดในการบริหาร

นวัตกรรมมีลักษณะดังนี้

๑. เป็นสิ่งที่คิดค้นขึ้นมาใหม่
๒. ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยแก้ปัญหา
๓. สามารถแก้ปัญหาได้
๔. มีประสิทธิภาพ ลดเวลา ลดต้นทุน ลดแรงงาน ลดการใช้ทรัพยากร
๕. สร้างคุณค่าใหม่ให้กับองค์กร งาน บุคคล ลูกค้า
๖. คุณค่าใหม่ที่สร้างขึ้นมามีความโดดเด่นให้ความรู้สึกของลูกค้า
๗. สร้างผลตอบแทนที่ดี
๘. สามารถวัดผลได้

นวัตกรรมมีประโยชน์หลายด้าน

๑. ด้านประสิทธิภาพ ใช้เวลาน้อยลง ใช้ทรัพยากรน้อยลง ใช้งบประมาณน้อยลง
๒. ด้านรายได้ สร้างรายได้เพิ่มขึ้น สร้างผลกำไรเพิ่มขึ้น
๓. ด้านความพึงพอใจ ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการ ผู้บริโภค เกิดความพึงพอใจ

^{๓๗} ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, ๒๕๖๐, “นวัตกรรมสื่อสารดิจิทัลเพื่อธุรกิจและการตลาด(การสืบค้นข้อมูลจากออนไลน์), แหล่งที่มา <http://nattawatt.blogspot.com/> (๒๓ กันยายน ๒๕๖๐)

๔. ด้านทรัพยากร ลดความสูญเสียทรัพยากร

๕. ด้านจิตใจ ลดความตึงเครียด ลดความวิตกกังวล

ประเภทนวัตกรรมที่นำมาใช้ คือ นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategy) เป็นนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า สร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า นวัตกรรมแบบนี้มักเป็นแบบรูปธรรม ลูกค้ามองเห็นได้ รับรู้ได้

นวัตกรรมแบบนี้หมายถึงรวมถึงวิธีการต่างๆ ที่นำมาใช้ เช่น วิธีการผลิต วิธีการขาย วิธีการส่งมอบ นวัตกรรมแบบนี้จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้พยายามสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในลักษณะต่างๆ โดยอาศัยความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ หรือจุดแข็งที่มีอยู่นวัตกรรมกลยุทธ์ยังหมายถึง “โมเดลธุรกิจ” (Business Model) แบบต่างๆ ที่ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่

วิธีการสร้างนวัตกรรม

๑. การกำหนดนโยบายโดยผู้นำที่มีอำนาจสูงสุด ผู้นำที่มีอำนาจสูงสุดจะต้องเป็นผู้ที่สร้างเป้าหมายของการสร้างนวัตกรรม หรือการสร้างองค์กรนวัตกรรมผู้นำที่มีอำนาจสูงสุดจะต้องประกาศนโยบายและแนวคิดในการสร้างนวัตกรรมขององค์กรให้คนในองค์กรทั้งหมดรับทราบ

๒. ผู้นำที่มีอำนาจสูงสุดจะต้องรวบรวมความคิดเห็นจากคนในองค์กรทั้งหมดเพื่อนำมาประมวลเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรม

๓. ผู้นำที่มีอำนาจสูงสุดจะต้องรวบรวมบุคคลที่สามารถเป็นแกนหลักในการทำงานสร้างนวัตกรรม ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสามารถ และทำงานเข้ากันเป็นทีมได้

๔. ผู้นำที่มีอำนาจสูงสุดจะต้องสร้างแรงกระตุ้น สร้างแรงจูงใจ ให้ทีมงานเกิดพลังใจในการทำงานสร้างนวัตกรรม ต้องชักชวน โน้มน้าวให้แผนกต่างๆ ทุกแผนก เห็นดีเห็นงาม ยอมรับในวิสัยทัศน์ ทิศทาง การสร้างนวัตกรรมขององค์กร เพื่อให้นำไปขยายผลไปสู่การปฏิบัติต่อไป

๕. ผู้นำที่มีอำนาจสูงสุดจะต้องสร้าง “ความมั่นใจ” ให้แก่ทีมงานสร้างนวัตกรรมว่าสิ่งที่คิดสร้างสรรค์ขึ้นมา จะถูกนำไปใช้ปฏิบัติจริง

๖. นวัตกรรมที่คิดจะสร้างขึ้นมาใหม่จะต้องมี “ความโดดเด่น” มากๆ ส่งผลกระทบทางบวกต่อสังคมมากๆ

๗. นวัตกรรมที่คิดจะสร้างขึ้นมาใหม่จะต้องมี “ความเป็นไปได้” (Feasibility) มากๆ

๘. นวัตกรรมที่คิดจะสร้างขึ้นมาใหม่จะต้องมี “ความคุ้มค่าทางธุรกิจ” (viability) มากๆ ต้องคำนึงถึง ROI : Return of Investment

๙. นวัตกรรมที่คิดจะสร้างขึ้นมาใหม่จะต้องมี “ความยั่งยืน” (Sustainability) อย่างน้อยในช่วงเวลาหนึ่ง

หลักสำคัญในการสร้างนวัตกรรม

การสร้างนวัตกรรม มีหลักสำคัญดังนี้ คือ

๑. การค้นหาสมรรถภาพ (Capability) ขององค์กรว่ามีความสามารถด้านใด เก่งเรื่องใด

๒. การออกแบบสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อเอาแก้ไขปัญหา แก้ไขความทุกข์ ของลูกค้า เอาชนะอุปสรรคที่เกิดขึ้นให้ได้

ปัจจัยในการสร้างนวัตกรรม

การสร้างนวัตกรรม มีปัจจัยสำคัญดังนี้

๑. คนทำงานสร้างนวัตกรรมต้องมีจิตใจสร้างสรรค์ มีทัศนคติสร้างสรรค์ ความมีจิตใจสร้างสรรค์ต้องมีอยู่ทุกวัน ในชีวิตประจำวันของการทำงานในแต่ละวัน โดยจิตใจสร้างสรรค์นั้นต้องมุ่งที่การสร้างประโยชน์มากที่สุด

๒. ทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กรมีอยู่ ๕ ประการ คือ ทักษะความสามารถของพนักงาน ระบบ เทคโนโลยี เวลา เงินทุน

สิ่งที่จำเป็นต้องทำในการสร้างนวัตกรรม

๑. การสร้างนวัตกรรมต้องมีการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (Business Model) ที่สอดคล้องกับนวัตกรรม

๒. การคิดสัดส่วนของสินค้าที่มีการสร้างนวัตกรรมใหม่กับสินค้าแบบเดิม หากมีสินค้าที่มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ในสัดส่วนที่มากกว่าสินค้าแบบเดิม ย่อมเป็นตัวบ่งชี้ความก้าวหน้าขององค์กรนวัตกรรม

๓. การให้รางวัลและแรงจูงใจแก่ทีมงานและบุคคลที่สร้างนวัตกรรม แบ่งออกเป็น

๓.๑ ผู้บริหารแสดงการยอมรับความคิดสร้างสรรค์นั้น

๓.๒ ผู้บริหารแสดงประกาศสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์นั้น

๓.๓ ผู้บริหารให้รางวัลเป็นเงินตอบแทนความคิดสร้างสรรค์นั้น

๓.๔ ผู้บริหารมอบตำแหน่งให้แก่บุคคลผู้มีความคิดสร้างสรรค์นั้น

๓.๕ ผู้บริหารประกาศให้พนักงานคนอื่นทราบถึงความคิดสร้างสรรค์นั้น

๓.๖ ผู้บริหารมอบรางวัลตอบแทนเมื่อมีการนำความคิดสร้างสรรค์นั้นไปใช้จนเกิด

รายได้เกิดผลกำไรแก่องค์กร

๒.๘ แนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์

สมพร คงเจริญเกียรติ ได้ให้คำนิยาม เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ไว้ว่า บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภค ด้วยต้นทุนที่เหมาะสม จะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทอย่างมากในสภาพสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ยังมีความสัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรมของชาติอีกด้วย^{๓๘}

ทฤษฎีบรรจุภัณฑ์

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ “การบรรจุภัณฑ์” (Packaging) คือ กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดกระบวนการตลาดในการใช้วัสดุมาสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้สอย รักษาคุณภาพ การขนส่ง และเพื่อการสื่อสารต่างๆ

^{๓๘} สมพร คงเจริญเกียรติ, บรรจุภัณฑ์อาหาร, (กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ๒๖๔๑), หน้า ๑๕.

การบรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งที่ห่อหุ้มหรือบรรจุ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่ง
ผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์
เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพให้ใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิต
มากที่สุด

สรุป บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือ
ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้า
และการบริโภค

หน้าที่บทบาทของบรรจุภัณฑ์

ในสมัยก่อนนั้น การใช้บรรจุภัณฑ์ก็เพื่อเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection)
ใน ระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมี
บทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจน
ความสะดวกในการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

๑. ทำหน้าที่รองรับ (Contain) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันอยู่เป็นกลุ่ม
หรือตามรูปร่างของภาชนะนั้นๆ

๒. ป้องกัน (Protect) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน
ไม่ให้ยุบ สลาย เสียรูหรือเสียหายอันเกิดจากสภาพแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยสภาพดินฟ้า อากาศ
ระยะเวลาในการเก็บรักษา สภาพการขนส่ง กล่าวคือให้คงสภาพลักษณะของสินค้าให้เหมือนเมื่อผลิต
ออกจากโรงงานให้มากที่สุด

๓. ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคน
สุดท้าย

๔. บ่งชี้ (Identify) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่างๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด
คุณภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง โดยหีบห่อต้องแสดงข้อมูลอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบว่า
สินค้าที่อยู่ภายในคืออะไร ผลิตจากที่ไหน มีปริมาณเท่าใด ส่วนประกอบ วันเวลาที่ผลิต วันเวลาที่
หมดอายุ การระบุข้อความสำคัญๆ ตามกฎหมาย โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและยา ชื่อการค้า
(Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark)

๕. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้าเนื่องจากสินค้า
ชนิดใหม่มีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันทางด้านตลาดก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้ซื้อสินค้านิยมไม่อาจ
ติดตามการเคลื่อนไหวทางด้านตลาดได้ทัน หีบห่อจึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่
ให้กับผู้ซื้อด้วย ต้องดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้สนใจในการใช้ และหลังจาก
ใช้แล้วเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีก หีบห่อจะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัวด้วย
เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent Salesman) ดังนั้น การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูด
ความสนใจ และชักจูงใจให้เกิดการซื้อได้จึงเป็นผลจากปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง สี
รูปทรง วัสดุ ข้อความรายละเอียด ตัวอักษร ฯลฯ

๖. ช่วยเพิ่มผลกำไร หีบห่อจะทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ไม่ได้ ถ้าหากหีบห่อไม่สามารถช่วย
เพิ่มผลกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ หีบห่อสามารถช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาดโดยการเปิดตลาด

ใหม่ หรือการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าใดได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูดตา ดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต

๗. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ

๘. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โฆษณาตัวเองได้อย่างสะดุดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้างข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขัน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวก ควบคุมได้และประหยัด

๙. การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบ และสีสันแห่งคุณภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค / ผู้ใช้ / ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน สร้างความมั่นใจ เห็นแล้วอดซื้อไม่ได้

๑๐. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ง่ายต่อการแยกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า ด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน / ชำรุด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุ จนถึงมือผู้ซื้อ / ผู้ใช้ / ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

การตัดสินใจเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ประโยชน์ ความเหมาะสม กับลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น ๓ ประเภท

๑. บรรจุภัณฑ์หลัก คือ เป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์ไว้ เช่น ขวดแก้ว กล่อง เป็นต้น

๒. บรรจุภัณฑ์รอง คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาอีกชั้นหนึ่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่บรรจุนม U.H.T 1 โหล

๓. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง คือ บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ไม่ต้องการความสวยงามจัดทำเพื่อความ สะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้า เช่น ลังไม้ ถังพลาสติกหรือผ้า เป็นต้น

๒.๙ แนวคิดด้านการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์

จूरिภรณ์ อุทธิ ได้กล่าวถึง การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า การพัฒนาการออกแบบคัดสรร สิ่งต่างๆ อย่างเหมาะสมในการออกแบบ สร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ให้เด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง โทนสีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีการใช้ภาพอย่างสมดุล ใช้สีอย่างมี ประสิทธิภาพ มีการสร้าง แนวความคิดการพัฒนาเขียนร่างภาพลงบนกระดาษ มีการสร้างแบบจำลอง เท้าของจริง หรือการ สร้างแบบจำลองแบบย่อส่วน เพื่อเป็นตัวอย่างในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสุดท้ายนำข้อมูล ทั้งหมดนำเสนอต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ และหาข้อสรุปร่วมกันแล้วผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย^{๓๙}

^{๓๙} จूरิภรณ์ อุทธิ, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องอินทรีย์ของสหกรณ์เกษตรอินทรีย์เชียงใหม่ จำกัด, (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ๒๕๕๕), ๓๓-๓๔.

หลักการออกแบบ (Concept of Design)

ความหมายการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ให้ความหมายของคำว่า “แบบ” หมายถึง สิ่งที่กำหนดให้ถือเป็นหลักหรือแนวดำเนิน^{๔๐} ส่วนคำว่า การออกแบบ ที่ตรงกับคำใน ภาษาอังกฤษ คือ Design โดย Oxford Advanced Learner's Dictionary ค.ศ. ๒๐๐๕ ให้ความหมายของคำว่า design ไว้ว่า ๑) a plan or drawing produced to show the look and function or workings of something before it is built or made. ๒) the art or action of producing such a plan or drawing. ๓) underlying purpose or planning: the appearance of design in the universe. และ ๔) a decorative pattern.

จากความหมายตามคำข้างต้น ยังมีความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นักวิชาการ ได้ให้ความหมายไว้ในแง่มุมที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย โดยหมายถึงขั้นตอนการวางแผน รู้จัก เลือกใช้วัสดุ และวิธีการเพื่อทำตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบลักษณะและ คุณสมบัติวัสดุ ตามความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังหมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ หรือ ผลงานที่ถูกปรับปรุง จากเดิมที่มีอยู่ให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่ขึ้น เป็นต้น การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ยังมีการให้นิยามเพิ่มเติมขึ้นอีกว่าเป็นการรวบรวม หรือการจัดองค์ประกอบเข้าด้วยกัน อย่างมีหลักเกณฑ์ของงานทั้งที่เป็น ๒ มิติ และ ๓ มิติ โดยผู้ออกแบบจะต้อง

คำนึงถึงคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ นั่นคือประโยชน์ใช้สอย และความสวยงามที่ ถูกนำมาจัด องค์ประกอบ โดยกระบวนการนี้จะเป็นการสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพ และสร้าง ค่านิยมทาง ความงามให้เกิดแก่นุชน^{๔๑}

กล่าวโดยสรุป การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการของ มนุษย์ทางกายภาพ เพื่อการใช้สอยที่อำนวยความสะดวกสบาย และเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต ค่านิยมทางความงาม ให้ดียิ่งขึ้นตามความเหมาะสม อาจเป็นการปรับปรุงหรือสร้างใหม่ภายใต้การ สร้างสรรค์

องค์ประกอบของหลักการออกแบบ มีดังนี้

๑. ความเป็นหน่วย (Unity) ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงงานทั้งหมด โดยให้เป็นกลุ่ม ก้อนหรือ อยู่ในหมวดที่มีความสัมพันธ์เดียวกันทั้งหมดของงานนั้นแล้วพิจารณาส่วนอื่นๆ ที่แยกย่อย ลงไป ตามลำดับโดยใช้หลักเดียวกัน

๒. ความถ่วงหรือสมดุล (Balancing) ความคิดในงานที่ในแง่ของความรู้สึกสมดุล โดยมี หลัก ๓ ประการ คือ

๒.๑ ความสมดุลในความเท่ากัน (Symmetry Balancing) มีลักษณะที่ให้ ความรู้สึก เท่ากัน ซ้าย-ขวา บน-ล่าง เป็นต้น โดยความสมดุลนี้ดูและเข้าใจได้โดยง่าย

^{๔๐} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, (พิมพ์ ครั้งที่ ๒). (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว, ๒๕๔๑), หน้า ๖๔๑.

^{๔๑} Vcharkarn.com, (2020), Design. Retrieved June 5, 2020. <<http://www.vcharkarn.com/vcafe/120491>>, ๒๕ เมษายน ๒๕๖๕.

๒.๒ ความสมดุลในความไม่เท่ากัน (Non symmetry Balancing) มี ลักษณะสมดุล ในตัวเองโดยที่ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ในด้านความรู้สึกเกิดการสมดุลในตัวการ โดยผู้ออกแบบ จะต้องลองประเมินด้านความรู้สึกของผู้พบเห็น ซึ่งอาจเป็นความสมดุลที่เกิดในลักษณะที่แตกต่าง กันได้ เช่น สมดุลด้วยผิวสัมผัส (Texture) ด้วยแสงเงา (Shade) หรือสี (Color)

๒.๓ จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balancing) ในวัตถุสิ่งของที่จะต้องใช้การทรง ตัวเป็นข้อควรคำนึงถึงอย่างยิ่งต่อการออกแบบ ได้แก่ แสดงความรู้สึกถึงความมั่นคงแข็งแรงหรือไม่ โยกเอียง โดยต้องระมัดระวังให้มาก

๓. ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) นอกจากต้องใช้หลักการและเหตุผล ทางด้านกายภาพและประโยชน์ใช้สอยแล้ว การออกแบบยังมีเรื่องของความงาม การมองเห็น และสัมผัส ฯลฯ โดยมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับรายละเอียดตามหลักการทางสุนทรียศาสตร์ และศิลปะ ดังนี้

๓.๑ การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of interest) เป็นการเน้นจุด ประทับในแก่ผู้ชม ซึ่งมีข้อบอกล่าวเป็นความรับรู้ร่วมกับศิลปวัตถุ นั้น โดยเป็นความรู้สึกที่ผู้สร้างพึง พยายามให้เกิดขึ้นเสมอ

๓.๒ จุดรอง (Subordinate) เป็นจุดสำคัญรองจากจุดเด่นที่เน้นในงานไปตามลำดับ ขึ้น ทำให้เกิดความลดหลั่นต่องานออกแบบ โดยพิจารณาในด้านต่างๆ ได้แก่

๓.๒.๑ จังหวะ (Rhythm) เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ในด้าน จังหวะ ระยะ ความถี่ ห่างภายในตัวเองหรือกับสิ่งแวดล้อม ทั้งในด้าน เส้น สี แสงเงา การตกแต่ง ที่ส่งผลต่อ ด้านความงาม

๓.๒.๒ ความต่างกัน (Contrast) ปัจจุบันผู้ออกแบบนิยมมองหา เพื่อทำให้เกิด การขัดกัน ซึ่งจะส่งผลให้งานไม่น่าเบื่อเพราะเป็นความรู้สึกที่ทำให้เกิดความเคลื่อนไหว ภายในงาน หรือต่อสภาพแวดล้อม

๓.๓.๓ ความกลมกลืน (Harmonies) นำภาพรวมทั้งหมดมาพิจารณา ในบาง รายละเอียดแม้ว่าชิ้นงานจะใช้สี ผิวสัมผัส เส้นสายตัดกัน แต่โดยภาพรวมของบรรยากาศไม่เกิดผล เสียหาย ยอมรับได้ว่ามีความกลมกลืนในส่วนรวม^{๔๒}

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่ดีย่อมส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ที่ดี โดยที่นัก ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการโดยใช้ เกณฑ์เพื่อกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ดีว่าควรมีองค์ประกอบ เช่นไร จึงพิจารณาแล้วใช้ความคิด สร้างสรรค์ หากกระบวนการหรือวิธีเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความ เหมาะสมตามหลักการออกแบบ โดยสิ่งที่ต้องคำนึงสำหรับนักออกแบบผลิตภัณฑ์มีหลักการออกแบบ ๑๐ ประการ ดังนี้^{๔๓}

^{๔๒} ชลุต นิมเสมอ, องค์ประกอบของศิลปะ, (พิมพ์ครั้งที่ ๖), (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๔).

^{๔๓} วชิรินทร์ จรุงจิตสุนทร, หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์, (กรุงเทพมหานคร : แอป ปาพริ้นตังกรุ๊ป, ๒๕๔๘).

๑. หน้าที่ใช้สอย (Function) เป็นข้อสำคัญที่สุดในหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ออกแบบต้องคำนึงในอันดับแรก เพราะผลิตภัณฑ์ทุกชนิดต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกสบาย (High function) ในทางตรงข้าม ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จะถือว่า มีประโยชน์ใช้สอยไม่ดีเท่าที่ควร (Low function)

๒. ความงาม (Aesthetics) เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เพราะประทับใจในครั้งแรกที่พบ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ให้ความสนใจมากที่สุด ในปัจจุบันไม่น้อยไปกว่าหน้าที่ใช้สอยที่ต้องใช้ระยะเวลาว่าดีหรือไม่ในภายหลังการใช้งานไปแล้ว โดยผลิตภัณฑ์บางประเภทความงามคือหน้าที่ ใช้สอย

๓. ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics) คำนึงเรื่องการยศาสตร์ในการใช้งาน (Ergonomics) ความสะดวกสบายในการใช้งานจำต้องอาศัยการศึกษาด้านกายวิภาคเชิงกล เกี่ยวข้องกับขนาดสัดส่วน และขีดจำกัดที่เหมาะสมของอวัยวะต่างๆ ในร่างกายของมนุษย์ทุกเพศ วัย ซึ่งประกอบด้วยความรู้ด้านขนาดสัดส่วนมนุษย์ (Anthropometry) ด้านสรีรศาสตร์ (Physiology) ซึ่งทำให้ทราบถึงขีดความสามารถจำกัดของอวัยวะในร่างกายมนุษย์ เพื่อประกอบการ ออกแบบ หรือศึกษาด้านจิตวิทยา (Psychology) โดยในความรู้เหล่านี้จะทำให้การออกแบบและ กำหนดขนาด (Dimension) ส่วนโค้งเว้า ส่วนตรงส่วนแคบของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมกับร่างกาย ของมนุษย์ที่ใช้ งานให้ไม่เกิดความเมื่อยล้าขณะใช้งานในระยะนานๆ

๔. ความปลอดภัย (Safety) ผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของ ผู้ใช้ เพราะสิ่งอำนวยความสะดวกยิ่งอำนวยความสะดวกประโยชน์มากเพียงใด ก็ย่อมมีโทษเพียงนั้น ซึ่งส่วนมาก ผลิตภัณฑ์มักเกิดจากเครื่องจักรกลและเครื่องใช้พลังงานไฟฟ้า จึงต้องมีเครื่องหมายเตือน หรือคำอธิบาย ประกอบนอกจากความคำนึงในการออกแบบนั้นด้วย

๕. โครงสร้าง (Construction) โครงสร้างความแข็งแรง จะต้องมียู่ภายในผลิตภัณฑ์ อย่างเหมาะสม ซึ่งการออกแบบควรอาศัยความรู้ด้านคุณสมบัติวัสดุและจำนวน หรือปริมาณ โครงสร้างในกรณีที่ต้องใช้โครงสร้างเพื่อการรับน้ำหนัก โดยต้องมีความเข้าใจและไม่ทิ้งเรื่องของความงามทางศิลปะ เพราะสองสิ่งนี้มักเกิดปัญหาสวนทางกัน โดยนักออกแบบต้องประสานให้ สองส่วนนี้ อยู่ในความพอดี และควบคู่กับการประหยัด

๖. ราคา (Cost) ราคาพอสมควร จากการกำหนดเรื่องกลุ่มผู้บริโภค และการตลาด ความต้องการของลูกค้าเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด มีความต้องการเช่นไร เพื่อกำหนดราคาของการ ผลิตและราคาขายให้เหมาะสม

๗. วัสดุ (Materials) มีการพิจารณาถึงกระบวนการและวิธีการผลิต เพราะในระบบผลิตแบบอุตสาหกรรมมีวัสดุสังเคราะห์และกระบวนการผลิตที่หลากหลายและให้เหมาะสมกับต้นทุน ระยะเวลา และคุณสมบัติต่างๆ อย่างครบถ้วน ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวขึ้นกับคุณสมบัติของวัสดุที่ เลือกใช้ เช่น ความใส ผิวมันวาว ทนสภาพกรด ด่าง และอุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลง หรือความต้องการเฉพาะ ฯลฯ สอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย การดูแลรักษา การสั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกต่อส่วนรวม ความปลอดภัยต่อผู้ใช้และธรรมชาติ เช่น นำกลับมาใช้ใหม่

๘. กรรมวิธีการผลิต (Production) ควรออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดผลิตง่าย สะดวก และประหยัดที่สุด หรือออกแบบให้สอดคล้องกับการผลิตของเครื่องจักรที่มีอยู่ และควรตระหนักเรื่อง การผลิตที่ละจำนวนมากเพื่อเป็นการลดต้นทุน แต่ในปัจจุบันจะมีการผลิตแบบเฉพาะ ความต้องการที่ พิเศษในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าหรือภาพลักษณ์องค์กร

๙. การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of maintenance) นักออกแบบควรคำนึงถึงเรื่อง ของ ความสะดวกต่อการบำรุงรักษาให้เปลี่ยนง่าย ถอดสะดวก โดยเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์จักรกล เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีความซับซ้อน จากการใช้งานที่ทำให้เกิดความเสื่อมสภาพหรือการใช้งานในทางที่ผิด

๑๐. การขนส่ง (Transportation) ต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการ ขนย้าย ระยะทางและวิธีการ เช่น ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือแม้แต่บรรจุภัณฑ์ ว่าปกป้อง ผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดการเสียหายขณะขนส่ง หรือกินเนื้อที่ ว่ามีเนื้อที่การขนส่งภายในตู้คอน เทนเนอร์ ในขนาดกว้าง ยาว สูง เท่าไร นอกจากหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง ๑๐ ประการของ วัชรินทร์ จรุง จิตสุนทร ที่อธิบาย ไว้ข้างต้นแล้ว ยังมีแนวคิดของ ดีเทอร์ รามส์ (Dieter Rams) นักออกแบบ อุตสาหกรรมชาวเยอรมัน ผู้ทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดลัทธินิยมการใช้งานจริง (functionalism) ซึ่งเป็นที่รู้จัก อย่างกว้างขวางในฐานะนักออกแบบที่ปฏิวัติรูปแบบเครื่องใช้ไฟฟ้า ของ Braun และ เฟอร์นิเจอร์ที่ ผลิตในประเทศอังกฤษของ Vitsœ โดยมีความเชื่อในหลักการ การ ออกแบบที่น้อยกว่า แต่ดีกว่า (less but better) ซึ่งเป็นลักษณะที่ “ตัดทอนสิ่งไม่จำเป็น” แต่มี คุณภาพสนองต่อผู้ใช้แบบเหนือ กาลเวลา (timeless) ส่งผลให้งานของเขาเหล่านั้นยังมีอิทธิพลต่อ วงการออกแบบและนักออกแบบ ผลิตภัณฑ์รุ่นหลังเป็นจำนวนมากทั่วโลก

“บัญญัติ ๑๐ ประการ ของงานออกแบบที่ดี” (๑๐ Principles of Good Design)

บัญญัติ ๑๐ ประการ ของงานออกแบบที่ดีของดีเทอร์ รามส์ (Dieter Rams) ได้ถูกนำมา ขยายความและอธิบายเพิ่มเติมโดย James C. Spee และ Donald W. McCormick ในการประชุม วิชาการด้านการออกแบบและจัดการองค์กรโดยมีรายละเอียดสรุปสั้นๆ ได้ดังต่อไปนี้^{๔๔}

๑. Good Design is innovative ความเป็นไปได้สำหรับนวัตกรรมขององค์กร (ผลิตภัณฑ์) การพัฒนาเทคโนโลยีอยู่เสมอทำให้เกิดโอกาสใหม่ๆ สำหรับนวัตกรรมขององค์กร (ผลิตภัณฑ์) แต่การออกแบบองค์กร (ผลิตภัณฑ์) ที่เป็นนวัตกรรมต้องมีการพัฒนาควบคู่ระหว่าง เทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมและการพัฒนาภายใน (กระบวนการ) ที่ไม่สิ้นสุด

๒. Good Design makes a product useful หลักการของ Rams นำไปใช้กับการ ออกแบบองค์กร เนื่องจากองค์กรนั้นไม่ต่างจากผลิตภัณฑ์ที่ถูกสรรค์สร้างขึ้นเพื่อนำมาใช้ เพราะไม่ เพียงแต่จะมีเกณฑ์ที่แน่นอนแล้ว ยังสามารถนำมาใช้งานได้ทั้งทางจิตวิทยาและความงาม

๓. Good Design is aesthetic ความงามที่มีคุณภาพขององค์กร (ผลิตภัณฑ์) นั้นมี ความสำคัญอย่างยิ่งต่อประโยชน์การใช้งาน เนื่องจากกระบวนการการออกแบบของเราที่ใช้ในแต่ละ

^{๔๔} James C. Spee, and Donald W. McCormick. “The design ethos of Dieter Rams and its implications for organizations and management education”. Academy of Management Annual Meeting Proceedings, July 2012. [Online]. Accessed 4 June 2020.

วันจะส่งผลกระทบต่อสมาชิกและความเป็นอยู่ที่ดีของคนภายในองค์กร (ผลิตภัณฑ์) แต่มีเพียงธุรกิจที่มีกระบวนการตรงตามเท่านั้น ที่จะสามารถดำเนินการได้ดี

๔. Good Design makes a product understandable การออกแบบที่ดีจะเป็นการอธิบายโครงสร้างขององค์กร (ผลิตภัณฑ์) ได้ การออกแบบที่ดีกว่าเป็นการพูดแทนองค์กร (ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น ลูกค้า) การออกแบบที่ดีที่สุดคือองค์กรอธิบายตนเอง (ผลิตภัณฑ์มีความชัดเจน)

๕. Good Design is unobtrusive โครงสร้างองค์กร (ผลิตภัณฑ์) ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์เป็นเสมือนเครื่องมือ โดยที่ไม่ได้ดูเป็นการตกแต่งหรือทำให้เป็นงานศิลปะ การออกแบบของพวกเขาควรจะเป็นกลางและไม่มีการขยายความต่อ เหมือนเกี่ยวข้อง (ผู้ใช้งาน) สามารถอธิบายได้หลังจากเห็นด้วยตัวพวกเขาเอง

๖. Good Design is honest การออกแบบที่ดีไม่ได้เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจว่าองค์กร (ผลิตภัณฑ์) มีนวัตกรรมมากขึ้น ทรงพลังหรือมีค่ามากกว่าที่เป็นจริง และไม่เกี่ยวข้องกับการพยายามจัดการมันจากผู้มีส่วนได้เสีย ที่ไม่สามารถรักษาสัญญาที่ให้ไว้ได้

๗. Good Design is long-lasting การออกแบบที่ดีควรหลีกเลี่ยงกระแสแฟชั่นที่เป็นสมัยนิยม ซึ่งนั่นทำให้เกิดความแตกต่าง ไม่กลายเป็นของตกยุค เพราะเมื่อผ่านเวลานานหลายปี ก็ยังใช้ได้

๘. Good Design is thorough, down to the last detail ไม่มีความบังเอิญ หรือปล่อยไปตามโอกาส เพราะการเอาใจใส่และความแม่นยำในกระบวนการออกแบบ จะเป็นการแสดงเคารพต่อผู้มีส่วนได้เสียต่อผลิตภัณฑ์ เช่น ลูกค้า ผู้ใช้งาน

๙. Good Design is environmentally friendly การออกแบบ (องค์กร) มีส่วนสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดทั้งปริมาณทรัพยากร มลพิษทางด้านกายภาพและจิตใจ ตลอดจนวงจรชีวิตขององค์กร (ผลิตภัณฑ์)

๑๐. Good Design is as little as possible น้อยกว่าแต่ดีกว่า เพราะมันมุ่งเน้นไปที่ประเด็นสำคัญ ลดภาระที่ไม่จำเป็นกลับไปสู่ความบริสุทธิ์บนความเรียบง่าย

กล่าวโดยสรุปก็คือ หลักการของ ดีเทอร์ รามส์ (Dieter Rams) เป็นหลักของการออกแบบ ที่มีผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-centered Design) ซึ่งความงามที่แท้จริง หมายถึง การที่ผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด (ส่วนรูปลักษณ์ความสวยงามเป็นสิ่งสำคัญอันดับรองลงมา) การจัดลำดับความสำคัญ เรื่องความสะอาด และความเป็นระเบียบ คือการสร้างประโยชน์สูงสุด เพราะงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีควรจะดูเรียบง่าย สามารถ “ใช้งานได้ง่ายที่สุด” มีวงจรชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและใช้งานได้ยืนยาวที่สุด

ขั้นตอนในการออกแบบ (The Process of Designing) การออกแบบมี ๕ ขั้นตอน ดังนี้

๑. ขั้นเหตุ-ผล (First Cause) ประกอบด้วย

๒. ขั้นตอนย่อย ได้แก่ ขั้นที่ ๑ การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค (Human needs) เป็นกระบวนการ ที่จะนำมาสู่จุดเริ่มต้นของความต้องการ โดยดำเนินการ ดังนี้

๑.๑ กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Create Objective And Goal) ซึ่งเป็นแนวคิดในการสร้างงาน (Idea) ที่ต้องอาศัยการรวมกันของประสบการณ์แวดล้อม (Environmental) ความประทับใจ (Perception) และอารมณ์ (Emotion) แต่ไม่สามารถประเมิน คุณค่า (Evaluate)

ได้อย่างแท้จริง เพราะเป็นเพียงเหตุ-ผลเบื้องต้น โดยพิจารณาสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วย เหตุ-ผล (Judge) ความต้องการ (Needs) คุณค่า (Value) ความรู้สึกชอบ (Like) การให้ค่า ความสำคัญ (Important) และการแสดงความงามกับประโยชน์ใช้สอย (Aesthetic and Function) เท่านั้น

๑.๒ การกำหนดโครงการ (Create Program)

๑.๓ กำหนดปัญหาและการแก้ปัญหา (Create Problem & Solution) “วัตถุประสงค์” เปรียบเสมือน “ปัญหา” ทางความคิด ที่ต้อง “แก้ไข” อย่างต่อเนื่อง และนักออกแบบจะต้องสร้าง ให้ภาพนั้นเกิดขึ้นมาจริงๆ ดังนั้น กระบวนการร่างภาพ หรือ เขียนแบบ จึงมีความสำคัญ เพื่อการประเมินความต้องการเบื้องต้น (Pre-Evaluate)

๒. ปัญหาและการแก้ปัญหา (Problem & Solution) ขั้นที่ 2 ปัญหาและการแก้ปัญหา (Problem & Solution) ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ดังนี้

๒.๑ กำหนดแนวคิดและการรับรู้ (Create Idea & Perception)

๒.๒ สรุปรูปแนวคิดรวบยอดการออกแบบ (Created Concept Design)

๒.๓ การกำหนดร่างแบบ (Principle & Design) ประกอบด้วยขั้นตอน การเขียนแบบ (Working Drawing) และการนำเสนอแบบ (Presentation)

๓. พิจารณาวัสดุ (Material Cause) ขั้นที่ 3 ดำเนินการแก้ไขปัญหา (Follow to Problem & Solution) ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อย ดังนี้

๓.๑ การกำหนดแนวคิดและการหาวัสดุ Created Idea & Perception into Materials) จากภาพร่างและงานเขียนแบบ นักออกแบบจะต้องพิจารณาคุณสมบัติของวัสดุให้เหมาะสม ตรงกับวัตถุประสงค์ คุณค่าความงาม และมีเอกลักษณ์ (Real Imagination) อย่างลงตัว โดยกระบวนการออกแบบ (Designing) และวิเคราะห์ทัศนภาพ (Visualizing)

๓.๒ ศึกษาแนวคิดการออกแบบ (Study Concept Design)

๓.๓ การเลือกวัสดุให้เหมาะสม (Select & Special to materials)

๓.๔ การออกแบบรูปทรง (Use on Form Design)

๔. การพิจารณาเทคนิค Technical Cause ขั้นที่ ๔ การศึกษา การเลือกเทคนิค และวิธีการ (Study-Technique & Method) ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ดังนี้

๔.๑ การศึกษาแนวคิดการออกแบบ (Study Concept Design) เป็นการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ วิธีการสร้างงานเพื่อให้ได้ภาพรวมเหมาะสมกับลักษณะงานที่คิดและวางแผนในขั้นที่ ๑ และ ๒ ด้วยการใช้เครื่องมือ (Tools) เครื่องจักร (Machine) วิธีการขั้นตอน เวลา การตกแต่ง ฯลฯ

๔.๒ การเลือกเทคนิคพิเศษและวิธีการ (Select & Special Technique & Method)

๔.๓ การดำเนินการทดลอง (Working & Practical)

๕. ขั้นตอนการสรุป (Final Cause) ขั้นที่ ๕ การพิจารณา สรุปผลการดำเนินงาน และการทบทวน (Representation Practical Cause) มีขั้นตอนย่อย ดังนี้

๕.๑ การให้ความหมาย (Meaning)

๕.๒ การพิจารณาประโยชน์ใช้สอยและความงาม (Function & Aesthetic)

๕.๓ การผลิต (Production) เมื่อผ่านกระบวนการทางเทคนิคแล้ว สามารถประเมินผลทางการออกแบบได้ ถ้าเป็นที่พอใจ ก็สามารถผลิตผลงานออกแบบในจำนวนต่อไปตามประสงค์ แต่ถ้าไม่พอใจหรือมีความผิดพลาด ก็สามารถปรับปรุง แก้ไข ให้สมบูรณ์ต่อไป แล้วจึงสู่กระบวนการผลิตอีกครั้งหนึ่ง ผลงานที่ได้อาจเป็นผลงานต้นแบบชิ้นเดียว (One Unit) หรือผลงานจำนวนมาก (Mass Products)

๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกษม กุณาศรี และคณะ ได้วิจัยเรื่อง การค้นหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ทำให้ได้รับอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของตนเอง และเกิดจากคนในชุมชน ทำให้เกิดการยอมรับ ทำให้ได้รับผลิตภัณฑ์นำร่องของชุมชน เพื่อเป็นต้นแบบต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชนที่จะสามารถช่วยแสดงความคิดเห็นเพื่อทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาชุมชน ^{๔๕}

เลกิงศักดิ์ ชัยชาญ ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเคยมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้ว ๒ – ๓ ครั้งมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคมโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางใช้เวลาในการท่องเที่ยว ๒ – ๓ วันและมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแต่ไม่ครบถ้วนโดยเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่จากการท่องเที่ยวร่วมกันด้านความสัมพันธ์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางด้านต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำพบว่าปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนในทุกปัจจัย ผลการศึกษาถึงผลกระทบทางตรงของปัจจัยด้านต้นน้ำ ปัจจัยด้านกลางน้ำ และปัจจัยด้านปลายน้ำที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยด้านการบริหารจัดการหรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำในภาพรวมของ ๒ แหล่งท่องเที่ยวให้ผลเหมือนกันทั้ง ๓ ปัจจัยเรียงตามลำดับผลกระทบ คือ ปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและปัจจัยด้านทรัพยากรและศักยภาพขององค์กรด้านปัจจัยด้านการให้บริการหรือปัจจัยด้านกลางน้ำที่มีผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยด้านปลายน้ำพบว่าทั้งเหมือนกันและแตกต่างกันใน ๒ แหล่งท่องเที่ยว คือ เหมือนกันในด้านอาหารและงานฝีมือท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมมากที่สุดที่แตกต่าง

^{๔๕} เกษม กุณาศรี และคณะ, “การค้นหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่”, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ๒๕๕๘, หน้า ๑๕๙.

กันคือลำดับรองลงมาเป็นด้านที่พักอาศัยสำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ขณะที่เป็นด้านสถานที่และ กิจกรรมสำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ ด้านปัจจัย ด้านการบริหารจัดการ หรือปัจจัยด้านต้นน้ำที่มี ผลกระทบทางตรงต่อปัจจัยด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหรือปัจจัยด้านปลายน้ำ พบว่ามีแตกต่างกันใน ๒ แหล่งท่องเที่ยวโดยเป็นปัจจัยด้านประสบการณ์และการปฏิบัติหน้าที่และ ปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรตามลำดับสำหรับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ขณะที่เป็นตัวแปรด้าน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและตัวแปรด้านการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ตามลำดับสำหรับอุทยานแห่งชาติภูเรือ จากผลการศึกษาทำให้สรุปได้ว่า การพัฒนาในส่วนใดส่วน หนึ่งของโซ่อุปทานจะเกิดผลกระทบต่อส่วนอื่นเสมอ โดยมีผลกระทบมาอย่างน้อยต่างกันทำให้สามารถ พิจารณาได้ว่าควรพัฒนาปัจจัยใดก่อนหลังมาอย่างน้อยเพียงใดเพื่อเกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อโซ่อุปทานการ ท่องเที่ยว^{๔๖}

บุญพา คำวิเศษณ์ ได้วิจัยเรื่อง ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนหมู่บ้านวัดเขา ตำบลโคกกกลอย อำเภอดงเจริญ จังหวัดพังงา ผลการวิจัยพบว่า

๑. ข้อมูลพื้นฐานแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านวัดเขา ตำบลโคกกกลอย อำเภอดงเจริญ จังหวัดพังงา พบว่า ประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง ๓๐-๔๐ ปี มากที่สุด การ ประกอบอาชีพมีอาชีพรับจ้างและทำธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๕ ข้อมูลพื้นฐานของ แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนหมู่บ้านวัดเขาตั้งอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลโคกกกลอย มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ทางเดินศึกษาธรรมชาติห้องน้ำ สาธารณะศาลานั่งพักผ่อน ระบบ รักษาความปลอดภัย มีแหล่งน้ำดื่ม น้ำใช้สะดวก ประปาท้องถิ่นประปา ภูมิภาคบ่อน้ำดื่ม และน้ำจากธรรมชาติ

๒. แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่าความคิดเห็น ต่อองค์ประกอบในด้านการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านวัดเขาในภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งพบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อยู่ในระดับมากรองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Attractions and Accommodation) ด้านความพร้อมและ ความรู้ความเข้าใจของชุมชนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) และด้านกิจกรรมบริการเบ็ดเตล็ด (Amenity) อยู่ในระดับมาก^{๔๗}

ฐปนัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานวัฒน์ และจริยา แผลงนอก ได้วิจัยเรื่อง หลักการและ แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบสร้างสรรค์ ทั้งทางด้านศิลปะ วิศวกรรมศาสตร์ การวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการตลาด และผลกระทบโดยรวม ตั้งแต่การคิด การผลิต จำหน่าย การใช้และเสื่อมสลายในท้ายที่สุด จนมีผู้รวบรวมเป็นหลักการได้แก่

^{๔๖} นาวาอากาศตรีเถลิงศักดิ์ ชัยชาญ, “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ”, รายงานการวิจัย, (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๖).

^{๔๗} บุญพา คำวิเศษณ์, “ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนหมู่บ้านวัดเขา ตำบลโคกกกลอย อำเภอดงเจริญ จังหวัดพังงา”, รายงานการวิจัย, (วิทยาลัย ราชพฤกษ์, ๒๕๕๗).

๑) หน้าที่ใช้สอย (Function) ๒) ความงาม (Aesthetics) ๓) ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics) ๔) ความปลอดภัย (Safety) ๕) โครงสร้าง (Construction) ๖) ราคา (Cost) ๗) วัสดุ (Materials) ๘) กรรมวิธีการผลิต (Production) ๙) การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of maintenance) ๑๐) การขนส่ง (Transportation) ซึ่งทั้งหมดนี้รวมอยู่ในกระบวนการออกแบบที่มีระบบ และกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน แม้จะมีการเพิ่มความสำคัญในศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งเป็นแนวคิดหลัก จนเกิดเป็นทฤษฎีและแนวคิดเฉพาะทางขึ้นที่มีความหลากหลาย แยกเฉพาะเป็นหลายแนวคิด เช่น แนวความคิดในการออกแบบสินค้าที่คำนึงถึงการขนส่ง (Design for transport & flat design) แนวความคิดในการออกแบบด้วยหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Eco-Design) แนวคิดเพื่อผู้พิการและเพื่อส่วนรวม (Design for Disable & Universal Design) แนวความคิดการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม (Industrial-Craft) แต่ความเรียบง่ายและวัตถุประสงค์หลักของการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ยังคงเป็นสิ่งที่พื้นฐานที่สุดที่จะถูกนำมากล่าวและนำไปปรับใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน^{๔๘}

สมจินตนา จิรายุกุล ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดี และการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ บุคคลภายนอกยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนมากนัก ขาดสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ขาดช่องทางการตลาดใหม่ๆ และช่องทางการวางขายสินค้าในโอกาสต่างๆ จากปัญหาเศรษฐกิจโดยภาพรวมไม่ค่อยดี ทำให้ผู้คนซื้อสินค้าน้อยลง คนจะบริโภคสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันมากกว่า ประกอบกับการสนับสนุนจากภาครัฐยังมีน้อยและขาดความต่อเนื่อง และสถานที่ตั้งของกลุ่มก็ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินการทางเศรษฐกิจ การพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์ มีการสื่อสารเรื่องราวลงบนบรรจุภัณฑ์ และมีตราสัญลักษณ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ และสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า สร้างมูลค่าของสินค้า และยอดขายที่สูงขึ้น^{๔๙}

สมยศ วัฒนากมลชัย ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีทัศนคติและความคิดเห็นที่แตกต่างกันทั้งผู้ให้สัมภาษณ์ที่มาจากภูมิลำเนาเดียวกันและแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวมีความจำเป็นกับจังหวัดของตน เพราะนำรายได้มาสู่คนในท้องถิ่น แต่ละจังหวัดมีความพร้อมที่แตกต่างกันในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยจังหวัดอยุธยามีความพร้อมมากที่สุดเพราะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ เมื่อเทียบกับอีก ๒ จังหวัด จังหวัดปทุมธานีและนนทบุรี ภาพลักษณ์ที่ไม่แตกต่างกันในมุมมองของผู้ให้ข้อมูล โดยเห็นภาพความเป็นชุมชนคนมอญที่มีวิถีชีวิต

^{๔๘} ฐปนัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานุวัฒน์ และจริยา แผลงนอก, “หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์”, **มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**, ปีที่ ๒๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๓) : หน้า ๑๖๑.

^{๔๙} สมจินตนา จิรายุกุล, “การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”, **รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี**, ๒๕๕๘, หน้า ๑๕๕-๑๕๗.

และประเพณีที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ แต่แยกความแตกต่างของชาวมอญของแต่ละจังหวัดไม่ได้ จึงทำให้ไม่มีจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ จังหวัดนนทบุรีได้เปรียบจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากมีเกาะเกร็ดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนทั่วไปรู้จัก นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลมีความเป็นห่วงเรื่องการอนุรักษ์ สืบสานประเพณีและวัฒนธรรมต่างๆ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนเป็นจำนวนมากเกรงว่าจะถูกกลืนและกลายเป็นการดำเนินการเชิงพาณิชย์มากเกินไป อย่างไรก็ตามรายได้จากการท่องเที่ยวยังไม่เดินทางไปในส่วนต่างๆ ของจังหวัดถึงแม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ในอำเภอต่างๆ ก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า ผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดมีความตั้งใจ และพยายามวางนโยบายในการบริหารจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด แต่ยังไม่เกิดผลเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นผลมาจากหลายปัจจัย เช่น การขาดการต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์จังหวัด การขาดการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการประสานงานกับภาคเอกชน ปัญหาใหญ่อีกประการ คือ การบริหารจัดการเรื่องน้ำ ซึ่งสร้างผลกระทบให้แหล่งท่องเที่ยว^{๕๐}

สุรธานี บุรีคำพันธุ์ ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้ายกดอก เพื่อการอนุรักษ์และส่งเสริมอาชีพของชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ตำบลเวียงยอง จังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ผลิตฝ้ายกดอกที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม สะดวกสบายในการใช้งาน และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี แต่มีข้อเสนอแนะว่าหากใช้วัสดุผสมที่หลากหลายจะทำให้สามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากฝ้ายกดอกปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ระยะเวลาในการผลิตฝ้ายกดอก จะต้องใช้เวลาและความสามารถมากในการผลิต อาจเกิดปัญหาในอนาคตหากผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับและต้องผลิตเป็นจำนวนมาก จากการดำเนินงานในระหว่างการสำรวจพื้นที่ในการทำวิจัยและการออกแบบนั้นได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากชุมชน เนื่องด้วยการวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาอาชีพชุมชนอย่างแท้จริง แต่ในระก่วงการวิจัยยังต้องประสบปัญหา คือ การประสานงานระหว่างภาครัฐกับกลุ่มชาวบ้าน ยังต้องได้รับการแก้ไข เนื่องด้วยการสนับสนุนในกลุ่มอาชีพนี้ได้รับการสนับสนุนน้อย นำเสียดายที่อาชีพที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นับวันจะหายากและต้องได้รับการอนุรักษ์และพัฒนาโดยปัจจุบันทันด่วนหากมีการสนับสนุนและส่งเสริมอาชีพในชุมชนให้มากกว่าที่เป็นอยู่ จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถยืนอยู่ได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งมีวิถีชีวิตที่พอเพียง^{๕๑}

สุวัชร ศรีทองแสง ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษาบ้านปากน้ำ ตำบลกุดลาน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า หากชุมชนบ้านปากน้ำต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกภายในชุมชน ออกสู่สายตาของนักท่องเที่ยว นอกจากที่จะศึกษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้มากขึ้น ศึกษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศึกษาคุณค่าของงานศิลปะและความงามควบคู่ไปด้วยแล้วนั้น หาก

^{๕๐} สมยศ วัฒนากมลชัย, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น”, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๖, หน้า ๘๔-๘๕.

^{๕๑} สุรธานี บุรีคำพันธุ์, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้ายกดอก เพื่อการอนุรักษ์และส่งเสริมอาชีพของชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ตำบลเวียงยอง จังหวัดลำพูน”, รายงานการวิจัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๕๖, หน้า ๗๑.

ชุมชนต้องการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้าของที่ระลึกนั้นชุมชนก็ควรที่จะพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบัน ซึ่งจะต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง รวมถึงการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย นอกจากนี้ในการพัฒนาสินค้าใหม่ชุมชนควรออกแบบสินค้าที่มีคุณค่าทางใจมากกว่าเพื่อการบริโภค โดยผลิตภัณฑ์ควรมีรูปร่างสีสันสวยงาม มีความปลอดภัย มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก มีความแปลกใหม่ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่น และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว^{๕๒}

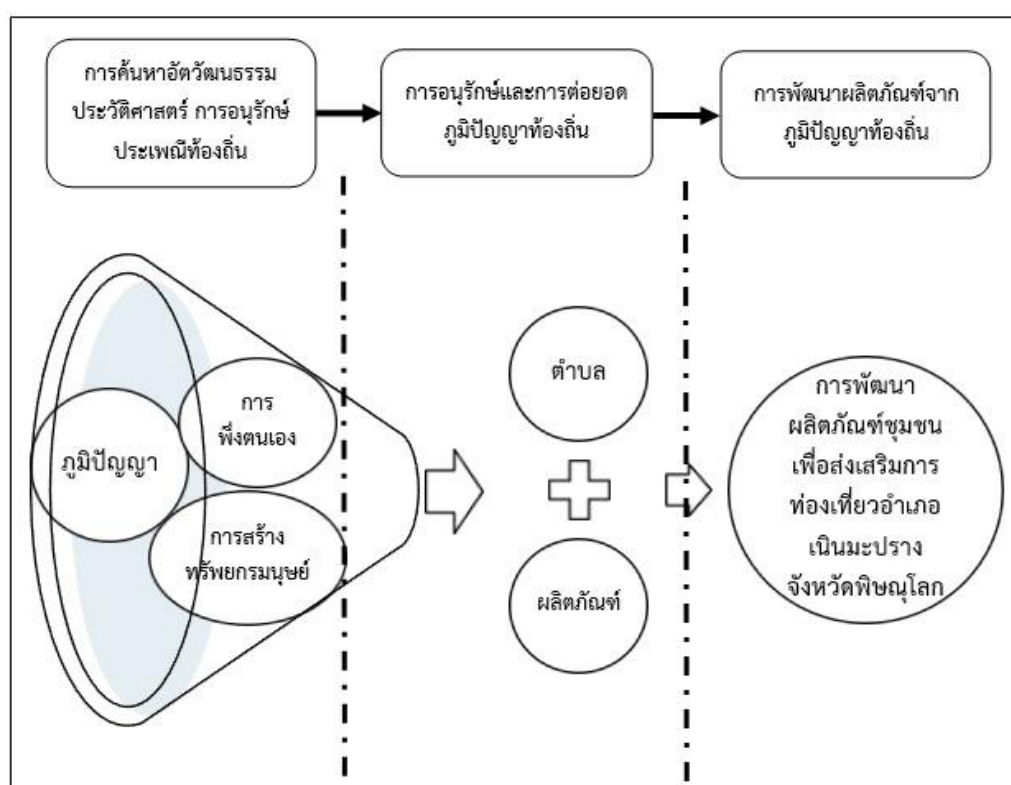
อมรรัตน์ บุญสว่าง ได้วิจัยเรื่อง การผลิตเส้นใยปอเทืองเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่แดง อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเส้นใยปอเทือง ประกอบด้วย ๑) เครื่องแต่งกาย ได้แก่ หมวก กระเป๋า เข็มกลัด ๒) ของตกแต่งบ้าน ได้แก่ ที่รองจาน ที่รองแก้ว ที่ใส่ช้อนส้อม ๓) บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ถุงใส่ผลิตภัณฑ์ของฝากในชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ได้มาจากการระดมความคิดเห็นร่วมกับชาวบ้านซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิต และพิจารณาให้สอดคล้องกับทักษะพื้นฐานที่กลุ่มชาวบ้านมี ได้แก่ การจักสาน การถัก การตัดเย็บ แต่ในส่วนของการทอผ้านั้นผู้วิจัยอาศัยทักษะการทอผ้าของชาวบ้านในตำบลเกาะยอ ซึ่งมีความชำนาญในการทอผ้า ก่อนจะนำมาให้ชาวบ้านไร่แดงตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ การพัฒนาส่วนประกอบอื่นๆ เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาตลาดที่เหมาะสม และสร้างสมดุล ด้าน วัตถุดิบ คุณภาพ และราคา เช่น การศึกษาวัสดุอื่นในชุมชนที่สามารถนำมาใช้ประกอบร่วมกันในชิ้นงาน เพื่อลดปริมาณการใช้ปอเทือง และเพิ่มความแข็งแรงให้กับชิ้นงานได้ เช่น ในพื้นที่วิจัยนี้มีการปลูกต้นตาลโตนดในปริมาณมาก เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ทำนา จึงมีต้นตาลปลูกไว้ในพื้นที่รอบๆ ทุ่งนา ยังมีการทำน้ำตาลแว่น น้ำตาลโตนดออกจำหน่ายเป็นรายได้หลัก ตาลโตนดจึงเป็นวัสดุที่น่าสนใจในการนำมาใช้ประกอบกันเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะใบตาลซึ่งสามารถนำมาทำเส้นใยและแปรรูปด้วยการถัก การทอ ได้ด้วยเช่นกัน นี่จึงเป็นอีกแนวทางเลือกเพื่อสร้างสมดุลด้าน วัตถุดิบ คุณภาพ และราคาได้^{๕๓}

^{๕๒} สุวภัทร ศรีทองแสง, “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษากันปอกน้ำ ตำบลกุดลาน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี”, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ๒๕๕๘, หน้า ๙๔.

^{๕๓} ออมรรัตน์ บุญสว่าง, “การผลิตเส้นใยปอเทืองเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่แดง อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา”, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ๒๕๖๐, หน้า ๑๐๒-๑๐๓.

๒.๑๑ กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับแผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ภายใต้กรอบแนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”(One Tambon One Product) เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม ดังนี้



แผนภาพที่ ๒.๒ กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก” มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการคือ ๑) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒) เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และ ๓) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

๓.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงพัฒนาและประยุกต์ (Development) เป็นการวิจัยแบบผสมผสานในเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิทยาวิจัยการแบบผสมผสาน ดังนี้

๓.๑ การศึกษาในเชิงเอกสาร (Document Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาชาติพันธุ์วรรณนา จดหมายเหตุ หนังสือ รายงานการวิจัย ภาพถ่ายและเอกสารแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นแนวคิด หลักการและความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ ดังนี้

๓.๑.๑ ศึกษา ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ชาติพันธุ์วรรณนา จดหมายเหตุ หนังสือ รายงานการวิจัย

๓.๑.๒ ทำการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดการดำเนินกิจกรรม OTOP นวัตกรรม ของกรมพัฒนาชุมชน

๓.๑.๓ สรุปผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ รูปแบบความเป็นมาเพื่อนำสู่ข้อมูลชุดความรู้

๓.๒ การศึกษาในภาคสนามเชิงคุณภาพและปฏิบัติ (Field Study Qualitative Research/Action Research) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ในพื้นที่ ๗ ตำบล ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

๓.๒.๑ ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประชุมกลุ่มย่อย ประกอบด้วย ผู้แทนเครือข่ายที่เข้าร่วมเป็นแกนนำในการสืบค้นประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภอ

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน และภาคประชาชน ได้แก่ กลุ่มองค์กร ปราชญ์ชุมชนและเครือข่ายเอกชน จำนวน ๒๔ คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

๓.๒.๒ ดำเนินการศึกษาเชิงปฏิบัติ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เฉพาะเขตการปกครอง เขตตำบลชมพู ซึ่งปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่น่าสนใจและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เช่น ผ้ามัดหมี่ การทอเสื่อ การทำไม้กวาดจากทางมะพร้าว เป็นต้น

๓.๒.๓ ดำเนินการศึกษาวเคราะห์ตามแนวคิด รูปแบบ การจัดการ กระบวนการเกี่ยวกับการจัดทำชุดความรู้ สื่อเทคโนโลยี แผนที่การท่องเที่ยวตามโครงการนวัตวิถีของดีอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษาวิจัย

๓.๓.๔ สรุปและนำเสนอผลการศึกษาทั้งหมดที่ได้มาจากในเชิงเอกสาร การวิจัยแบบเชิงพัฒนาและประยุกต์ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ

๓.๒.๕ วิเคราะห์รูปแบบแนวทางการพัฒนาที่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง ในระดับต่างๆ ได้

๓.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๒.๑ สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาลักษณะชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากองค์กรต่างๆ อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน และภาคประชาชน ได้แก่ กลุ่มองค์กร ปราชญ์ชุมชนและเครือข่ายเอกชน จำนวน ๒๔ คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงตามความสำคัญของการศึกษาวิจัย ดังนี้

๓.๒.๑.๑ นายพิษณุชัย ทรงพุดิ ผู้ก่อตั้งเครือข่ายกลุ่มคนรักเนินมะปราง ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๒ นายธงชัย ปัญญาคำ ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ชัยเจริญ ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๓ นางนิธิญา บุญสว่าง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนามุง (หัวเขา) ตำบลนามุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๔ นางสุภัทร จักขุศรี ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังขอนเหนือ (น้ำถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๕ นายเนิน ทั้งทอง ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านวังขอนเหนือ (ถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๖ นางศิริขวัญ ทองเชื้อ ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านรักไทย (วิวแคมป์ขุนเขา) ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๗ นางสาวศศิธร ชมภูมี ผู้ประกอบการนำเที่ยวชุมชนบ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๘ นายสายทอง ทาสี ผู้ประกอบการนำเที่ยวชุมชนบ้านนานามู หมู่ ๕ ตำบลนามู อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๙ พระครูสุภัทรกิจวิบูลย์ (สุทิน) เจ้าคณะตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๐ นายทวี กมลรัตน์ ผู้ใหญ่บ้านใหม่ชัยเจริญ หมู่ ๔ ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๑ นายเรวัตร สุขอักษร ผู้ใหญ่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๒ นายประสิทธิ์ หมั่นพหล กรรมการหมู่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๓ นางปณิตดา นาประจักษ์ ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสาน หมู่ ๕ บ้านเนินดิน ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๔ นางพันธ์ทอง หมั่นพหล ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่ บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๕ นางอรุณี ดีเยี่ยม ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบ้านน้อยชุ่มชื้นเหล็ก อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๖ นางสาวกชกร พุทธคุณ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๗ นายอธิปวัฒน์ ฉัตรกมลธรรม นักพัฒนาฯ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก (ผู้ประสานงานพื้นที่อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก)

๓.๒.๑.๑๘ นายศุภกิจ ชันทอง นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๑๙ นายภูริน กสิณฤกษ์ นักวิชาการวัฒนธรรมผู้ประสานงานประจำอำเภอนีนมะปราง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๒๐ นางปณณกร รุ่งอินทร์ นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ สาธารณสุขอำเภอนีนมะปราง

๓.๒.๑.๒๑ นายทวีศักดิ์ ล่อกา ปลัดอำเภอนีนมะปราง

๓.๒.๑.๒๒ ร้อยตรีแจ่ม มีบุญ รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๒๓ นายสุริยันต์ ชัยพันธ์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านนีนมะปราง ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๑.๒๔ นายสาทิติ วงษ์ตะวัน เจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้ำผาทำพล อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยสนทนากลุ่มเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้เทคนิคการประชุมแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ (Appreciation Influence Control) ระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย หรือ stakeholders ซึ่งผู้วิจัยจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และหาข้อสรุป จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง จากแนวทางการพัฒนาที่สังเคราะห์ขึ้นจากผลการวิจัย เพื่อศึกษารวบรวมข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ หาลักษณะร่วม (Common Character) และข้อสรุปร่วม (Common Conclusion) ตรวจสอบความเหมาะสมของกลยุทธ์ รูปแบบ และตรวจสอบความพร้อมของชุมชนในเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ที่ควรจะเป็นในปัจจุบัน โดยนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิรวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน ๑๐ ท่าน ดังนี้

๓.๒.๒.๑ พระครูอดุลธรรมสาร (บุญญิต) เจ้าคณะอำเภอเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๒ นางสาวปณณศิริ ถนอมมิตร หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๓ นางสุทธิรักษ์ อาจองค์ พัฒนาการอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๔ นางสาววิมล เกตุศรีบุรินทร์ ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๕ นายบุญชนะ คลองภูเขียว นายกองค์การบริหารส่วนตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๖ นางสาวธนกร น้อยพันธ์ ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีตำบลบ้านม่วง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๗ นายพงศกร พิพัฒน์เดชา ปลัดเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๘ นายวรชัย เทียงไธสง กำนันตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๙ นายมานพ สังข์เทศ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๘ บ้านเผ่าไทย ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๒.๒.๑๐ นายชัยวัฒน์ กะลินทอง ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑๑ บ้านร่มเกล้า ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการตามโครงการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ส่วนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลนั้นเน้นวิธีการแสวงหาความรู้ จากการตั้งประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่

๓.๓.๑ แบบสัมภาษณ์ (Inter View) โดยคณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) สำหรับโดยกำหนดตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากเอกสาร รายงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาที่สำคัญ เช่น แนวคิด รูปแบบแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ปัญหา และอุปสรรค แบบสัมภาษณ์มีประเด็นในการสัมภาษณ์ ดังนี้

๓.๓.๑.๑ ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

๓.๓.๑.๒ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

๓.๓.๑.๓ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

๓.๓.๑.๔ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการการส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

๓.๓.๑.๕ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

๓.๓.๑.๖ ปัญหาในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

๓.๓.๑.๗ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

๓.๓.๒ การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) โดยโดยมีนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน ๑๐ ท่าน โดยมีประเด็นสนทนา ดังนี้

๓.๓.๒.๑ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๓.๒.๒ ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๓.๒.๓ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๓.๒.๔ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๓.๒.๕ ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๓.๔.๑ การลงพื้นที่ในอำเภอเนินมะปราง โดยการนำของผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยลงพื้นที่ด้วยตนเอง

๓.๔.๒ การสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) สำหรับตัวแทนชุมชน/ หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๔.๓ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๔.๔ การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีประเด็นสนทนา เช่น แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ปัญหา อุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาทั้งในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และข้อมูลเชิงประจักษ์จากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย เป็นกระบวนการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามประเด็นหัวข้อดังนี้

๓.๕.๑ วิเคราะห์ข้อมูลสินค้าเกษตรที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๕.๒ วิเคราะห์ข้อมูลสินค้าเกษตรที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๕.๓ วิเคราะห์ข้อมูลสินค้า OTOP ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๕.๔ ศึกษาวิเคราะห์แนวทางส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓.๕.๕ ศึกษาวิเคราะห์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

๓.๕.๖ ศึกษาวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

๓.๕.๗ การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบภาพถ่ายและการพรรณนาความประกอบการบรรยายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้เห็นสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในระดับนโยบาย ชุมชน และองค์กร

บทที่ ๔ ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก” มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการคือ ๑) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒) เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และ ๓) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลกโดยมีเนื้อหา ดังนี้

๔.๑ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๔.๒ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๔.๓ ปัญหาในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๔.๔ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๔.๕ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๔.๖ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๔.๑ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การเกิดของภูมิปัญญา มีกระบวนการเรียนรู้และสืบทอด ถ่ายองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนแล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้ จนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด การเชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นและชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ภายใต้การสนับสนุนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านเทคนิคการผลิตที่เกี่ยวข้อง^๑ มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความโดดเด่น มีคุณภาพมาตรฐานพร้อมที่จะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ที่สำคัญผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก^๒ มีดังนี้

^๑ สัมภาษณ์, นายทวีศักดิ์ ล่อกา, ปลัดอำเภอเนินมะปราง, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๒ สัมภาษณ์, ร้อยตรีแจจ มีบุญ, รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๕.

ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด

พืชถือเป็นปัจจัยสำคัญในการหล่อเลี้ยงชีวิตให้กับคนไทยมาอย่างยาวนาน ซึ่งไม่ใช่แค่การบริโภคเท่านั้น แต่เมื่อปลูกในปริมาณมากขึ้นก็ย่อมสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรมากตามไปด้วย ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันมีพืชเศรษฐกิจที่ส่งเสริมอาชีพ ทำเงินให้กับคนในประเทศเป็นจำนวนมาก^๓ ทั้งนี้ไม่ใช่หมายถึงการส่งออกพืชเหล่านั้นแบบสดๆ เพียงอย่างเดียว แต่หลายชนิดยังถูกนำมาแปรรูปเพื่อสร้างประโยชน์และเม็ดเงินได้อีกมากมาย^๔

พืชเศรษฐกิจเหล่านี้ไม่ใช่แค่การบริโภคของคนเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการถูกนำไปเลี้ยงสัตว์และทำประโยชน์ในด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดด้วย นี่คือความโชคดีของอำเภอเนินมะปรางด้วยพื้นที่และสภาพอากาศเหมาะสมจึงสามารถปลูกพืชต่างๆ ได้หลากหลายชนิดในแบบที่หลายประเทศทำไม่ได้^๕ แหล่งรายได้หลักจึงมักมาจากประเทศพัฒนาแล้วแต่ขาดแคลนด้านการผลิตจึงต้องอาศัยการนำเข้านั่นเอง

มะม่วง กลุ่มมะม่วงคุณภาพบ้านวังน้ำบ่อ ซึ่งอยู่ในโครงการแปลงใหญ่มีภาครัฐให้การสนับสนุนโครงการยกระดับด้วยเกษตรสมัยใหม่ เพราะเป็นแหล่งผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้สีทองพรีเมียมที่ดีที่สุดของไทย^๖ มีคุณภาพมาตรฐานการส่งออกเป็นมะม่วงกลุ่มแปลงใหญ่ที่มีการรับรองโดยกรมวิชาการออกจืเอพีรับรองมาตรฐานการใช้สารเคมีอย่างปลอดภัย และไม่มีสารตกค้างอย่างแน่นอนผู้ผลิตปลอดภัยผู้บริโภคปลอดภัยที่สำคัญเก็บมะม่วงเน้นความแก่และความหวานเป็นหลัก^๗



ภาพที่ ๔.๑ มะม่วงน้ำดอกไม้

สมาชิก “กลุ่มมะม่วงคุณภาพวังน้ำบ่อ” มีทั้งหมด ๔๐ คน มีพื้นที่ปลูกกว่า ๖๐๐ ไร่ ปลูกมะม่วงทั้งแบบผลสุกและดิบ ไม่ว่าจะเป็นน้ำดอกไม้สีทอง ฟาลัน ร่องลงมา โชคอนันต์ เขียวเสวย รวมถึงมะม่วงสี อย่าง R2E2 ปลูกมะม่วงโดยปลูกน้ำดอกไม้สีทองประมาณ ๗๐ เปอร์เซ็นต์ของชนิดมะม่วงทั้งหมด^๘ ส่วนเรื่องความรู้ ทักษะ ทางกลุ่มได้รับความกรุณาจากหน่วยงานภาครัฐราชการเข้ามาฝึกฝนอบรม แนะนำกระบวนการปลูกมะม่วงส่งออกตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

^๓ สัมภาษณ์, นายสุริยันต์ ชัยพันธ์, ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเนินมะปราง ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๔ สัมภาษณ์, นายภูริน กสิณฤกษ์, นักวิชาการวัฒนธรรมผู้ประสานงานประจำอำเภอเนินมะปราง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก, ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๕ สัมภาษณ์, นายศุภกิจ ชันทอง, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๖ สัมภาษณ์, นางศิริขวัญ ทองเชื้อ, ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านรักไทย (วิวแคมป์ขุนเขา) ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๐ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๗ สัมภาษณ์, นายพิษณุชัย ทรงพุฒิ, ผู้ก่อตั้งเครือข่ายกลุ่มคนรักเนินมะปราง ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๘ สัมภาษณ์, นายอติปวัฒน์ ฉัตรกมลธรรม, ผู้ประสานงานพื้นที่อำเภอเนินมะปราง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๕.

มะยงชิด บ้านถาวรพัฒนา หมู่ ๑๑ ตำบลบ้านน้อยซุ้มขี้เหล็ก อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีเกษตรกรชาวสวนมะปรางมะยงชิดได้ปลูกจำนวนมาก ทำให้ในช่วงนี้ผลผลิตมะปราง และมะยงชิด ออกมาสู่ท้องตลาดจำนวนมาก และชาวสวนได้ทำการเก็บใส่ตะกร้าขายส่งให้กับพ่อค้าแม่ค้ามารับซื้อถึงที่ในราคากิโลกรัมละ ๔๐ บาท^๙



ภาพที่ ๔.๒ มะยงชิดเท่าไข่ไก่

ลูกขนาดใหญ่และลูกขนาดเล็กกิโลกรัมละ ๓๐ บาท แต่ขายส่งทางออนไลน์ใส่กล่องละ ๑๐ กิโลกรัมราคา ๕๐๐ บาท ก่อนที่จะทำบรรจุกล่องขายส่งหรือตะกร้าขายให้กับพ่อค้าแม่ค้าทางเกษตร โดยทางเจ้าของสวน ต้องทำการคัดแยกขนาดผลมะปรางและมะยงชิดไข่ออกลงในกล่องและตะกร้าส่วนผลมะปรางและมะยงชิดไข่ออกไม่ได้ขนาดมีตำหนิ เช่น ลูกเล็ก มีจุดดำๆ ผลแตกและสุกเกินไป^{๑๐}

สำหรับมะยงชิดสดที่นำมาอบแห้ง นั้น มะยงชิดสด ๑ กิโลกรัม นำมาแปรรูปเป็นมะยงชิดอบแห้งได้ถุงละ ๑ ซีด ขายในราคาถุงละ ๑๐๐ บาท หรือ กิโลกรัมละ ๑,๐๐๐ บาท ซึ่งทำให้ผลมะปราง หรือ มะยงชิด ที่ตกเกรดกลับมามีราคาเพิ่มขึ้น^{๑๑}

ทุเรียน เป็นทุเรียนพันธุ์ใหม่พิษณุโลก “หลงรักไทย” รสชาติดี ทุเรียนสายพันธุ์หลงรักไทย ของสวนหลงรักไทย ตำบลชมพู อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก^{๑๒} ยังถือว่าเป็นรายแรกและรายเดียวของจังหวัดพิษณุโลก ที่มีการเพาะปลูกจนสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตออกมาให้ประชาชนได้รับประทานกัน คาดว่า จะเป็นอีกจุดที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว จังหวัดพิษณุโลก เพื่อชมสวนทุเรียนและเลือกซื้อทุเรียนบริโภคกันอย่างคึกคัก

ทุเรียน "พันธุ์หลงรักไทย" มีเอกลักษณ์และจุดเด่นของทุเรียนพันธุ์หลงรักไทยนั่นก็คือ เนื้อทุเรียนจะมีลักษณะเนื้อละเอียดแน่น ไม่เลอะจนเกินไป สีเหลืองทอง รสชาติหวานและหอมกว่า อร่อยกว่าทุเรียนพันธุ์หลินลับแล หลงลับแล อาจเป็นเพราะบ้านรักไทยสภาพอากาศที่เย็น แร่ธาตุในดินดีทำให้เนื้อทุเรียนที่นี้อร่อยกว่าที่อื่น และขณะนี้กำลังเป็นต้องการของผู้บริโภคและพ่อค้าในจังหวัดใกล้เคียง ส่วนในเรื่องของราคาดูสวนนั้นจะอยู่ที่กิโลกรัมละ ๑๒๐-๑๘๐ บาท โดยราคาจะขึ้นอยู่กับเกรดของทุเรียน ขณะที่ราคาท้องตลาดช่วงออกใหม่ๆ แบบนี้จะสูงถึงกิโลกรัมละ ๓๐๐ บาท

^๙ สัมภาษณ์, นางอรุณี ดีเยี่ยม, ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบ้านน้อยซุ้มขี้เหล็ก อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๐} สัมภาษณ์, นายทวี กมลรัตน์, ผู้ใหญ่บ้านใหม่ชัยเจริญ หมู่ ๔ ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๑} สัมภาษณ์, นางสาวกชกร พุทธคุณ, นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๒} สัมภาษณ์, นายทวีศักดิ์ ล่อกา, ปลัดอำเภอนีนมะปราง, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

ข้าวกล้องหอมมะลิ ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนะปรัง จังหวัดพิจิตร ๑ กิโลกรัม ข้าวฤดูกาลใหม่จาก ชาวนา ปลูกลงเอง สีเอง ไม่มีสารกันมอด ๑๐๐% ข้าว กล้องหอมมะลิ ราคา กิโลกรัมละ ๗๐ บาท ข้าวขาวหอม มะลิ ราคา กิโลกรัมละ ๕๕ บาท^{๑๓}



ภาพที่ ๔.๓ ข้าวกล้องหอมมะลิ

ด้านการปศุสัตว์

เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในอำเภอนีนะปรัง จังหวัดพิจิตร มีจำนวน ๓,๓๖๕ ราย^{๑๔} ส่วนใหญ่จะ เลี้ยงไก่พื้นเมือง เพื่อการเป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบทที่มีราคาถูก เป็นรายได้เสริมได้เป็น อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่เกษตรกรหรือชาวบ้านเกิดความจำเป็นรีบด่วน เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย หรือค่า เล่าเรียนบุตร เป็นต้น^{๑๕}

ตารางที่ ๔.๑ แสดงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ อำเภอนีนะปรัง

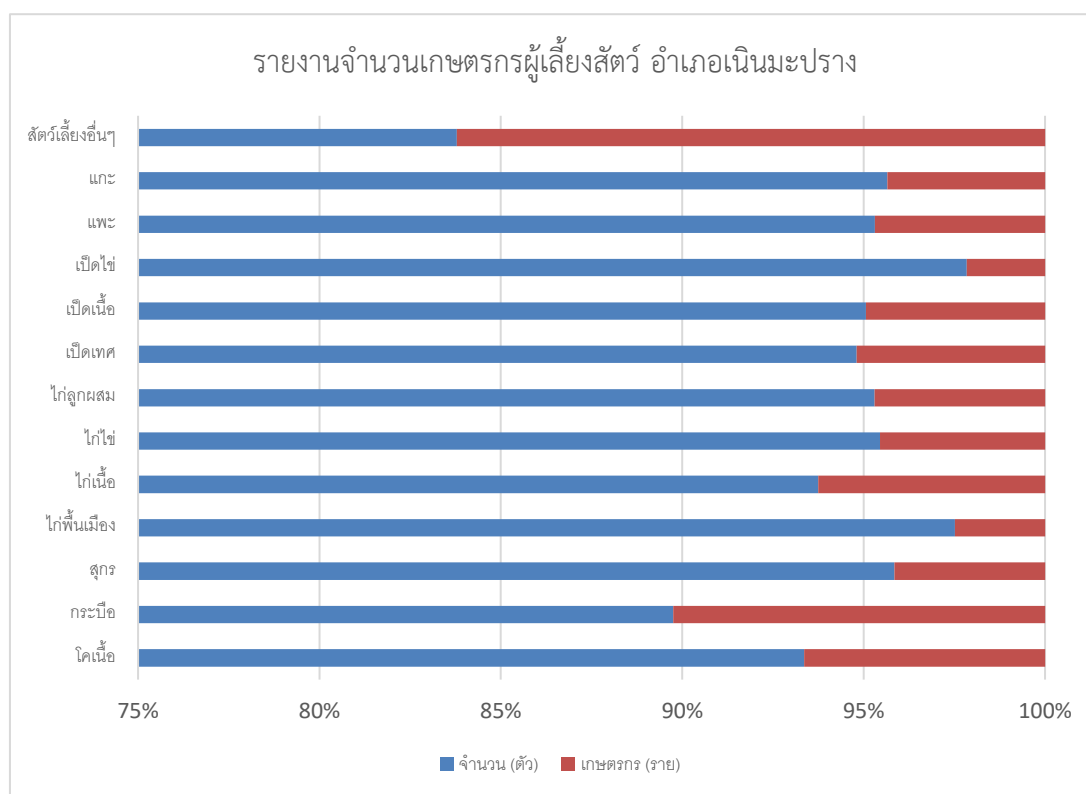
เลี้ยงสัตว์	จำนวน (ตัว)	เกษตรกร (ราย)
โคเนื้อ	๒,๐๑๑	๑๔๓
กระบือ	๑,๒๗๐	๑๔๕
สุกร	๓,๑๑๔	๑๓๕
ไก่พื้นเมือง	๙๕,๑๗๙	๒,๔๒๐
ไก่เนื้อ	๔๕	๓
ไก่ไข่	๔,๔๒๖	๒๑๑
ไก่อูผสม	๗๑๐	๓๕
เป็ดเทศ	๒,๘๑๓	๑๕๔
เป็ดเนื้อ	๒๓๑	๑๒
เป็ดไข่	๑,๙๐๑	๔๒
แพะ	๖๕๐	๓๒
แกะ	๖๖	๓
สัตว์เลี้ยงอื่นๆ	๑๕๕	๓๐
รวม	๑๑๒,๕๗๑	๓,๓๖๕

^{๑๓} สัมภาษณ์, นายเรวัตร สุขอักษร, ผู้ใหญ่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนะปรัง จังหวัด พิจิตร, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๔} สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิจิตร, จำนวนประชากรสัตว์สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิจิตร, ๒๕๖๔.

^{๑๕} สัมภาษณ์, นายศุภกิจ ชันทอง, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอนิน ะปรัง จังหวัดพิจิตร, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

จากตารางที่ ๔.๑ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ส่วนใหญ่เลี้ยงไก่พื้นเมือง จำนวน ๒,๔๒๐ ราย ๙๕,๑๗๙ ตัว รองลงมาเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ จำนวน ๒๑๑ ราย ๔,๔๒๖ ตัว มีเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกร จำนวน ๑๓๕ ราย ๓,๑๑๔ ตัว มีเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดเทศ จำนวน ๑๕๔ ราย จำนวน ๒,๘๑๓ ตัว และมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อ จำนวน ๓ ราย ๔๕ ตัว สามารถแสดงเป็นแผนภูมิแท่งได้ดังภาพที่ ๔.๑



แผนภูมิที่ ๔.๑ แสดงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ อำเภอเนินมะปราง

ด้านการประมง

การทำประมงน้ำจืด เป็นการจับ ดัก ล่อ หรือเก็บสัตว์น้ำที่ยังมีชีวิตอยู่ในแหล่งประมงน้ำจืด เช่น หนอง บึง แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลองธรรมชาติ ด้วยเครื่องมือทำการประมง เพื่อใช้บริโภคหรือขาย^{๑๖} โดยที่บ่อ ล่อสัตว์น้ำ คือ บ่อที่ขุดในที่สาธารณะหรือที่เอกชนในฤดูน้ำหลาก เพื่อให้สัตว์น้ำตามธรรมชาติเข้ามาอยู่ เมื่อ น้ำลดสัตว์น้ำนั้นจะถูกขังอยู่ในบ่อล่อๆ และเมื่อโตได้ระดับหนึ่งสัตว์น้ำนั้นจะถูกจับขึ้นมาเพื่อบริโภคหรือขาย การทำประมงในแหล่งน้ำจืดตามบริเวณที่ต่างๆ ^{๑๗} ในจังหวัดพิษณุโลกมีประชาชนในพื้นที่ขึ้นทะเบียนเป็น ชาวประมง ๓๗ ราย^{๑๘}

^{๑๖} สัมภาษณ์, นายศุภกิจ ชันทอง, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๗} สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรที่สำคัญของจังหวัด, <<https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-dwl-files-๔๓๑๒๙๑๗๙๑๐๙๘>>, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๘} สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก, จำนวนผู้ทะเบียนชาวประมง (ทบ.๓) จังหวัดพิษณุโลก, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๕.

ตารางที่ ๔.๒ แสดงแหล่งน้ำในอำเภอนีนมะปราง

อำเภอ	แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลองธรรมชาติ (สาย)	แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลอง ธรรมชาติที่ใช้ในฤดูแล้ว (สาย)	หนอง บึง (แห่ง)	หนอง บึงที่สามารถ ใช้ในฤดูแล้ง (แห่ง)
นีนมะปราง	๘๕	๑๘	๕	๑

ด้านงานฝีมือและด้านงานประดิษฐ์

งานประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุท้องถิ่น เป็นชิ้นงานที่จัดทำขึ้นสร้างขึ้น โดยวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ^{๑๙} ที่บรรพบุรุษของเรารู้จักประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ไม้สอยเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นสิ่งประดับตกแต่งตามบ้านเรือนให้มีความสวยงามน่าอยู่ เป็นของใช้ตามวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ของเล่นเด็ก ของกำนัล ของฝาก เป็นต้น^{๒๐} และในปัจจุบันการประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุในท้องถิ่น นอกจากเพื่อประโยชน์ใช้สอยของตกแต่งจากวัสดุในท้องถิ่น นอกจากเพื่อประโยชน์ใช้สอยของตนเองแล้ว ยังสร้างเป็นอาชีพได้อีกด้วย ดังนั้นการฝึกการประดิษฐ์ชิ้นงาน จะช่วยให้ได้เรียนรู้กระบวนการทำงานตามขั้นตอน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และได้ชิ้นงานมาใช้ประโยชน์ได้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานหวดบ้านเนินดิน หมู่ ๕ เป็นงานสานด้วยมือ โดยการนำไม้ไผ่ป่งมาเป็น วัตถุดิบหลักในการทำ เดิมเป็นเพียงการรวมกลุ่มของชาวบ้านในหมู่บ้านที่อยู่ใกล้เคียง ได้จัดทำกันมาเป็นรุ่นสู่รุ่น และเมื่อปี ๒๕๕๘ ได้รับทุนส่งเสริมจากเกษตร จึงได้ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานหวดบ้านเนินดิน หมู่ ๕ ตำบลนีนมะปราง มาจนถึงปัจจุบัน^{๒๑}



ภาพที่ ๔.๔ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานหวดบ้านเนินดิน

กลุ่มชุมชนใหม่ไทยเจริญ ตั้งอยู่หมู่ที่ ๔ ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง เป็นชุมชนที่รวมกลุ่มใช้เวลาว่างเว้นหลังจากกลับจากสวน ไร่ นา และเวลาหลังฤดูการเก็บเกี่ยว เพื่อผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ ไม้กวาดทางมะพร้าว และปุ๋ยจากมูลสัตว์ เดิมชาวบ้านในชุมชนก็มีฝีมือทางด้านจักสานซึ่งได้สืบทอดองค์ความรู้ี้จากบรรพบุรุษ จากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน^{๒๒}

^{๑๙} สัมภาษณ์, นางปนัดดา นาประจักษ์, ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสาน หมู่ ๕ บ้านเนินดิน ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๒๐} สัมภาษณ์, พระครูสุภัทรกิจวิบูลย์ (สุทิน), เจ้าคณะตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๒๑} สัมภาษณ์, นางปนัดดา นาประจักษ์, ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสาน หมู่ ๕ บ้านเนินดิน ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๒๒} สัมภาษณ์, นายธงชัย ปัญญาคำ, ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ชัยเจริญ ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๕ ร้านค้าของกลุ่มชุมชนใหม่ไทยเจริญ

ร้านค้าเล็กๆ ที่ตั้งหน้าบ้านประธานชุมชนใหม่ชัยเจริญ ต้องเดินทางซอยประมาณ ๓๐๐ เมตร เป็นร้านที่รับผลิตภัณฑ์จากชาวบ้านในชุมชน เดิมเคยตั้งร้านหน้าเทศบาลอำเภอเนินมะปราง ปัจจุบันย้ายเข้ามาตั้งในหมู่บ้าน เนื่องจาก อยากให้นักท่องเที่ยวเห็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน^{๒๓}

ซาลาเปาไส้มะม่วงจาก บ้านคลองซับรัง ตำบลไทรย้อย ซึ่งมะม่วงเป็นพืชเศรษฐกิจของประชาชนชาวอำเภอเนินมะปราง และปลูกกันเป็นจำนวนมาก หากมะม่วงเหลือจากการส่งขาย และสุกงอมเต็มที่ ทำได้อย่างดีก็แค่ส้มแผ่นหรือส้มลิ้ม แต่คราวนี้ได้้นำเนื้อมะม่วงสุกมาทวนปรุงรสให้ออกหวาน เพื่อใส่ไปเป็นไส้ในซาลาเปา^{๒๔}



ภาพที่ ๔.๖ ซาลาเปาไส้มะม่วง

ส่วนใหญ่จะใช้มะม่วงน้ำดอกไม้เพราะเวลาสุกงอมจะหวานฉ่ำมาก โดยกรรมวิธีก็ไม่ยาก ใช้แป้งสาลีที่มีส่วนผสมของน้ำใบเตย ทำให้มีสีเขียวและหอม นวดแป้งกับน้ำใบเตยหมาดๆ จากนั้นใช้ลูกกลิ้งมาแบนไล่ลม นำมาตัดแบ่งเป็นก้อนๆ ละ ๓๐ กรัม แล้วคลึงให้กลม ใส่ถาดบ่มทิ้งไว้ประมาณ ๑๕ นาที จากนั้นนำมาแบนราบอีกครั้งเพื่อใส่ไส้มะม่วงที่ทวนจนกลายเป็นสีน้ำตาลลงไป แล้วคลึงเป็นลูกกลมๆ แล้วนำไปวางบนกระดาษสีขาว เมื่อสุกพร้อมรับประทานแล้วก็นำมาใส่ในแพคเกจกล่องพลาสติกกลม ติดสติ๊กเกอร์ของกลุ่มแม่บ้าน บ้านคลองซับรัง ขายในราคาถุงละ ๑๐ บาท^{๒๕} และขณะนี้ได้ต่อยอดเพิ่มเมนูมาอีกอย่าง นั่นก็คือซาลาเปาไส้ทุเรียนหลงรักไทย ของดีเนินมะปรางอีกอย่างหนึ่ง และก็ได้รับการตอบรับจากผู้ซื้อไปรับประทาน ว่า อร่อยมาก สามารถติดต่อกลุ่มแม่บ้าน บ้านคลองซับรัง^{๒๖}

^{๒๓} สัมภาษณ์, นางนิธิญา บุญสว่าง, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาหมุง (หัวเขา) ตำบลนาหมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๒๔} สัมภาษณ์, นายเนิน ทั้งทอง, ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านวังขอนเหนือ (ถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๒๕} สัมภาษณ์, ร้อยตรีแจ่ม มีบุญ, รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๒๖} สัมภาษณ์, นายทวีศักดิ์ ล่อกา, ปลัดอำเภอเนินมะปราง, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ ของชุมชนบ้านผารังหมี่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เช่น กระเป๋าคัดผ้า กระเป๋าใส่ธนบัตร ปกสมุดจากผ้าขาวม้า กางเกงและเสื้อจากผ้าขาวม้า เป็นต้น



ภาพที่ ๔.๗ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ

ไซรัปมะปรางและไซรัปมะม่วง ของชุมชนบ้านผารังหมี่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก^{๒๗}



ภาพที่ ๔.๘ ไซรัปมะปรางและไซรัปมะม่วง



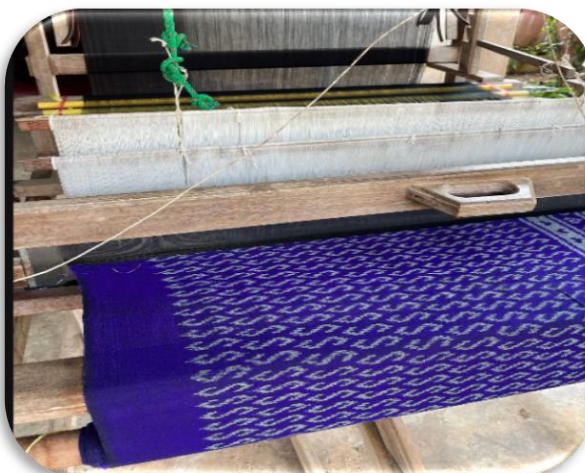
แชมพูสมุนไพร ของชุมชนบ้านผารังหมี่ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก^{๒๘}

ภาพที่ ๔.๙ แชมพูสมุนไพร

^{๒๗} สัมภาษณ์, นายสาทิติ วงษ์ตะวัน, เจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้ำผาท่าพล อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๐ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๒๘} สัมภาษณ์, นางปัทมกร รุ่งอินทร์, นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ สาธารณสุขอำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

กลุ่มผ้าทอ ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมีการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมของภาคอีสานมาอยู่ในการผลิตผ้าทอลายข้อมะปราง, ข้อมะม่วง เป็นต้น^{๒๙}



ภาพที่ ๔.๑๐ ผ้าทอ



ภาพที่ ๔.๑๑ เสื่อกก

เสื่อกก ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก^{๓๐} เป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่นำเอาต้นกกมาแปรรูปให้เป็นเส้น ย้อมสี แล้วสานทอให้เป็นแผ่นผืน เพื่อนำมาใช้ปูลาดรองนั่งหรือนอน หรือทำธุรกรรมต่างๆ ตลอดจนทำพิธีกรรมทางศาสนา

๔.๒ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการการส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดด นำพารายได้สู่ประเทศท้องถิ่นและชุมชนอย่างมากมาย ก็ยังส่งผลกระทบต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม^{๓๑} ซึ่งเกิดจากการแสวงหารายได้ของการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น ปัญหาขยะมูลฝอยที่เพิ่มมากขึ้น ตามจำนวนนักท่องเที่ยว ปัญหาความเสื่อมโทรมของ

^{๒๙} สัมภาษณ์, นางพันธ์ทอง หมื่นพหล, ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่ บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๓๐} สัมภาษณ์, นายประสิทธิ์ หมื่นพหล, กรรมการหมู่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๓๑} สัมภาษณ์, ร้อยตรีแจ่ม มีบุญ, รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๕.

แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น^{๓๒} โดยมีสาเหตุมาจากขาดการวางแผนที่ดี มาตรฐาน คุณภาพ รูปแบบที่เหมาะสม ขาดความรู้ความเข้าใจ การได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ได้แก่ ทั้งภาครัฐ เอกชนและชุมชน ในการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จะสร้างความเข้มแข็งและส่งผลให้การจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของตนเอง รวมถึงดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์ ควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อที่จะคงสภาพความสมบูรณ์ต่อไป ในการขับเคลื่อนของทุกภาครัฐ^{๓๓} โดยการใช้โครงการเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ดังนี้

โครงการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลก โดย ๑) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำนักงานพื้นที่พิเศษ ๔ (อพท.๔) (๒) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก (สททจ.พิษณุโลก) เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ^{๓๔}

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี มีเป้าหมายมุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ได้กำหนด วิสัยทัศน์การ ท่องเที่ยวไทย พ.ศ.๒๕๘๐ ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ ประชาชนทุกภาคส่วน อย่างยั่งยืน” ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงถือเป็นนโยบายสำคัญที่รัฐบาลมุ่งที่จะใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาให้การท่องเที่ยวสามารถกระจายรายได้ไปสู่เศรษฐกิจฐานราก ดังจะเห็นได้จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว นั้น ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม^{๓๕} ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนร่วมท้องถิ่น ในฐานะเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมบริหารจัดการ การท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมายความยั่งยืนอย่างแท้จริง โครงการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลก จึงเป็นหนึ่งในโครงการ เร่งด่วนในการพัฒนาศักยภาพชุมชน เป้าหมายให้สามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่มาตรฐานระดับสากล เพื่อให้ชุมชน ท้องถิ่นทั่วประเทศ สามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายได้ และการสร้างความหลากหลายของสินค้า และบริการการท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานได้

การดำเนินงาน :

- กิจกรรมที่ ๑ : ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบ
- กิจกรรมที่ ๒ : ส่งเสริมการใช้มาตรฐาน SHA (กลุ่มจังหวัด ภาคเหนือ)
- กิจกรรมที่ ๓ : จัดอบรมพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ (สททจ.พิษณุโลก)

ดำเนินการร่วมกับ อพท.๔)

- กิจกรรมที่ ๔ : ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเมืองไมซ์ซิตี้ (MICE CITY)

^{๓๒} สัมภาษณ์, นายเรวัตร สุขอักษร, ผู้ใหญ่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๓๓} สัมภาษณ์, นายอธิวัฒน์ ฉัตรกมลธรรม, ผู้ประสานงานพื้นที่อำเภอเนินมะปราง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๓๔} สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, แผนการขับเคลื่อนจังหวัดพิษณุโลกสู่เมืองท่องเที่ยวสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๖๖.

^{๓๕} สัมภาษณ์, นางปัทมกร รุ่งอินทร์, นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ สาธารณสุขอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้นแบบ โดย (๑) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำนักงานพื้นที่พิเศษ ๔ (อพท.๔) (๒) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พิษณุโลก (สทกจังหวัดพล) เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี มีเป้าหมายมุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ได้กำหนด วิสัยทัศน์การ ท่องเที่ยวไทย พ.ศ.๒๕๘๐ ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็น ไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ ประชาชนทุกภาคส่วน อย่างยั่งยืน” ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึง ถือเป็นนโยบายสำคัญที่รัฐบาลมุ่งที่จะใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการ พัฒนาให้การท่องเที่ยวสามารถกระจายรายได้ไปสู่เศรษฐกิจฐานราก ดังจะเห็นได้จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวนั้น ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนร่วมท้องถิ่น ในฐานะเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมบริหารจัดการ การท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมายความยั่งยืนอย่างแท้จริง โครงการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวมรดกโลก จึงเป็นหนึ่งในโครงการ เร่งด่วนในการพัฒนาศักยภาพชุมชน เป้าหมายให้สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสู่มาตรฐานระดับสากล เพื่อให้ชุมชน ท้องถิ่นทั่วประเทศ สามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะนำไปสู่การกระจายได้ และ การสร้างความหลากหลายของสินค้า และบริการการท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานได้^{๓๖}

การดำเนินงาน :

- กิจกรรมที่ ๑ : พัฒนาระดับและส่งเสริมความเข้มแข็งของ ชุมชนท่องเที่ยวในเขตมรดกโลก/ สร้างการตระหนักรู้ของชุมชนตาม แผนชุมชนท่องเที่ยวให้ได้เกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน ๓๐ แห่ง (สทกจังหวัดพล ดำเนินการร่วมกับ อพท.๔)

- กิจกรรมที่ ๒ : พัฒนาศักยภาพและมาตรฐานของบุคลากร ท่องเที่ยว จำนวน ๓๐ แห่ง (สทกจังหวัดพล ดำเนินการร่วมกับ อพท.๔)

- กิจกรรมที่ ๓ : จัดกิจกรรมฟื้นฟูสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่น จำนวน ๓๐ แห่ง

- กิจกรรมที่ ๔ : ส่งเสริมให้ชุมชนจัดการปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมของ ตนเอง จำนวน ๓๐ แห่ง

- กิจกรรมที่ ๕ : จัดระบบความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวในชุมชน ท่องเที่ยว จำนวน ๓๐ แห่ง

- กิจกรรมที่ ๖ : เพิ่มมูลค่าให้กิจกรรมท่องเที่ยวให้เกิดการมีส่วนร่วม ร่วมสร้างประสบการณ์ (Experiential design) จำนวน ๓๐ แห่ง (สทกจังหวัดพล ดำเนินการร่วมกับ อพท.๔)

- กิจกรรมที่ ๗ : เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ มรดกโลก ภายนอกพื้นที่มรดกโลก รวมทั้งเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด ภาคหรือระหว่างประเทศ จำนวน ๔ เส้นทาง

- กิจกรรมที่ ๘ : จัดทำช่องทางการขายผ่านสื่อเฉพาะกลุ่มใน รูปแบบที่หลากหลาย จำนวน ๓๐ แห่ง ๖ ที่ ประเด็น/ข้อเสนอ แนวทางการขับเคลื่อน/แผนงานโครงการ (ให้ระบุตามหัวข้อดังนี้) หน่วยงานเจ้าภาพรับผิดชอบ

- กิจกรรมที่ ๙ : ขยายช่องทาง Online ในสื่อหลักทั้ง Social Media และ Online Platform จำนวน ๓๐ แห่ง (สทกจังหวัดพล ดำเนินการร่วมกับ อพท.๔)

- กิจกรรมที่ ๑๐ : จัดงานหรือเข้าร่วมงานในตลาดสำคัญกับการ ท่องเที่ยวหลักในจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภาคและประเทศ จำนวน ๔ ครั้ง

^{๓๖} สัมภาษณ์, นายอภิวัดน์ ฉัตรกมลธรรม, ผู้ประสานงานพื้นที่อำเภอเนินมะปราง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๕.

- กิจกรรมที่ ๑๑ : จัดงานหรือส่งเสริมตลาดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวันธรรมดามากขึ้น จำนวน ๔ ครั้ง (สททจังหวัดพล ดำเนินการร่วมกับ อพท.๔)

- กิจกรรมที่ ๑๒ : จัดกิจกรรมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเมืองมรดกโลกและเมืองสร้างสรรค์ทั้งในหรือต่างประเทศ จำนวน ๔ ครั้ง (สททจังหวัดพล ดำเนินการร่วมกับ อพท.๔)

โครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐาน แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดพิษณุโลก โดย สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดพิษณุโลก เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ^{๓๗}

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) ได้ถูกนิยาม จากองค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ว่าเป็น “การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์ จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทาง วัฒนธรรม หรือ คุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่งความ เชื่อมโยงกับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ และเป็นผู้รังสรรค์ วัฒนธรรมที่มี ชีวิตนั้น” จากคำนิยามดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการ ท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศิลปะ หัตถกรรม วัฒนธรรม ประเพณี มรดกทางภูมิปัญญาและวิถีชีวิต ของคนในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานทรัพยากรในท้องถิ่น ทำให้เกิดการถ่ายทอดและ สานต่อมรดกทางภูมิปัญญา นำไปสู่ การคงไว้ซึ่ง อัตลักษณ์ของชุมชนและคุณค่าของทรัพย์สินทางภูมิปัญญา ที่มีอยู่ดั้งเดิม ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยว อีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถพัฒนาการ ท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกให้มี ความน่าสนใจ มีเรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ สร้างประสบการณ์ทาง การท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ไปพร้อมกับ การรักษาและสืบต่อมรดกทางภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ท้องถิ่น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและ พัฒนาสินค้าและบริการ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม

การดำเนินงาน : อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์และ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ขั้นตอนการขอรับประเมิน มาตรฐานโฮมสเตย์ และจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็น แนวทางในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานชุมชน

โครงการพัฒนาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ^{๓๘}

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก ได้ดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ในปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ดำเนินการในหมู่บ้าน เป้าหมาย จำนวน ๗๒ หมู่บ้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน พัฒนาคุณภาพ ยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวเข้าสู่การพัฒนา (กลุ่ม D) ให้พร้อมขาย สร้างรายได้มากขึ้น เชื่อมโยงเส้นทางในการท่องเที่ยว ให้มีความพร้อม บนอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และเพื่อสร้างและ พัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์และนำมา ต่อยอดการบริหารจัดการชุมชนได้อย่างเหมาะสม การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมหนึ่งที่

^{๓๗} สัมภาษณ์, นางสาวศศิธร ชมภูมิ, ผู้ประกอบการนำเที่ยวชุมชนบ้านผาผึ้ง หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๓๘} สัมภาษณ์, นายศุภกิจ ชันทอง, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

มีความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเพื่อยกระดับเป็น ชุมชนท่องเที่ยวที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ ๑) เพื่อเพิ่มศักยภาพ ผู้ประกอบการชุมชน ให้มีความพร้อมใน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านทั้งในด้าน ผลิตภัณฑ์ OTOP สินค้าที่ระลึก อาหารพื้นถิ่น สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒) ยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ๔.๓ เป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ประเภท B จำนวน ๕ หมู่บ้าน ๗ ละ ๒ ผลิตภัณฑ์

โครงการจัดทำหนังสือประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดพิษณุโลก โดย องค์การบริหารส่วนจังหวัดพิษณุโลก เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ^{๓๙}

แนวทางการพัฒนา/ข้อเสนอการพัฒนา เพื่อเป็นการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด พิษณุโลก ตามการประสานความร่วมมือขอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวใน พื้นที่ จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ๑๐๒ แห่ง ของจังหวัดพิษณุโลก จึงจัดโครงการจัดทำหนังสือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดพิษณุโลก ให้เป็นที่รู้จักทั้งด้าน ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและ เอกลักษณ์สถานที่ ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน เส้นทางเดินทาง แผนที่ ปฏิทินการ ท่องเที่ยว จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงการมหกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดพิษณุโลก โดย สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดพิษณุโลก เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ^{๔๐}

รัฐบาลได้มีนโยบายที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มี เสถียรภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนา รักษา และยกระดับการท่องเที่ยว ไทย เพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนให้ประเทศไทยพัฒนาแล้ว บนพื้นฐาน ของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและกีฬา การจัดงานมหกรรมท่องเที่ยว โดยชุมชนจะเป็นการเปิดพื้นที่ให้ทุกคนได้เห็นถึงความเข้มแข็งของชุมชนที่ ร่วมกันบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ทั้งด้าน ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีอาหารพื้นถิ่น แหล่งท่องเที่ยว ชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวและวิถีชีวิตของชุมชนของจังหวัดพิษณุโลก อีกทั้งยังสามารถสร้างภาคีที่เข้มแข็งให้เกิดขึ้นในภาคของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของภาคการท่องเที่ยวของ จังหวัดพิษณุโลก รวมถึงส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจฐานให้เกิด ความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

กิจกรรม : จัดงานมหกรรมจัดจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ของดีของ ชุมชน และการแสดงสาธิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน วัฒนธรรม วิถีชีวิต และ ประเพณีของชุมชนทุกอำเภอในจังหวัดพิษณุโลก

โครงการเชฟชุมชนเพื่อยกระดับการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดพิษณุโลก โดย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ

การท่องเที่ยวผ่านเส้นทางอาหาร สืบทอดวัฒนธรรมอาหาร พื้นถิ่น เป็นการคัดเลือกอาหารพื้นถิ่นที่แสดงถึงเสน่ห์และ อัตลักษณ์ของชุมชน สร้างคุณค่าด้วยเรื่องเล่าของเมนูอาหาร (food storytelling) ผ่านการตลาดเรื่องราว (content marketing) ให้ นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ประกอบกับการปรับ

^{๓๙} สัมภาษณ์, นางสุภัทร จักขุศรี, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังขอนเหนือ (นีน้าถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๔๐} สัมภาษณ์, นายประสิทธิ์ หมื่นพหล, กรรมการหมู่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

มาตรฐานร้านอาหาร ให้ถูกต้องตามสุขลักษณะ เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวว่า เครือข่ายร้านอาหารภายในจังหวัดนั้นได้รับมาตรฐาน สามารถ ดำเนินการได้อย่างปลอดภัยภายใต้ความปกติใหม่ (New Normal) เป็นการเพิ่มศักยภาพการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้ เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจทางหนึ่ง

การดำเนินงาน :

- กิจกรรมที่ ๑ : อบรมชุมชนเป้าหมายให้มีความรู้และทักษะในการ พัฒนาและประกอบอาหารที่ถูกต้อง รวมถึงออกแบบและพัฒนา อาหารถิ่นให้ได้รับมาตรฐาน

- กิจกรรมที่ ๒ : ออกแบบแพ็คเกจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวิทยาการ อาหาร

- กิจกรรมที่ ๓ : จัดงานมหกรรมอาหารถิ่นจังหวัดพิษณุโลก โดย การจัดจำหน่ายอาหาร และ นิทรรศการ ภายใต้ ๔ เสาหลัก คือ การเกษตรต้นทางแห่งวัตถุดิบ เส้นทางเรื่องราวท้องถิ่น ศิลปะสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวและธุรกิจเชิงอาหาร สัมมนาเชิงปฏิบัติการด้าน อาหารสร้างสรรค์ โดยกลุ่มเชฟรุ่นใหม่ และประชุมแลกเปลี่ยน จา ก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารระดับประเทศ พร้อมร่วมลิ้มรส เมนูอาหาร เพื่อ สุขภาพ สดุดสร้างสรรค์ เรียนรู้ ด้วยการลงมือทำในตลาดวิชาว่าด้วย วิทยาการ ของอาหาร พบกับ ผู้ประกอบการ ศิลปิน ที่นำเสนองาน ศิลปะ ชมนิทรรศการ การแสดงศิลปวัฒนธรรม มาร่วมกันถ่ายทอด เรื่องราวของอาหาร ในทุกสายศิลป์ เปิดบาร์ เครื่องดื่ม Mixology ใน รูปแบบ มีเรื่องราว (Content bar)

- กิจกรรมที่ ๔ : เผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารถิ่นในสื่อต่าง ๆ

โครงการส่งเสริมการจัดงานเทศกาล รับลมหนาวเผาปลาผาวังหมี่ โดย ที่ทำการปกครอง อำเภอนิคมบ่งพร และชุมชนท่องเที่ยวบ้านผาวังหมี่ เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ^{๔๑}

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยวเข้ามาส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ หัตถกรรม วัฒนธรรม ประเพณี มรดกทางภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่นบนพื้นฐานทรัพยากรในท้องถิ่นทำให้เกิดการถ่ายทอด และสานต่อมรดกทางภูมิปัญญา นำไปสู่ การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของ ชุมชนและคุณค่าของทรัพยากรภูมิปัญญาที่มีอยู่ดั้งเดิม ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถ พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกให้มีความน่าสนใจ มีเรื่องราว อันเป็นเอกลักษณ์ สร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ไปพร้อมกับการรักษาและสืบต่อมรดกทางภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี(พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)^{๔๒} ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการส่งเสริม การท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญา ท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม

กิจกรรม : จัดงานเทศกาลรับลมหนาวเผาปลาผาวังหมี่

โครงการเทศกาลประกวดภาพถ่ายชุมชน ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดพิษณุโลก โดย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยวเข้ามาส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ หัตถกรรม วัฒนธรรม ประเพณี มรดกทางภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่นบนพื้นฐานทรัพยากรในท้องถิ่นทำให้เกิดการถ่ายทอด และสานต่อมรดกทางภูมิปัญญา นำไปสู่

^{๔๑} สัมภาษณ์, นายเรวัตร สุขอักษร, ผู้ใหญ่บ้านผาวังหมี่ หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๔๒} สัมภาษณ์, นายทวีศักดิ์ ล่อกา, ปลัดอำเภอนิคมบ่งพร, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของ ชุมชนและคุณค่าของทรัพยากรทางภูมิปัญญาที่มีอยู่ดั้งเดิม ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถ พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกให้มีความน่าสนใจ มีเรื่องราว อันเป็นเอกลักษณ์ สร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่น่า จดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ไปพร้อมกับการรักษาและสืบทอด มรดกทางภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น การจัด กิจกรรมประกวดภาพถ่ายจึงเป็นอีกช่องทางที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดพิษณุโลกให้เป็นที่รู้จัก มากยิ่งขึ้น กระตุ้นให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรม ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดพิษณุโลก

การดำเนินงาน :

- กิจกรรมที่ ๑ : จัดการประกวดภาพถ่ายชุมชนท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ในจังหวัดพิษณุโลก
- กิจกรรมที่ ๒ : จัดงานนิทรรศการแสดงผลภาพถ่ายและการบอกเล่า เรื่องราวของภาพถ่ายจากศิลปิน

ศิลปิน

- กิจกรรมที่ ๓ : ประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่าน ภาพถ่ายและเรื่องราว บนสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

โครงการมหกรรมอาหารและของที่ระลึก จังหวัดพิษณุโลก โดย งานส่งเสริมการท่องเที่ยวฝ่ายอำนวยการ สำนักปลัดเทศบาลนครพิษณุโลก เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ^{๔๓}

เทศบาลนครพิษณุโลก ได้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัด พิษณุโลกให้มากขึ้น ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าวจะเป็นการนำอาหาร พื้นบ้าน อาหารขึ้นชื่อและของที่ระลึกของจังหวัดมาออกจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกบริโภคอาหารที่ สะอาดและปลอดภัยและประทับใจในการมาเยือนจังหวัดพิษณุโลก ซึ่ง จะเป็นการกระจายรายได้มาสู่ท้องถิ่น และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ เทศบาลนครพิษณุโลกจึงได้จัดทำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว “ โครงการมหกรรมอาหารและของที่ระลึก จังหวัดพิษณุโลก ”

แนวทางการพัฒนา/ข้อเสนอการพัฒนา

๒.๑ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและเป็นกา ร กระจายรายได้ให้ผู้ประกอบการค้าภายในท้องถิ่น

๒.๒ เพื่อเป็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่น อาหาร พื้นบ้าน อาหารขึ้นชื่อเมืองพิษณุโลกรวมผลิตภัณฑ์ชุมชนและสินค้า ของที่ระลึกให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

๒.๓ เพื่อเป็นการกระตุ้นส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าภายในท้องถิ่นและ ภายในประเทศ และยกระดับคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานและ ถูกสุขลักษณะ และนักท่องเที่ยวได้บริโภคอาหารอย่างปลอดภัย

โครงการส่งเสริมสืบสานมรดกภูมิปัญญา เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดย หน่วยงานเจ้าภาพสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก เป็นหน่วยงานเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ

“การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) ได้ถูกนิยาม จากองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ว่าเป็น “การเดินทางที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์ จริงแท้ที่เกิดจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะ มรดกทาง วัฒนธรรม หรือ

^{๔๓} สัมภาษณ์, นายอภิวัดน์ ฉัตรภมรธรรม, ผู้ประสานงานพื้นที่อำเภอเนินมะปราง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, ๒๑ มีนาคม ๒๕๖๕.

คุณลักษณะพิเศษของพื้นที่นั้น และนำมาซึ่งความ เชื่อมโยงกับผู้คนซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ และเป็นผู้รังสรรค์ วัฒนธรรมที่มี ชีวิตนั้น” จากคำนิยามดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการ ท่องเที่ยวที่เปิดโอกาส ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาส่วนร่วมในการเรียนรู้ ศิลปะ หัตถกรรม วัฒนธรรม ประเพณี มรดกทางภูมิปัญญาและ วิถีชีวิต ของคนในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานทรัพยากรในท้องถิ่น ทำให้เกิดการถ่ายทอดและ สานต่อมรดกทางภูมิปัญญา นำไปสู่การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนและคุณค่าของทรัพยากรเส้นทางภูมิปัญญา ที่ มีอยู่ดั้งเดิม ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยว อีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถพัฒนาการ ท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลกให้มี ความน่าสนใจ มีเรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ สร้างประสบการณ์ทาง การ ท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน ไปพร้อมกับ การรักษาและสืบต่อมรดกทางภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ท้องถิ่น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี(พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐) ประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและ พัฒนาสินค้าและบริการ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรม

กิจกรรม :

- กิจกรรมที่ ๑ อบรมชุมชนเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้และเข้าใจใน การพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนของตนเอง ศึกษาดูงาน เชื่อมโยงพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวภายในตำบล
- กิจกรรมที่ ๒ ประชุมจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน
- กิจกรรมที่ ๓ อบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชน
- กิจกรรมที่ ๔ จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์/ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น กิจกรรม The Best Banana, กิจกรรม ท่องเที่ยวชุมชนโรงหล่อพระ และกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนหมาบาง แก้ว ฯลฯ
- กิจกรรมที่ ๕ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้ โฮมสเตย์ กิจกรรมการ ท่องเที่ยววิถีชุมชน และป้ายประชาสัมพันธ์ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แผนผังเส้นทางท่องเที่ยว

๔.๓ ปัญหาในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัด พิษณุโลก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งการที่มีชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพ จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปท้องถิ่น ในการแข่งขันทางธุรกิจขนาดเล็กของชุมชนที่ยังขาด ความเข้มแข็งในการต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและธุรกิจจากต่างประเทศ จึงทำให้ผู้ประกอบการ ต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่รุนแรง โดยที่ประเทศควรให้ความสำคัญกับชุมชน ซึ่งเป็นฐานรากของธุรกิจ ใน ประเทศของตน การเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ เพื่อจะสามารถสร้างเอกลักษณ์ของตนเองและขยายโอกาส ทาง การตลาดมากยิ่งขึ้น^{๔๔} จึงต้องหันกลับมามองถึงปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ท้องตลาด ดังนี้

๑. ปัญหาด้านการผลิต

๑.๑ ขาดวัตถุดิบ

๑.๒ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย

^{๔๔} สัมภาษณ์, นายประสิทธิ์ หมีนพหล, กรรมการหมู่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

- ๑.๓ ไม่มีทักษะในการผลิต
- ๑.๔ คุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่
- ๑.๕ ไม่สามารถผลิตได้ทันเมื่อมีการสั่งซื้อจำนวนมาก
- ๑.๖ ต้นทุนการผลิตสูง
- ๑.๗ ปัญหาด้านความรู้และเทคนิคการผลิตใหม่ๆ รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ เพื่อใช้ในการผลิต
๒. ปัญหาด้านการตลาดจะพบว่าสินค้า OTOP ไม่มีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
ไม่ได้รับรองมาตรฐาน ดังนี้
 - ๒.๑ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - ๒.๒ ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ขาดบรรจุภัณฑ์ที่ดีขาดการออกแบบ
 - ๒.๓ ขาดการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์
 - ๒.๔ ขาดเอกลักษณ์ของสินค้า สินค้าไม่มีตราสินค้า
 - ๒.๕ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีอยู่อย่างจำกัด
 - ๒.๖ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีต้นทุนสูง
 - ๒.๗ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี
 - ๒.๘ ไม่มีตลาดที่แน่นอนทั้งในและต่างประเทศ
 - ๒.๙ ไม่สามารถพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาด
 - ๒.๑๐ การสร้างนวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์ยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด
 - ๒.๑๑ ขาดความรู้เรื่องการตลาด ไม่มีแหล่งจำหน่ายของตนเอง
๓. ปัญหาขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ^{๔๕}
 - ๓.๑ ปัญหาด้านที่ดินที่ยังเป็นพื้นที่ ส.ป.ก.๔-๐๑^{๔๖} คือ
๔. ปัญหาด้านการเงิน
 - ๔.๑ เงินทุนหมุนเวียนไม่พอ
 - ๔.๒ ปัญหาด้านระบบบัญชี
๕. ปัญหาด้านการจัดการ ปัญหาด้านการจัดการ นอกจากปัญหาความ ไม่เอาใจจริงเอาใจในการพัฒนาของคนในกลุ่ม OTOP เอง ผู้ประกอบการยังขาดแนวคิดเชิงธุรกิจ
๖. ปัญหาด้านเทคโนโลยี

ชุมชนยังขาดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีหรือการใช้ความรู้ทาง เทคนิคที่ทันสมัยมาใช้ในการช่วยในการผลิต
๗. ปัญหาเครือข่ายวิสาหกิจ ขาดการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเครือข่ายในการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม เพื่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน เพื่อความร่วมมือในการวิจัยการตลาด การฝึกอบรมแบ่งปัน ทักษะและประสบการณ์และเข้าสู่ตลาดเป้าหมายได้ ครอบคลุมมากขึ้น ซึ่ง OTOP ในหลายแห่งยังไม่มีรูปแบบการ สร้างเครือข่ายที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม และบางแห่งเป็นการ สร้างเครือข่ายเพียงชั่วคราวยังไม่เป็นระบบ หรือมีความ สัมพันธ์กันในลักษณะแบบบังเอิญ ดังนี้

^{๔๕} สัมภาษณ์, นายเรวัตร สุขอักษร, ผู้ใหญ่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนะมะปราง จังหวัด พิษณุโลก, ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๔๖} พระราชบัญญัติการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม พ.ศ. ๒๕๑๘ และที่แก้ไขเพิ่มเติม, หมวด ๓ การดำเนินการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตร.

๗.๑ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน

๗.๒ ขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

๔.๔ การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญต่อผู้ผลิต เนื่องจากสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs จึงให้ความสำคัญในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นมีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด วัตถุประสงค์ของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มี ๒ ประการ คือ

๑. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี คัดกรองผลิตภัณฑ์ได้ประหยัด มีประสิทธิภาพในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภค ทั้งนี้ การออกแบบต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยเป็นส่วนใหญ่

๒. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ ได้แก่

๒.๑ มีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์

๒.๒ สร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และบริษัทผู้ผลิต

๒.๓ ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมาย และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์จึงเป็นกลวิธีทางการตลาดที่ทำให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มมากขึ้น โดยก่อนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้นออกแบบจะต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้^{๔๗}

๑. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่จะทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้นมีลักษณะทางกายภาพอย่างไร เช่น รูปทรง ความแข็งแรง น้ำหนัก ของแข็ง ของเหลว หมดอายุช้าหรือเร็ว

๒. กลุ่มเป้าหมาย ศึกษากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้นมีลักษณะนิสัยและความต้องการอย่างไร เพื่อนำไปสู่การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

๓. การขนส่ง บรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบและพัฒนานั้นมีความเหมาะสมกับการขนส่งด้วยวิธีใด เพื่อให้เกิดความสูญเสียระหว่างขนส่งน้อยที่สุด

๔. การใช้งาน บรรจุภัณฑ์ควรใช้งานสะดวก ไม่ซับซ้อน แต่ยังคงไว้ซึ่งมูลค่า และตอบสนองต่อการใช้งานได้อย่างเต็มที่

๕. ราคาต้นทุน เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะมีผลต่อการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ และราคาต้นทุนบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หรือไม่

^{๔๗} สุทธิศักดิ์ กลิ่นแก้วณรงค์, การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับสินค้า OTOP สู่อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์, เอกสารการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “การเพิ่มกลยุทธ์การตลาดแก่ผู้ประกอบการ OTOP และวิสาหกิจชุมชน”, (กรุงเทพมหานคร : สำนักเทคโนโลยีชุมชน กรมวิทยาศาสตร์บริการ, ๒๕๕๙).

๖. ข้อกำหนดทางด้านกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับฉลากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องเป็นไปตามข้อบังคับ เช่น การแสดงข้อมูลสำหรับผู้แพ้อาหารตามประกาศสำนักคณะกรรมการอาหาร และยา

การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาศึกษาเพื่อกระตุ้นธุรกิจประกอบการ ยกฐานะฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้การผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ยกฐานะฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น มีจุดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในจังหวัดพิษณุโลก^{๔๘} ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลกเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง โดยการจัดกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก^{๔๙} เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชน กรณีศึกษา ๒ ชุมชน ดังนี้

๑. ชุมชนใหญ่ไทยเจริญ หมู่ ๔ บ้านกะบาก ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกชุมชนใหญ่ไทยเจริญเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากชุมชนใหม่ชัยเจริญพึ่งก่อตั้งกลุ่มเพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งยังไม่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อาศัยประธานชุมชนที่เสียสละตนเพื่อช่วยเหลือชาวบ้านให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นเพียงการรวมตัวกันของคนในชุมชน ๒๐ คน ตั้งร้านค้าเล็กจัดจำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาที่สืบทอดรุ่นสู่รุ่น จึงต้องการความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ผลิตภัณฑ์ของชุมชนใหม่ชัยเจริญ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนและเครือข่ายภายในท้องถิ่น อาทิเช่น เครื่องจักสานจากคนในชุมชน^{๕๐} ได้แก่ ตะกร้า หวดนึ่งข้าวเหนียว หมวกจักสาน ฐานสมุนไพรไล่ยุง กระบุงจักสานขนาดเล็ก กาบมะพร้าวสับ กระติบข้าว ไม้กวาดทางมะพร้าว ไม้กวาดดอกหญ้า ผักไฮโดรโปนิคส์ กระถางต้นไม้ แกลบดำ ปุยข้าวภาค ปุยเคมี

ช่องทางการจัดจำหน่าย มี ๓ ช่องทาง คือ

๑. เป็นร้านค้าเล็กๆ ในชุมชน ซึ่งตั้งอยู่บริเวณหน้าบ้านประธานชุมชนใหม่ชัยเจริญ
๒. ออกบูทตามงานตลาดนัดต่างๆ ในอำเภอเนินมะปราง และอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก โดยจัดสมาชิกผลิตเปลี่ยนเวรดูแลในการขายแต่ละงาน
๓. เปิดเพจขายสินค้าชุมชนทางออนไลน์ คือ เฟสบุ๊ก มีลูกสาวเป็นคนดูแล

^{๔๘} สัมภาษณ์, นายพิษณุชัย ทรงพุฒิ, ผู้ก่อตั้งเครือข่ายกลุ่มคนรักเนินมะปราง ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๔๙} สัมภาษณ์, นายธงชัย ปัญญาคำ, ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ชัยเจริญ ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๕๐} สัมภาษณ์, ร้อยตรีแจ่ม มีบุญ, รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๑๒ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนใหม่ชัยเจริญ

การดำเนินกิจกรรม

๑. ระดมความคิดของประชาชนในชุมชนเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน พบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของชุมชนขาดการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ขาดบรรจุภัณฑ์ที่ดีขาดการออกแบบ สินค้าไม่มีตราสินค้า

๒. ระดมความคิดของประชาชนในชุมชนเพื่อออกสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน พบว่า ชุมชนต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้า และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

๓. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน ผู้วิจัยทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์พร้อมทั้งตราสินค้า

๔. เพื่อหาต้นแบบผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ขายดีในร้านค้าชุมชน คือ ไม้กวาดดอกหญ้า หวดนึ่งข้าวเหนียว และหมวก ตามลำดับ

๕. เพื่อเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ไม้กวาดดอกหญ้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายดีเป็นอันดับหนึ่ง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกชุมชนใหม่ไทยเจริญ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยว ขาดการสนับสนุนด้านบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า โดยสร้างบรรจุภัณฑ์ให้กับชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าในชุมชน และออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ จะแสดงด้วยตัวอักษร สัญลักษณ์ ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งมีลักษณะที่โดดเด่น ชัดเจน เพราะตราสินค้าสื่อถึงสิ่งที่มีรูปลักษณ์ชัดเจน ลูกค้าหรือผู้บริโภค นักเที่ยวจะสามารถจดจำได้ง่าย และกลับมาซื้อสินค้าซ้ำได้อีก โดยผู้วิจัยได้เลือกชุมชนใหม่ไทยเจริญ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยว ขาดการสนับสนุนด้านบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า เป็นการพัฒนาทั้งระบบตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ ๑ กำหนดจุดมุ่งหมายการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นด้วยการตั้งจุดมุ่งหมาย

ขั้นตอนที่ ๒ การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นการตั้งกลยุทธ์หรือขั้นตอนพร้อมกรอบในการทำงานแต่ละขั้นตอน เพื่อบรรลุถึงจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการวางแผนพัฒนาจะเริ่มต้นจากขั้นตอนดังต่อไปนี้

๒.๑ การหาข้อมูลของสินค้าที่จะพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ข้อมูลทางเทคนิค ทางด้านการตลาด การจัดส่ง ค่าใช้จ่าย

๒.๒ ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ทั้งทางด้านเทคนิคและการใช้งาน

๒.๓ รายละเอียดของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

๒.๔ ข้อกำหนดบังคับตามกฎหมาย

๒.๕ รวบรวมรายละเอียดระบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่เหมาะสม

๒.๖ ประเมินงบประมาณที่ต้องใช้ในการพัฒนา

๒.๗ กำหนดมาตรการที่จะดำเนินการพัฒนาต่อหรือจะทิ้งโครงการพัฒนา

๒.๘ กำหนดมาตรการที่จะทำการทดสอบตลาดหรือทดสอบภายในสถานที่จำลอง

เมื่อทราบคุณลักษณะและมาตรการต่างๆ อย่างครบถ้วนแล้ว จะเริ่มเห็นแนวทางของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ

ขั้นตอนที่ ๓ ปฏิบัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นการพัฒนาเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูล และข้อมูลที่สำคัญที่สุด คือ ข้อมูลของสินค้า

๓.๑ สินค้า คุณสมบัติของสินค้าที่ต้องทราบเป็นอันดับแรก คือ คุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี

๓.๒ บรรจุภัณฑ์ การพัฒนามาถึงขั้นตอนนี้ เมื่อทราบคุณลักษณะของสินค้า ความต้องการทางด้านการตลาดที่จะสนองตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้ จะเริ่มเห็นแนวทางของบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้และเตรียมร่างต้นแบบขึ้นมาได้ ในขณะเดียวกัน บรรจุภัณฑ์ที่จะพัฒนานี้อาจมีความต้องการคุณสมบัติพิเศษหรืออาจมีข้อจำกัดอื่นๆ ที่พึงจะทราบ ยกตัวอย่างเช่น กฎหมายใหม่ที่จะออกบังคับ หรือข้อมูลทางด้านการตลาดที่เปลี่ยนข้อกำหนดของปริมาณที่บรรจุหรือขนาดของสินค้า นอกจากนี้ การขนย้ายในระยะใกล้ ย่อมต้องการระดับการป้องกันมากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ภายในประเทศ สภาพภูมิอากาศระหว่างการขนส่งและในคลังสินค้า ก็เป็นข้อมูลที่จำเป็นมากในการคัดเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งการจำลองสภาวะในการทดสอบของบรรจุภัณฑ์

๓.๓ เครื่องจักร สืบเนื่องต่อจากบรรจุภัณฑ์ที่ได้เลือกไว้แล้ว ขั้นตอนต่อไปจะเริ่มสรรหาเครื่องจักรบรรจุที่เหมาะสมกับการใช้งานซึ่งคล้ายคลึงกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เครื่องจักรที่สรรหามาพิจารณาควรจะมีประเภทต่างๆ กันเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่าย และต้นทุน รายละเอียดของการจัดหาเครื่องจักร พร้อมทั้งชนิดและประเภทของเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์

เมื่อได้ข้อมูลครบก็เริ่มทำต้นแบบและเริ่มสอบถามความเห็นเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมายจากต้นแบบร่างแบบบรรจุภัณฑ์หลายๆ แบบที่เตรียมขึ้นมา

ขั้นตอนที่ ๔ การประเมินรอบแรก จากร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์หลายแบบที่ได้พัฒนาขึ้นมา ขั้นตอนนี้จะทำการเปรียบเทียบและคัดบางแบบออก ใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อคัดออกนี้ คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายและต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ ตัวเลขของต้นทุนที่ได้มาจากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แหล่งต่างๆ ที่นำมาเปรียบเทียบนั้น เพื่อจะนำมาเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของราคาเมื่อเทียบกับอัตราประโยชน์อื่นๆ ของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

การประเมินรอบแรกจะจบลงเมื่อสามารถคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายด้วยค่าใช้จ่ายที่ประเมินและเป็นที่ยอมรับกันในทีมงานและสอดคล้องตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ ๕ การพัฒนาขั้นที่สอง การพัฒนาขั้นต่อมาเริ่มพิจารณารายละเอียดปลีกย่อยของบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกและบรรจุภัณฑ์ขนส่งของบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (primary packaging) ที่ได้รับการคัดเลือกไว้แล้ว เช่น จะมีการสั่งทำตัวอย่างและทำการทดสอบคุณสมบัติการใช้งานต่างๆ การทดสอบความสามารถเรียงซ้อนของกล่องลูกฟูก (corrugated box) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ ๖ การทดสอบการใช้งาน ในขั้นตอนนี้เป็นการทดสอบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใน บรรจุภัณฑ์ที่เลือกเอาไว้จะมีการทดสอบในช่องทางการจัดจำหน่าย การขนส่ง การเก็บในคลังสินค้า ความหลากหลายของการทดสอบจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ขอบเขตในการพัฒนาออกแบบ รวมทั้งงบประมาณของการพัฒนานั้น



ภาพที่ ๔.๑๓ การทดสอบการใช้งานบรรจุภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า



ขั้นตอนที่ ๗ การประเมินครั้งสุดท้าย เป็นการประเมินว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนี้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่และสมควรที่จะวางตลาดตามเวลาที่กำหนดไว้

ภาพที่ ๔.๑๔ ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า

ผู้วิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์จากความต้องการของสมาชิกกลุ่มชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญ พบว่าชุมชนต้องการบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายขณะขนส่ง บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์มี ๓ แบบ ดังนี้ (ดังภาพที่ ๔.๑๖)

แบบที่ ๑ บรรจุภัณฑ์จะคลุมด้านปลายไม้กวาดดอกหญ้าทั้งหมด ซึ่งใช้กับไม้กวาดดอกหญ้าที่มีขนาดกว้าง ๗๙.๕ เซนติเมตร ยาว ๔๙ เซนติเมตร

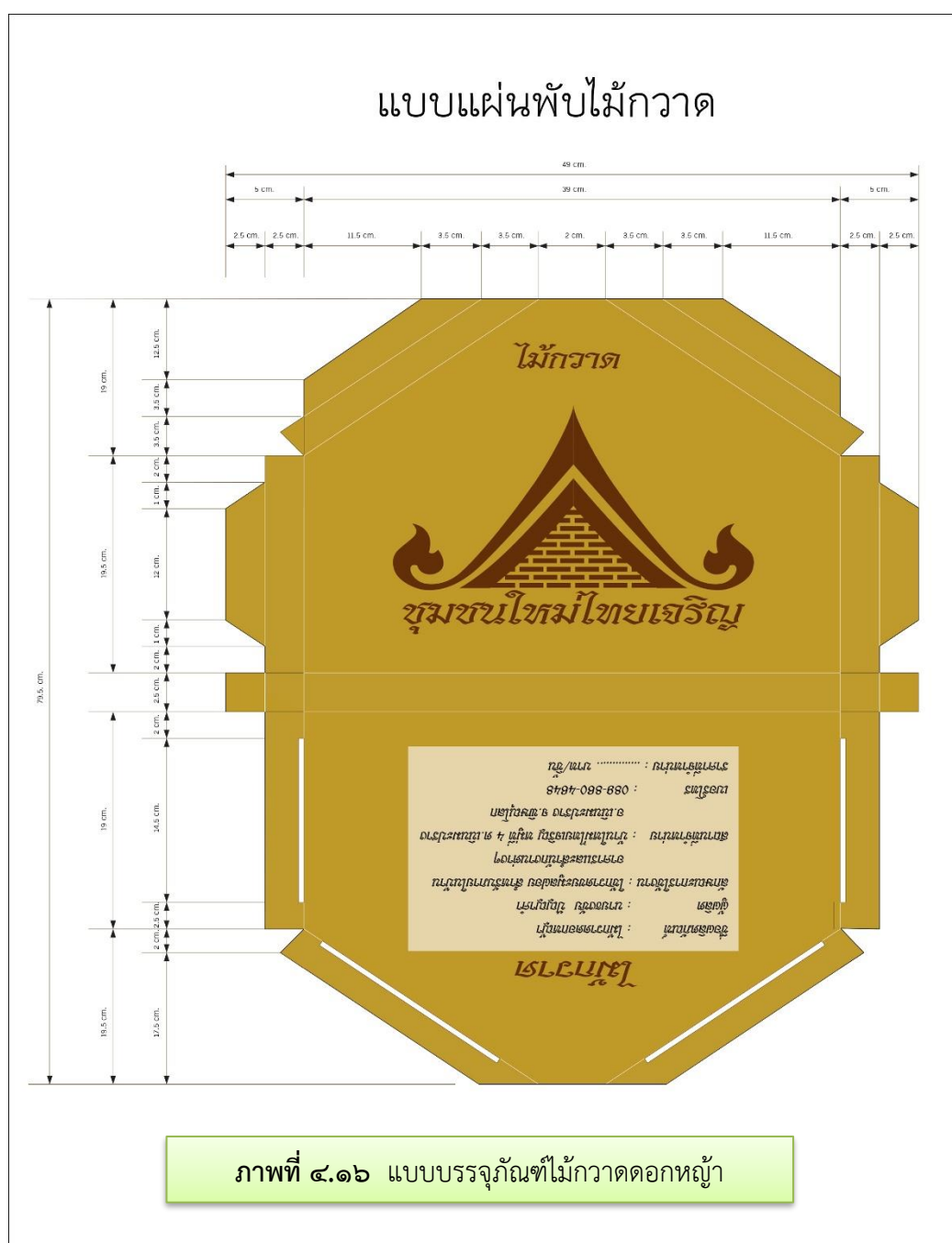
แบบที่ ๒ บรรจุภัณฑ์จะโหว้ด้านปลายของไม้กวาดดอกหญ้า

แบบที่ ๓ บรรจุภัณฑ์จะเก็บด้านข้างของดอกหญ้าให้มีขนาดเล็กลง แต่ยังคงขนาดดอกหญ้าไว้คงเดิม เพื่อสะดวกต่อการขนย้าย



ภาพที่ ๔.๑๕ บรรจุภัณฑ์ของไม้กวาดดอกหญ้า ๓ แบบ

จากปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมจากทางกลุ่มชุมชนใหม่ไทยเจริญ และกลุ่มผู้วิจัย โดยได้เสนอแนวคิดร่วมกันทั้งหมด ๓ แนวคิด และในการแลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะในเลือกบรรจุภัณฑ์แบบที่ ๑ โดยมีข้อสรุปว่า บรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษลูกฟูก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์แบบนี้มีลักษณะคงทน เป็นกระดาษที่มีลักษณะเป็นแผ่นกระดาษแปะหน้าไว้ ๒ ฝั่ง โดยมีลอนกระดาษอยู่ตรงกลาง มีความแข็งแรง ทนทาน และรับน้ำหนักได้มาก แกมตัวกระดาษยังมีน้ำหนักที่เบา และยังสามารถวางต่อกันเป็นชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ได้อีกด้วย ซึ่งถ้าบรรจุลงไปแล้วจะมีลักษณะรูปร่างกะทัดรัด และมีกระดาษสำหรับติดซื้อตราห้อย ผู้จำหน่าย มีที่จับ สามารถที่จะพกพา หอบหิ้วได้โดยสะดวก อีกทั้งยังมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าบรรจุภัณฑ์แบบอื่นอีกด้วยจะทำให้ราคาต่อบวกเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ไม่สูงมาก ดังภาพที่ ๔.๑๕



ขั้นตอนที่ ๘ การเสนอตราสินค้า
ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มจักสานชุมชนใหม่ไทย
เจริญ ได้แนวคิดจากชื่อชุมชน โดนผู้วิจัยได้
ออกแบบและเสนอตราสินค้าให้กับกลุ่ม
สมาชิกได้ทำการคัดเลือกดังนี้ (ภาพที่ ๔.๑๗)



ภาพที่ ๔.๑๗ นำเสนอตราสินค้า

ภาพตราสินค้าที่นำเสนอต่อกลุ่มสมาชิกชุมชนใหม่ไทยเจริญ มี ๓ รูปแบบ ดังนี้ (ภาพที่
รูปแบบที่ ๑ แบบหลังคาทรงไทย ได้ภาพหลังคาทรงไทยมีข้อความ “ชุมชนใหม่ไทยเจริญ” ตรา
สินค้านี้ ๒ สีคือสีน้ำตาลและสีเหลืองทอง

รูปแบบที่ ๒ ภูเขาหินปูน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงโด่งดังใน
อำเภอเนินมะปราง ได้ภาพภูเขาหินปูนมีข้อความ “เนินมะปราง, บ้านเนินมะปราง และชุมชนใหม่ไทยเจริญ”
ตราสินค้าเป็นสีน้ำตาล

รูปแบบที่ ๓ เป็นรูปหลังคาภายใต้หลังมีภาพภูเขา และมีข้อความ “บ้านเนินมะปราง และชุมชน
ใหม่ไทยเจริญ” ตราสินค้าเป็นสีส้มอิฐและสีน้ำตาล



ภาพที่ ๔.๑๘ ภาพตราสินค้า ๓ รูปแบบ

ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาภาพตราสินค้า แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มชุมชนใหม่ไทยเจริญ และกลุ่มผู้วิจัย โดย
ได้เสนอแนวคิดร่วมกันทั้งหมด ๓ แนวคิด และในการแลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะในการเลือกตราสินค้าแบบที่ ๑
บอกโดยมีข้อสรุปว่าตราสินค้าแบบนี้มีลักษณะเป็นหลังคาทรงไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความ เป็นอัตลักษณ์ของ
ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสร้างความแตกต่างของตราสินค้าจากชุมชนอื่นๆ สามารถจดจำตราสินค้าของชุมชนได้ง่าย
ดังรูปที่ ๔.๑๙



ตราสัญลักษณ์บนป้ายแบรดสินค้าชุมชนใหม่
ไทยเจริญ มีลักษณะเป็นรูปหลังคาทรงสูงสีน้ำตาล
ภายใต้หลังคา จะแสดงข้อความชื่อของชุมชนใหม่
ไทยเจริญ

ภาพที่ ๔.๑๙ ตราสินค้าของชุมชนใหม่ไทยเจริญ

ลักษณะของป้ายห้อยสินค้าของชุมชนใหม่ไทยเจริญ เป็นแบบทรงสี่เหลี่ยม ร้อยเชือกตรงมุม พิมพ์สี ๑ หน้า ขนาดก่อนพับ มีความยาว ๙ เซนติเมตร กว้าง ๖ เซนติเมตร ประกอบด้วยตราสินค้าของชุมชนใหม่ไทยเจริญ ที่อยู่ของชุมชน เบอร์โทรศัพท์ และราคาสินค้า



ภาพที่ ๔.๒๐ ข้อมูลบนป้ายห้อยสินค้าชุมชนใหม่ไทยเจริญ

ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาภาพตราสินค้า แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มชุมชนบ้านเนินดิน ได้ตราสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน เป็นตราสัญลักษณ์บ้านที่ตั้งอยู่บนเนินดิน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเนินดินที่เด่นชัด ซึ่งสร้างความแตกต่างของตราสินค้าจากชุมชนอื่นๆ สามารถจดจำตราสินค้าของชุมชนได้ง่าย ดังรูปที่ ๔.๒๑



ตราสัญลักษณ์บนป้ายแบรนด์สินค้าบ้านเนินดิน มีลักษณะเป็นรูปบ้านที่ตั้งอยู่บนเนินดิน ซึ่งตรงกับชื่อชุมชน พร้อมทั้งใส่ข้อความชื่อชุมชนที่ผลิตสินค้า

ภาพที่ ๔.๒๑ ตราสินค้าบ้านเนิน

ลักษณะของป้ายห้อยสินค้าของบ้านเนินดิน เป็นแบบการพับ ๑ ทบ คือการพับครึ่งกระดาษ เป็นการแบ่งกระดาษออกเป็น ๒ ส่วน ขนาดก่อนพับ มีความยาว ๘ เซนติเมตร กว้าง ๓.๕ เซนติเมตร เมื่อพับ 1 ทบ จะมีขนาดความยาว ๔ เซนติเมตร กว้าง ๓.๕ เซนติเมตร โดยมีข้อความดังนี้

๑. ด้านนอกป้ายห้อยสินค้า ประกอบด้วย ตราสัญลักษณ์ของสินค้า ชื่อผู้จัดทำ เบอร์โทรศัพท์ และไลน์ของผู้ผลิตสินค้า

๒. ด้านในป้ายห้อยสินค้า ประกอบด้วย ข้อมูลประวัติ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน และราคา ที่จัดจำหน่าย

๓. เจาะรูตรงกลางเพื่อใส่เชือกสำหรับห้อยบนตัวผลิตภัณฑ์



ภาพที่ ๔.๒๒ ข้อมูลบนป้ายห้อยสินค้าบ้านเนินดิน



ภาพที่ ๔.๒๓ ภาพป้ายห้อยสินค้าบ้านเนินดิน

๔.๕ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อการเพิ่มมูลค่า และการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ในธุรกิจโรงแรม ด้วยการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของบรรจุภัณฑ์^{๕๑} ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านภูมิปัญญา^{๕๒} เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุตามที่ต้องการ ใช้งานได้ตรงตามประสงค์ ได้รับตามจำนวนที่ต้องการต่อหน่วยขนส่ง^{๕๓} และครอบคลุมรายละเอียดที่จำเป็นในการใช้งานทั้งหมด รวมทั้งคุณสมบัติและลักษณะพิเศษที่มีความโดดเด่น^{๕๔}

ผู้วิจัยจึงได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชน ภายใต้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้แนวคิดดังนี้

๑. คำนึงถึงวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ที่สามารถจัดหาได้โดยไม่ต้องลงทุนในงบประมาณจำนวนมาก และวัตถุดิบมีปริมาณมาก

๒. ความสนใจของประชาชนในชุมชน หากประชาชนมีความสนใจที่จะมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีความตั้งใจ ที่จะเรียนรู้และพยายามจนประสบผลสำเร็จได้

๓. ประชาชนชาวบ้านหรือผู้ที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับประชาชนในชุมชน และมีความรู้ทางด้านการผลิตสิ่งของเครื่องใช้ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทอผ้า การจักสานหวดหนึ่งข้าว สานหวดหนึ่งข้าว สานตะกร้า สานกระบุง สานกระจาด และอุปกรณ์ที่ใช้ทำมาหากิน เช่น การจักสานไซดักปลา เป็นต้น

๔. ได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน หรือหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในด้านการจัดหาวิทยากรผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีช่วยในการส่งเสริมสนับสนุนการฝึกอบรม การผลิตสินค้า การแปรรูปอาหาร เป็นต้น

^{๕๑} สนธนา กลุ่มเฉพาะ นางสาวปณณสิริ ธนอมมิตร, หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๕๒} สนธนา กลุ่มเฉพาะ พระครูอดุลธรรมสาร (บัญญัติ), เจ้าคณะอำเภอเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๕๓} สนธนา กลุ่มเฉพาะ นางสุวิมล เกตุศรีบุรินทร์, ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๕๔} สนธนา กลุ่มเฉพาะ นางสุทธิรักษ์ อางองค์, พัฒนาการอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมี ๔ ชิ้นงานดังนี้

๑. โคมไฟจากการจักสานจากไม้ไผ่ในรูปแบบต่างๆ



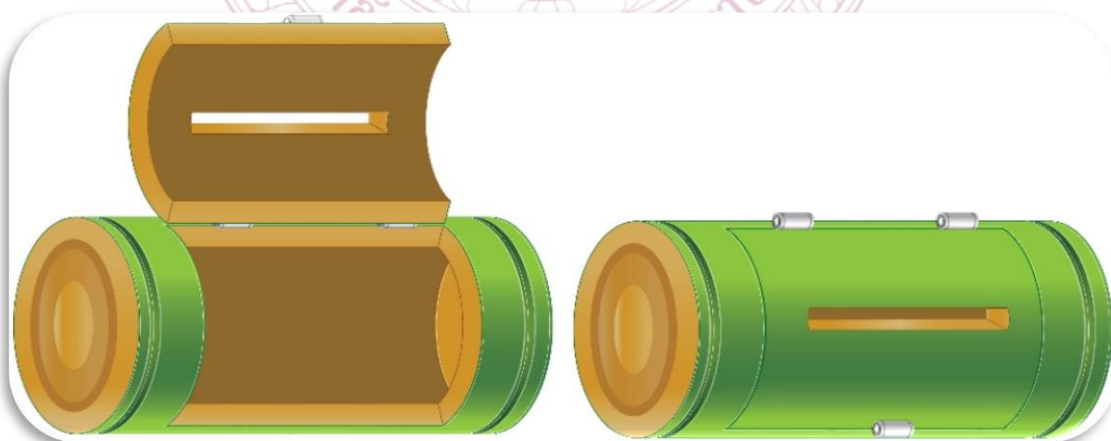
ภาพที่ ๔.๒๔ โคมไฟจากการจักสานจากไม้ไผ่

๒. เครื่องชงกาแฟจากต้นไผ่ ตัวกรองกาแฟผลิตจากไม้ไผ่โดยได้แนวคิดจากการสานหวกหนึ่งข้าว มีการปรับขนาดให้เล็กลงเพื่อให้ใส่พอดีกับตัวชาตั้งจากต้นไผ่ โดยมีการออกแบบขาตั้งในรูปแบบต่างๆ ดังนี้



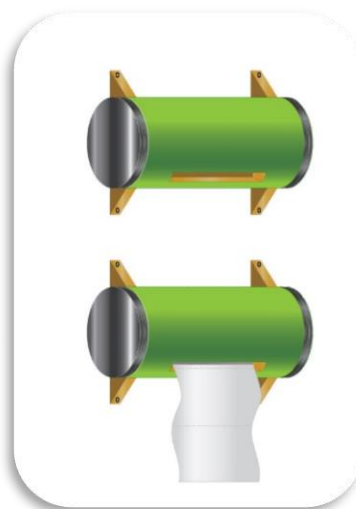
ภาพที่ ๔.๒๕ เครื่องชงกาแฟจากต้นไผ่

๓. กระปุกออมสินจากต้นไผ่



ภาพที่ ๔.๒๖ กระปุกออมสินจากต้นไผ่

๔. กล้องใส่กระดาษชำระ ผลิตจากต้นไผ่สำหรับติดตั้งหรือตั้งโต๊ะ



ภาพที่ ๔.๒๗ กล้องใส่กระดาษชำระจากต้นไผ่

ปัจจุบันกลุ่มชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญไม่มีการรวมกลุ่มกันอย่างชัดเจน มีเพียงชาวบ้านบางกลุ่มที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มเล็กๆ ประมาณ ๕ - ๑๐ คน รวมตัวกันเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์จักสานโดยใช้เวลาหลังจากการทำไร่ ทำสวน ทำนา^{๕๕} ซึ่งผลิตภัณฑ์จักสานส่วนใหญ่ทำจากไม้ไผ่บง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะเน้นที่การจักสานตระตร้า หมวก บ้างก็ทำไม้กวาดดอกหญ้า ปริมาณการผลิตเป็นช่วงๆ ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า^{๕๖} เมื่อปริมาณคำสั่งซื้อจากลูกค้ามีจำนวนมากจึงทำให้การผลิตไม้กวาดดอกหญ้าไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้าจากปัญหาดังกล่าวจึงส่งผลให้ยังไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐานการส่งออก^{๕๗}

สถานการณ์ปัญหาของชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญ คือ ไม่มีบรรจุกิจภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์แปรรูปมีน้อย กระบวนการผลิตยังไม่มีมาตรฐาน การตลาดและช่องทางการจำหน่ายยังไม่แพร่หลาย นำปัญหาที่พบมาวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญห^{๕๘} โดยการบูรณาการแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใช้กระบวนการบูรณาการศาสตร์วิชาการความรู้จากการบูรณาการภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ร่วมกันวางแผนเป้าหมาย แบ่งบทบาทหน้าที่จัดกิจกรรมอบรมเติมความรู้^{๕๙} การสร้างแบรนด์ของชุมชนใหม่ไทยเจริญให้เป็นที่ยึดจำ รวมทั้งวิเคราะห์ต้นทุน รายได้ กำไร ราคาขาย ของผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่และไม้กวาดดอกหญ้า เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับโดยควบคุมมาตรฐานดังนี้ สี ฉลาก ขนาด การใช้งาน ความคงทน การขนส่ง กระบวนการผลิตที่ดี เนื้อสัมผัส เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดบรรจุกิจภัณฑ์ และตราสินค้าเป็นของชุมชน ได้แก่ ป้ายห้อยสินค้าต่างๆ จากชุมชน และบรรจุกิจภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า การยกระดับ

^{๕๕} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายบุญชนะ คลองภูเขียว, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๕๖} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นางสาวธนกร น้อยพันธ์, ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีตำบลบ้านม่วง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๕๗} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายพงศกร พิพัฒน์เดชา, ปลัดเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๕๘} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายมานพ สังข์เทศ, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๘ บ้านเผ่าไทย ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

^{๕๙} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายวรชัย เทียงไธสง, กำนันตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้โดยมี กลไกการตลาดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม^{๖๐} โดยการใช้วัตถุดิบในพื้นที่มาใช้ในการแปรรูป และมีการกระจายการจัดซื้อจากผู้ผลิตหลายๆ เจ้า โดยในการจัดซื้อวัตถุดิบจะมี คณะกรรมการกลุ่มเป็นผู้จัดสรรการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง และเป็นธรรม เกิดช่องทางการจำหน่ายใหม่^{๖๑} การขายออนไลน์ออกบูธ การส่งเสริมการตลาด สร้างแบรนด์ชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญ “ผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่” การยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค จากกระบวนการทั้งหมดสามารถ ยกระดับเศรษฐกิจชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญ ยกย่องผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และเกิด การตลาดที่เป็นธรรม^{๖๒} ผู้วิจัยจึงได้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า

๑. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม มีการพัฒนาต่อเนื่องด้วยตนเองโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น^{๖๓}

๒. ได้รับการสนับสนุนจากองค์ภาครัฐในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับ ครอบครัว เป็นเพียงการอบรมให้ความรู้ เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนนำไปต่อยอด ทั้งนี้ยังขาดเครื่องมือหรือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งมีราคาสูงในการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือชาวบ้าน ส่งผลให้เกิดการผลิตที่ล่าช้า มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของท้องตลาด^{๖๔}

๓. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มีทั้งรูปแบบพัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อย แนวคิดของกลุ่ม และ ข้อเสนอแนะจากลูกค้า และได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐโดยรัฐบาลได้สนับสนุนวิทยากรผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์สูงมาช่วยอบรม และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชาวบ้าน^{๖๕}

๔. ไม่มีบรรจุกฎหมายของกลุ่ม ไม่มีตราสินค้า และขาดการส่งเสริมข้อมูลในการพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

๕. ส่งเสริมให้ชุมชนผลิตวัสดุติดเอง สาเหตุเนื่องจากการขาดวัตถุดิบในการผลิตสินค้า^{๖๖} ได้แก่

๕.๑ ไม้ไผ่ ต้องสั่งซื้อจากต่างจังหวัด ซึ่งมีราคาสูง จึงต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนใน ชุมชนหันมาให้ความสำคัญปลูกต้นไม้ไว้เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

๕.๒ ต้นดอกหญ้าที่นำมาผลิตไม้กวาดดอกหญ้า ซึ่งปัจจุบันทางกลุ่มได้สั่งซื้อจากต่างจังหวัด ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตไม้กวาดดอกหญ้ามียอดต้นทุน อีกทั้งผู้ที่มีฝีมือในการทำไม้กวาดดอกหญ้ามักลดลง

^{๖๐} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นางสุทธิรักษ์ อัจจงค์, พัฒนาการอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๖๑} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายชัยวัฒน์ กะลินทอง, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑๑ บ้านร่มเกล้า ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๖๒} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นางสุทธิรักษ์ อัจจงค์, พัฒนาการอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๖๓} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายพงศกร พิพัฒน์เดช, ปลัดเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัด พิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

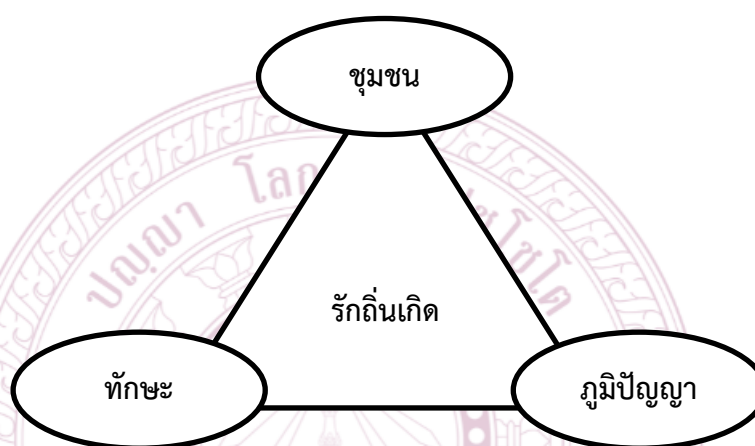
^{๖๔} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นางสาวปณณิสิริ รัตนอมมิตร, หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๖๕} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายวรชัย เทียงไธสง, กำนันตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

^{๖๖} สนธนากรกลุ่มเฉพาะ นายชัยวัฒน์ กะลินทอง, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑๑ บ้านร่มเกล้า ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๕.

๔.๖ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน ผู้วิจัยจึงสรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ และแสดงให้เห็นเป็นแบบ (Synthesis Model) โดยสรุปองค์ความรู้ใน ๓ ประเด็น ๑. ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒. ผลการวิเคราะห์ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และ ๓. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งทั้ง ๓ ประเด็นนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแผนภาพองค์ความรู้ได้ดังแผนภาพ ๔.๑ ดังนี้



แผนภาพที่ ๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ ๔.๑ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เริ่มต้นด้วยศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อนำประเด็นปัญหาความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นำผลจากการสัมภาษณ์ ร่วมสนทนา สังเกตการณ์ กับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ ผู้มีความรู้และผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ แล้วนำประเด็นเหล่านั้นมาวิเคราะห์เสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลกเกิดจากเป็นความรู้ของชาวบ้านที่สร้างขึ้นจากประสบการณ์ ความรอบรู้ ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคนในชุมชน ผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต คิดวิเคราะห์ และความเฉลียวฉลาดของแต่ละคนจนเกิดปัญญา ตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้เฉพาะหลายๆ เรื่อง ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เรียนรู้จากพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ญาติพี่น้อง และผู้ที่มีความรู้ในชุมชน ความรู้เหล่านี้เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต ประสบการณ์ มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพการณ์ทางแวดล้อม และวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสม ความรู้ดังกล่าวไม่ได้แยกย่อยออกมาให้เห็นเป็นศาสตร์เฉพาะสาขาวิชาต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคม ชุมชน และในตัวของผู้นั้น หากมีการสืบค้นหาเพื่อศึกษาและนำมาใช้ก็จะเป็นที่รู้จัก เกิดการยอมรับ ถ่ายทอด และพัฒนาไปสู่คนรุ่นใหม่



บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก” ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาวิเคราะห์การมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ส่วนการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลนั้นเน้นวิธีการแสวงหาความรู้ จากการตั้งประเด็นหลักในการศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๒ การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้ค้นพบ ดังนี้

๕.๑.๑ ศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การเกิดของภูมิปัญญามีกระบวนการเรียนรู้และสืบทอด ถ่ายองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนแล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้ จนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด การเชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นและชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ภายใต้การสนับสนุนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านเทคนิคการผลิตที่เกี่ยวข้อง มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความโดดเด่น มีคุณภาพมาตรฐานพร้อมที่จะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ที่สำคัญผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้

๕.๑.๑.๑ ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด

ด้วยพื้นที่และสภาพอากาศที่เหมาะสมจึงสามารถปลูกพืชต่างๆ ได้หลากหลายชนิดในแบบที่หลายประเทศทำไม่ได้ แหล่งรายได้หลักจึงมักมาจากประเทศพัฒนาแล้วแต่ขาดแคลนด้านการผลิตจึงต้องอาศัยการนำเข้าตนเอง เช่น มะม่วง มะยงชิด ทุเรียน ข้าวกล้องหอมมะลิ

๕.๑.๑.๒ ด้านการปศุสัตว์

เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีจำนวน ๓,๓๖๕ ราย^๑ ส่วนใหญ่จะเลี้ยงไก่พื้นเมือง เพื่อการเป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบทที่มีราคาถูก เป็นรายได้เสริมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่เกษตรกรหรือชาวบ้านเกิดความจำเป็นรีบด่วน เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย หรือค่าเล่าเรียนบุตร เป็นต้น

^๑ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, จำนวนประชากรสัตว์สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕๖๔.

๕.๑.๑.๓ ด้านการประมง

การทำประมงน้ำจืด เป็นการจับ ดัก ล่อ หรือเก็บสัตว์น้ำที่ยังมีชีวิตอยู่ในแหล่งประมงน้ำจืด เช่น หนอง บึง แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลองธรรมชาติ ด้วยเครื่องมือทำการประมง เพื่อใช้บริโภคหรือขาย โดยที่บ่อล่อสัตว์น้ำ คือ บ่อที่ขุดในที่สาธารณะหรือที่เอกชนในฤดูน้ำหลาก เพื่อให้สัตว์น้ำตามธรรมชาติเข้ามาอยู่ เมื่อน้ำลดสัตว์น้ำนั้นจะถูกขังอยู่ในบ่อล่อฯ และเมื่อได้ระดับหนึ่ง สัตว์น้ำนั้นจะถูกจับขึ้นมาเพื่อบริโภคหรือขายการทำประมงในแหล่งน้ำจืดตามบริเวณที่ต่างๆ^๒ ในจังหวัดพิษณุโลกมีประชาชนในพื้นที่ขึ้นทะเบียนเป็นชาวประมง ๓๗ ราย^๓

๕.๑.๑.๔ ด้านงานฝีมือและด้านงานประดิษฐ์

งานประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุท้องถิ่น เป็นชิ้นงานที่จัดทำขึ้นสร้างขึ้น โดยวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่บรรพบุรุษของเรารู้จักประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ไม้สอย เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นสิ่งประดับตกแต่งตามบ้านเรือนให้มีความสวยงามน่าอยู่ เป็นของใช้ตามประเพณีต่างๆ ของเล่นเด็ก ของกำนัล ของฝาก เป็นต้น

๕.๑.๒ การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

จากการลงพื้นที่วิจัย มีหลายชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน มีชุมชนเขตอำเภอเนินมะปรางเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน ๑๑ หมู่บ้าน มีเพียง ๕ ชุมชนที่มีผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ก่อให้รายได้ใหม่จากการท่องเที่ยวชุมชน มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่องภายหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ OTOP นวัตวิถี ของกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และมีการรวบรวมชุดความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของชุมชนไว้ ได้แก่

- ๑) บ้านน้ำปาด หมู่ที่ ๒ ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๒) บ้านมุงเหนือ หมู่ที่ ๑ ตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๓) บ้านลำภาศ หมู่ที่ ๔ ตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๔) บ้านหัวเขา หมู่ที่ ๖ ตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๕) บ้านผาเรียงหมื่น หมู่ที่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

จากการผลิตเพื่อการใช้สอยในครอบครัวและแบ่งปันให้ญาติมิตร ปัจจุบันได้รวมกลุ่มเป็นกลุ่มอาชีพ ผลิตเพื่อจำหน่าย และจากเดิมที่นิยมผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้ายในลวดลายต่างๆ ปัจจุบันนิยมผลิตลายขอผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ทำให้ยอดขาย OTOP เพิ่มขึ้นหลายครอบครัว หลายชุมชนมีรายได้เพิ่ม ในช่วงวิกฤตโควิด-๑๙ ด้วยเหตุนี้โดยพื้นฐานชุมชนบ้านผาเรียงหมื่นมีการผลิตผ้าทอมือจนเป็นวัฒนธรรมของผู้คนในจังหวัดพิษณุโลกอยู่แล้ว ที่มีการผลิตกันเป็นจำนวนมาก มาประยุกต์ใช้เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ถือว่าเป็นแนวทางการออกแบบที่ควรจัดให้มีการพัฒนา

^๒ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรที่สำคัญของจังหวัด, <<https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-dwl-files-๔๓๑๒๙๑๗๙๑๐๙๘๘>>, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๓ สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก, จำนวนผู้ทะเบียนชาวประมง (ทบ.๓) จังหวัดพิษณุโลก, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๔.

มากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพที่ผลิตอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย และกลุ่มการผลิตงานจักร จากไม้ไผ่ นอกจากนั้นยังมีกลุ่มอาชีพที่ได้รับการสนับสนุนเข้าโครงการส่งเสริมอาชีพ คือการจัดทำไม้กวาดดอกหญ้าซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาเร่งด่วน คือ การบรรจุภัณฑ์ แม้ว่าคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ทั้งด้านรสชาติ คุณภาพที่ดี แต่การบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร โดยสรุปการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้จำแนกแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนาต่อไป ออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๕.๑.๒.๑ ประเภทของตกแต่ง

ปัจจุบันความนิยมในการตกแต่งที่พักอาศัย อาคารสถานที่ โรงแรม ร้านอาหาร ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในสถานที่พักอาศัย โดยอาศัยแสงไฟเป็นส่วนเสริม อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีลายผ้าที่หลากหลาย มีความงดงามเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น มีเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ จะสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในงานตกแต่งได้อีกมากมาย คณะผู้วิจัยจึงเน้นการสร้างรูปแบบโคมไฟ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาต่อไป

๕.๑.๒.๒ ประเภทตราตราสัญลักษณ์ (LOGO)

ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ หรือเครื่องหมายการค้าของชุมชนเป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของชุมชน คณะผู้วิจัยพบว่า ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ๑) เน้นความเรียบง่าย
- ๒) ดึงดูดใจผู้พบเห็น ต้องดูไม่ยากเกินไป
- ๓) มองไปข้างหน้า คิดถึงความยั่งยืนของโลโก้
- ๔) ใช้ลายเส้นที่สะอาดตาชัดเจน ไม่ใช้สีมาก
- ๕) มีความยืดหยุ่น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
- ๖) จดจำได้ง่าย
- ๗) สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ โลโก้จะต้องออกมาทำให้ลูกค้าสามารถจินตนาการถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ง่าย
- ๘) มีเอกลักษณ์เฉพาะตน

๕.๑.๒.๓ ประเภทบรรจุภัณฑ์

ด้วยเหตุที่บรรจุภัณฑ์เป็นปัญหาที่สำคัญที่ควรเร่งการพัฒนา เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายนอกพื้นที่ได้ ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้เป็นแนวทางสามารถนำไปใช้งานได้เลย ส่วนที่ยังคงรอการพัฒนาต้องเร่งในการดำเนินงานต่อไป

๕.๑.๓ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อการเพิ่มมูลค่าและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ในธุรกิจโรงแรม ด้วยการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านภูมิปัญญา เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุตามที่ต้องการ ใช้งานได้ตรงตามประสงค์ ได้รับตามจำนวนที่ต้องการต่อหน่วยขนส่ง และครอบคลุมรายละเอียดที่จำเป็นในการใช้งาน

ทั้งหมด รวมทั้งคุณสมบัติและลักษณะพิเศษที่มีความโดดเด่น พบว่า สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ควรศึกษาและพัฒนาเป็นอันดับแรก คือ กลุ่มชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญ รองลงมาคือ กลุ่มจักรสานบ้านเนินดิน เมื่อวิเคราะห์ความต้องการจะพบว่า สิ่งที่ต้องพัฒนาได้ในเบื้องต้น คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการป้ายสินค้า โดยคำนึงถึงรูปแบบดังนี้

๑. มีความแข็งแรง คงทน ความพอดี และควบคู่กับการประหยัด
 ๒. มีราคาขายที่เหมาะสม
 ๓. ผลิตภัณฑ์ต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกสบาย
 ๔. ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เพราะประทับใจในครั้งแรกที่พบ เช่น สีสันทึบสวยงาม สะดุดตา
 ๕. มีความสะดวกสบายในการใช้งานได้อย่างเหมาะสมกับร่างกายของมนุษย์ที่ใช้งานให้ไม่เกิดความเมื่อยล้าขณะใช้งานในระยะนานๆ
 ๖. วัสดุมีความสอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย การดูแลรักษา การสั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกต่อส่วนรวม ความปลอดภัยต่อผู้ใช้และธรรมชาติ เช่น นำกลับมาใช้ใหม่
 ๗. มีความปลอดภัย ต้องมีเครื่องหมายเตือน หรือคำอธิบาย ประกอบ
 ๘. การขนส่งต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนย้าย ระยะทางและวิธีการ เช่น ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือแม้แต่บรรจุภัณฑ์ ว่าปกป้องผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เกิดการเสียหายขณะขนส่ง หรือกินเนื้อที่
- ชุมชนได้ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๔ ชิ้นงาน ได้แก่ โคมไฟจากการสานไม้ไผ่ เครื่องชงกาแฟจากต้นไผ่ กระป๋กอมสืนจากต้นไผ่ และกล่องใส่กระดาษชำระจากต้นไผ่

๕.๒ การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

๕.๒.๑ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด เครื่องมือเครื่องใช้ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นสิ่งประดับตกแต่งตามบ้านเรือนให้มีความสวยงามน่าอยู่ ซึ่งผลิตจากวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่สมัยโบราณ สามารถแบ่งออกเป็น ๔ ด้าน มีดังนี้ ๑) ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด ๒) ด้านการปศุสัตว์ ๓) ด้านการประมง ๔) ด้านงานฝีมือและด้านงานประดิษฐ์ ซึ่งสอดคล้องกับ **เกษม กุณาศรี และคณะ** ที่ทำการศึกษาวิจัยการค้นหาลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ทำให้ได้รับอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของตนเอง และเกิดจากคนในชุมชน ทำให้เกิดการยอมรับ ทำให้ได้รับผลิตภัณฑ์นำร่างของชุมชน เพื่อเป็นต้นแบบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์

ท้องถิ่นและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชนที่จะสามารถช่วยแสดงความคิดเห็นเพื่อทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาชุมชน^๔

๕.๒.๒ การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ผู้วิจัยได้จำแนกแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนาต่อไป ออกเป็น ๓ ประเภท ๑) ประเภทของตกแต่ง การตกแต่งที่พักอาศัย อาคารสถานที่ โรงแรม ร้านอาหาร ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในสถานที่พักอาศัย โดยอาศัยแสงไฟเป็นส่วนเสริม มีลายผ้าที่หลากหลาย มีความงดงามเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ **อมรรัตน์ บุญสว่าง** ที่ทำการศึกษาวิจัยการผลิตเส้นใยปอเทืองเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่แดง อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเส้นใยปอเทือง^๕ ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย ได้แก่ หมวก กระเป๋า เข็มกลัด ของตกแต่งบ้าน ๒) ประเภทตราตราสัญลักษณ์ (LOGO) ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ หรือเครื่องหมายการค้าของชุมชนเป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของชุมชน ๓) ประเภทบรรจุภัณฑ์ ด้วยเหตุที่บรรจุภัณฑ์เป็นปัญหาที่สำคัญที่ควรเร่งการพัฒนา เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายนอกพื้นที่ได้ ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้เป็นแนวทางสามารถนำไปใช้งานได้เลย ส่วนที่ยังคงรอการพัฒนาต้องเร่งในการดำเนินงานต่อไป

๕.๒.๓ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมีรูปแบบดังนี้ ๑) มีความแข็งแรง ๒) มีราคาเหมาะสม ๓) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ๔) ความงาม ๕) ความสะดวกสบาย ๖) วัสดุมีความสอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย ๗) มีความปลอดภัย และ ๘) การขนส่ง ซึ่งสอดคล้องกับ **รูปนัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานุวัฒน์ และจรรยา แผลงนอก** ที่ทำการศึกษาวิจัยหลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบสร้างสรรค์ ทั้งทางด้านศิลปะ วิศวกรรมศาสตร์ การวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการตลาด และผลกระทบโดยรวม ตั้งแต่การคิด การผลิต จำหน่าย การใช้และเสื่อมสลายในท้ายที่สุด จนมีผู้รวบรวมเป็นหลักการได้แก่ ๑) หน้าที่ใช้สอย (Function) ๒) ความงาม (Aesthetics) ๓) ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics) ๔) ความปลอดภัย (Safety) ๕) โครงสร้าง (Construction) ๖) ราคา (Cost) ๗) วัสดุ (Materials) ๘) กรรมวิธีการผลิต (Production) ๙) การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of maintenance) ๑๐) การขนส่ง (Transportation) ซึ่งทั้งหมดนี้รวมอยู่ในกระบวนการออกแบบที่มีระบบ และกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน แม้จะมีการเพิ่มความสำคัญในศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งเป็นแนวคิดหลัก จนเกิดเป็นทฤษฎีและ

^๔ เกษม ภูณาศรี และคณะ, “การค้นหาลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่”, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ๒๕๕๘, หน้า ๑๕๙.

^๕ อมรรัตน์ บุญสว่าง, “การผลิตเส้นใยปอเทืองเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่แดง อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา”, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ๒๕๖๐, หน้า ๑๐๒-๑๐๓.

แนวคิดเฉพาะทางขึ้นที่มีความหลากหลาย แยกเฉพาะเป็นหลายแนวคิด เช่น แนวความคิดในการออกแบบสินค้าที่คำนึงถึงการขนส่ง (Design for transport & flat design) แนวความคิดในการออกแบบด้วยหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Eco-Design) แนวคิดเพื่อผู้พิการและเพื่อส่วนรวม (Design for Disable & Universal Design) แนวความคิดการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม (Industrial-Craft) แต่ความเรียบง่ายและวัตถุประสงค์หลักของการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ยังคงเป็นสิ่งพื้นฐานที่สุดที่จะถูกนำมากล่าวและนำไปปรับใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน^๖ ซึ่งสอดคล้องกับ สมจินตนา จิรายุกุล ที่ทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรอบบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การบริหารจัดการและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ บุคคลภายนอกยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนมากนัก ขาดสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ขาดช่องทางการตลาดใหม่ๆ และช่องทางการวางขายสินค้าในโอกาสต่างๆ จากปัญหาเศรษฐกิจโดยภาพรวมไม่ค่อยดี ทำให้ผู้คนซื้อสินค้าน้อยลง คนจะบริโภคสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันมากกว่า ประกอบกับการสนับสนุนจากภาครัฐยังมีน้อย และขาดความต่อเนื่อง และสถานที่ตั้งของกลุ่มก็ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินการทางเศรษฐกิจ การพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์ มีการสื่อสารเรื่องราวลงบนบรรจุภัณฑ์ และมีตราสัญลักษณ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจ และสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า สร้างมูลค่าของสินค้า และยอดขายที่สูงขึ้น^๗

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

๕.๓.๑.๑ หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องควรให้ชุมชนได้มีส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการเชื่อมโยงกับท้องที่ของชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ควรดำเนินการส่งเสริมการตลาด

๕.๓.๑.๒ หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ผลิตจากฝีมือของชาวบ้านในชุมชนเหล่านั้นเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดการความรู้ ของชุมชน เพื่อที่จะหนุนเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีการสืบทอดภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

^๖ ฐปัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานันท์ และจริยา แผลงนอก, “หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์”, มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, ปีที่ ๒๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๓) : หน้า ๑๖๑.

^๗ สมจินตนา จิรายุกุล, “การพัฒนาระบบการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตรอบบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ๒๕๕๘, หน้า ๑๕๕-๑๕๗.

๕.๓.๑.๓ ควรมีการส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่นที่กำลังจะคลาดแคลนในอนาคต เช่น การปลูกต้นไผ่สำหรับผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน การปลูกดอกหญ้าสำหรับทำไม้กวาด เป็นต้น

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

๕.๓.๒.๑. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อย่างต่อเนื่อง

๕.๓.๒.๒ ควรได้รับความร่วมมือกับสถานศึกษา

๕.๓.๒.๓ ควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นเพียงแนวทางในการพัฒนา หากต้องการพัฒนาเป็นรายกลุ่มอาชีพ ควรจัดอันดับความสำคัญเร่งด่วน มีหลายชุมชนที่ยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้าและตราสัญลักษณ์ สำหรับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่



บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย :

๑.๑ ข้อมูลปฐมภูมิ

-

๑.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ

๑.๒.๑ หนังสือ

กรมส่งเสริมการเกษตร, การฝึกอบรมทีมวิทยากรหลักในการถ่ายทอดความรู้เรื่องวิสาหกิจชุมชน, เอกสารประกอบการสัมมนา, กรุงเทพฯ.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กระบวนทัศน์ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๑.

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์และคณะ. วิถีชุมชน: คู่มือการเรียนรู้ที่ทำให้งานชุมชนง่ายได้ผล และสนุก. นนทบุรี : สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, ๒๕๔๕.

จิรณี สีนุชก. วิถีชีวิตและภูมิปัญญาพื้นบ้านของชาวสวนลองกอง. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๓.

จूरินทร์ อุทธิ. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องอินทรีย์ของสหกรณ์เกษตรอินทรีย์เชียงใหม่ จำกัด. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ๒๕๕๕.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ ๗. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๐.

ฉลาดชาย รมิตานนท์. ป่าชุมชนในประเทศไทย: แนวทางการพัฒนาเล่ม ๒ : ป่าชุมชนภาคเหนือ: ศักยภาพขององค์กรชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, ๒๕๓๖.

ชูลุด นิมเสมอ. องค์ประกอบของศิลปะ. (พิมพ์ครั้งที่ ๖). กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๔.

ชูวิทย์ ศิริโชคเวชกุล. การท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.พ., ๒๕๔๔.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร : เอ็ดดิสันเพลส โปรดักส์ , ๒๕๕๔.

ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์. วิสาหกิจชุมชน. ชัยนาท : กรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๔๘.

ตุลา มหาสุธานนท์. หลักการจัดการ หลักการบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ธนรัชการพิมพ์, ๒๕๔๕.

ธีราพร ทวีธรรมเจริญ. การเรียนรู้วิถีชุมชนจากแนวคิดในทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมและทฤษฎีชุมชน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. วารสารวิชาการ. ปีที่ ๓๐ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๕๓).

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร : เพรสแอนด์ ดีไซน์, ๒๕๔๘.
- ประคอง นิมมานเหมินท์. **ภูมิปัญญาไทยในวิถีชีวิตไทย, ในการสัมมนาทางวิชาการเรื่องภูมิปัญญาไทยในภาษาและวรรณคดี**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมเอกลักษณ์ของชาติและมหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๓๘.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. **ชุมชนและลักษณะของความเป็นชุมชน**. ในเอกสารประกอบการประชุมประจำปีว่าด้วยเรื่อง ชุมชน ครั้งที่ ๑ เรื่อง ชุมชนไทยท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง ๓๐-๓๑ พฤษภาคม ๒๕๔๓ ณ อาคารเฉลิมพระบารมี ๕๐ ปี. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๓.
- พงศ์พันธุ์ เจริญทรัพย์ และคณะ, **โครงการศึกษาจัดวางรูปแบบแผนงานเกษตรอินทรีย์เชิงท่องเที่ยวและการฝึกอบรมให้ความรู้และอาชีพ**, (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๐), หน้า ๒๐-๒๑
- พจนา สอนศรี. **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Handbook)**. กรุงเทพมหานคร : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, ๒๕๔๖.
- ยิ่งยง เทาประเสริฐ. **เครือข่ายวิชาการราชภัฏด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น สถาบันราชภัฏเชียงราย**. เชียงราย : ศูนย์วิจัยและพัฒนาแพทย์พื้นบ้าน, ๒๕๔๒.
- ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมศัพท์ศิลปะ อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน**. (พิมพ์ ครั้งที่ ๒). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว, ๒๕๔๑.
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. **หลักการและแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพมหานคร : แอ๊ป ป้าพรีนติ้งกรุ๊ป, ๒๕๔๘.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. **การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง, ในการสัมมนาทางวิชาการเรื่องการพัฒนาทางวัฒนธรรม: กรณีทักษิณ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๕.
- สนธยา พลศรี. **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๕.
- _____. **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๕.
- สมพร คงเจริญเกียรติ. **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ๒๖๔๑.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. **สังคมวิทยาชุมชน: หลักการศึกษา วิเคราะห์ และปฏิบัติงานชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น , ๒๕๓๖.
- สันติสุข กฤดากร. **การศึกษาการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๑.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)**. กรุงเทพฯ, ๒๕๖๐.
- สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก, **จำนวนผู้ทะเบียนชาวประมง (ทบ.๓) จังหวัดพิษณุโลก**, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๔.

สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, จำนวนประชากรสัตว์สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕๖๔.
สำนักงานเลขานุการการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.

๒๕๔๘. กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๔๘.

สุภาพร ลอยวัฒนกุลและคณะ, ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน,วารสารราชชนกศรีนครินทร์
(๒๕๕๙),๑๓ (๒๙), หน้า ๒๕๑ – ๒๕๘.

เสรี พงศ์พิศ เสรี พงศ์พิศ. คื่นสู่รากเหง้า ทางเลือกและทัศนวิจารณ์ว่าด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน.
กรุงเทพมหานคร : เทียนวรรณ, ๒๕๒๙.

_____. คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร : พลั้งปัญญา, ๒๕๕๒.

_____. ฐานคิด จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทย์การพิมพ์,
๒๕๔๘.

อุทัย เลาหิเชียร. เอกสารการสอน ร.อ. ๖๐๐ หลักการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๔.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. ภูมิปัญญาชาวบ้านสู่ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านไทย.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๐.

๑.๒.๒ รายงานการวิจัย

เกษม ภูณศรี และคณะ. “การค้นหาลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิง
สร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่”. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงใหม่, ๒๕๕๘.

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”.
รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๖.

บุญพา คำวิเศษ. “ข้อมูลพื้นฐานที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบมีส่วนร่วม
ร่วม : กรณีศึกษาชุมชนหมู่บ้านวัดเขา ตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา”.
รายงานการวิจัย. วิทยาลัยราชพฤกษ์, ๒๕๕๗.

สมจินตนา จิรายุกุล. “การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง
ของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”. รายงานการวิจัย.
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ๒๕๕๘.

สมยศ วัฒนากมลชัย. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีส่วนร่วมของ
ชุมชนท้องถิ่น”. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๖.

สุธาสินี บุรีคำพันธุ์. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฝ้ายกดอก เพื่อการอนุรักษ์และส่งเสริมอาชีพของ
ชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ตำบลเวียงยอง จังหวัดลำพูน”. รายงานการวิจัย. สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๕๖.

สุวภัทร ศรีทองแสง. “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่าง
สร้างสรรค์ กรณีศึกษาบ้านปากน้ำ ตำบลกุดลาน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี”.
รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ๒๕๕๘.

อมรรัตน์ บุญสว่าง. “การผลิตเส้นใยปอเทืองเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านรำแดง อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา”. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, ๒๕๖๐.

๑.๒.๒ บทความ

ฐปนัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานุวัฒน์ และจริยา แผลงนอก. “หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์”, มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. ปีที่ ๒๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๑๖๑.

ธีราพร ทวีธรรมเจริญ. “การเรียนรู้วิถีชุมชนจากแนวคิดในทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมและทฤษฎีชุมชน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย”. วิชาการ. ปีที่ ๓๐ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๕๓).

๑.๒.๓ สัมภาษณ์

สัมภาษณ์ นายพิษณุชัย ทรงพุฒิ, ผู้ก่อตั้งเครือข่ายกลุ่มคนรักเนินมะปราง ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายธงชัย ปัญญาคำ, ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ชัยเจริญ ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางนิธิญา บุญสว่าง, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาหมุง (หัวเขา) ตำบลนาหมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางสุภัทร จักขุศรี, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังขอนเหนือ (นีน้าถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายเนิน ทั้งทอง, ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านวังขอนเหนือ (ถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางศิริขวัญ ทองเชื้อ, ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านรักไทย (วิวแคมป์ขุนเขา) ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๒๐ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางสาวศศิธร ชมภูมิ, ผู้ประกอบการนำเที่ยวชุมชนบ้านผาผึ้ง หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ พระครูสุภัทรกิจวิบูลย์ (สุทิน), เจ้าคณะตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายทวี กมลรัตน์, ผู้ใหญ่บ้านใหม่ชัยเจริญ หมู่ ๔ ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายเรวัต สุธอักษร, ผู้ใหญ่บ้านผาผึ้ง หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายประสิทธิ์ หมีนพหล, กรรมการหมู่บ้านผาผึ้ง หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๒๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางปนัดดา นาประจักษ์, ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสาน หมู่ ๕ บ้านเนินดิน ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางพันธ์ทอง หมื่นพหล, ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่ บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๒๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางอรุณี ดีเยี่ยม, ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบ้านน้อยชุมชี้เหล็ก อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางสาวกชกร พุทธคุณ, นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๒๑ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายอติวัฒน์ ฉัตรกมลธรรม, ผู้ประสานงานพื้นที่อำเภอนีนมะปราง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายศุภกิจ ชันทอง, นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายภูริน กสิณฤกษ์, นักวิชาการวัฒนธรรมผู้ประสานงานประจำอำเภอนีนมะปราง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๒๑ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายทวีศักดิ์ ล่อกา, ปลัดอำเภอนีนมะปราง, เมื่อวันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ ร้อยตรีแจ่ม มีบุญ, รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๕ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายสุริยันต์ ชัยพันธ์, ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านนีนมะปราง ตำบลนีนมะปราง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นายสาทิติ วงษ์ตะวัน, เจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้ำผาทำพล อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๒๐ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

สัมภาษณ์ นางปณณกร รุ่งอินทร์, นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ สาธารณสุขอำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก, เมื่อวันที่ ๑๘ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕.

๑.๒.๔ สื่อบริการออนไลน์

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. **แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ๒๕๖๒**. <<https://korat.cdd.go.th/wp- B5-2562.pdf>>. ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. <http://www.sceb.doae.go.th/Documents/Strategy_sceb.pdf>. ๒ กันยายน ๒๕๖๔.

จิระนุช ชาญณรงค์กุล. **การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ**. <<http://ssnet.doae.go.th/wp.../๒๐๑๕/.../QR-code>>. ๒ กันยายน ๒๕๖๔.

ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน. **นวัตกรรมสื่อสารดิจิทัลเพื่อธุรกิจและการตลาด**. <http://nattawatt.blogspot.com/>. ๒ กันยายน ๒๕๖๔.

ปราณี พรณวิเชียร. **การบริหารความเสี่ยง**. <<http://www.eqd.rmutt.ac.th/document/RISK.ppt>>. ๒ กันยายน ๒๕๖๔.

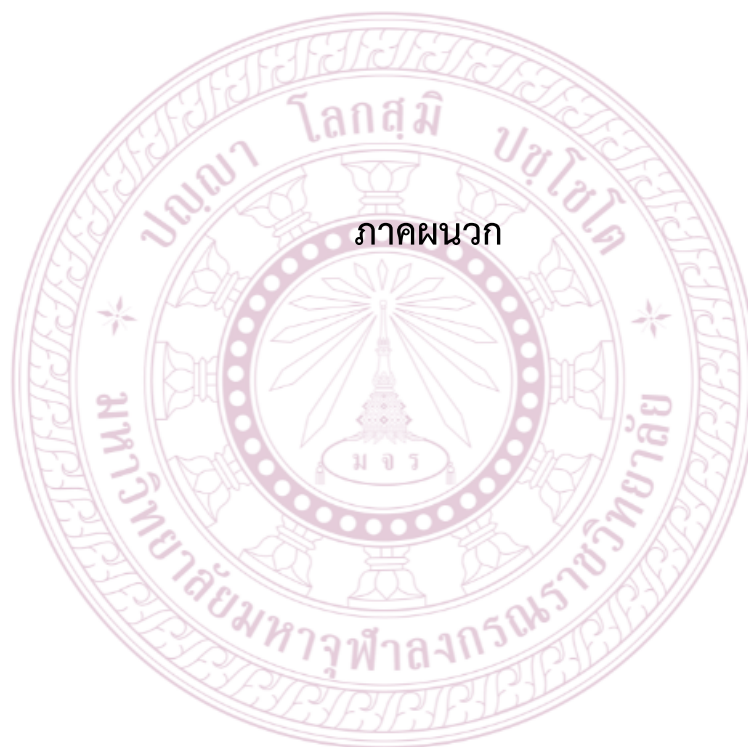
ภูมิปัญญาชาวบ้าน. <<http://www.learners.in.th/>>. ๒ กันยายน ๒๕๖๔.

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๔. <[http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTEROPM/
DRAWER01/GENERAL/DATA0004/00004314.PDF](http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTEROPM/DRAWER01/GENERAL/DATA0004/00004314.PDF)>. ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.
สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรที่สำคัญของ
จังหวัด, <<https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-dwl-files-๔๓๑๒๙๑๗๙๑๐๙๘>
>. ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๕.
สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
<<http://www.cep.cdd.go.th>>. ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.
Vcharkarn.com. (2020). Design. Retrieved June 5, 2020. <[http://www.vcharkarn.com/
vcafe/120491](http://www.vcharkarn.com/vcafe/120491)>. ๒๕ เมษายน ๒๕๖๕.

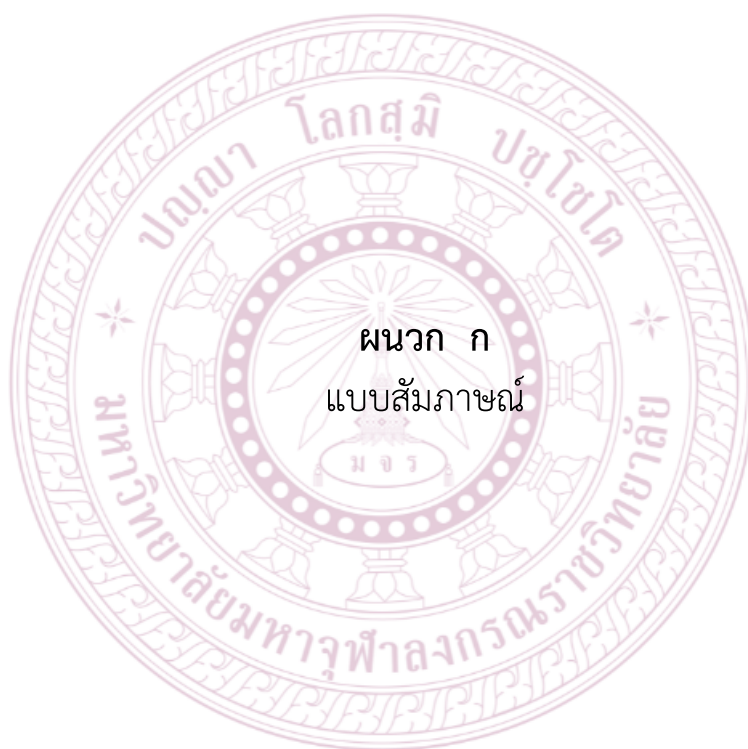
๒. ภาษาอังกฤษ

I Books

Parsons, Talcott, and Smelser, Nell J. **Economy and Society: A Study in the
Integration of Economic and Social Theory.** London : Routledge &
Kegan Paul, 1984.
Thomas J. Peters & Robert H. Waterman, Jr. เขียนในหนังสือชื่อ In Search of Excellence.
เรียบเรียงเป็นไทยโดย วีรชัย ตันติวีระวิทยา. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๓๐.
James C. Spee, and Donald W. McCormick. **The design ethos of Dieter Rams and
its implications for organizations and management education.**
Academy of Management Annual Meeting Proceedings, July 2012. [Online].
Accessed 4 June 2020.
Vcharkarn.com. (2020). Design. Retrieved June 5, 2020. <[http://www.vcharkarn.com/
vcafe/120491](http://www.vcharkarn.com/vcafe/120491)>. ๒๕ เมษายน ๒๕๖๕.



ภาคผนวก



ผนวก ก
แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง
จังหวัดพิษณุโลก
Community Product Development to Promote Tourism in
NoenMaprang District Phitsanulok Province

คำชี้แจง

๑. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒) เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และ ๓) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๒. สัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ ๒ ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้เชี่ยวชาญ โดยมีแนวคำถามในการศึกษาจะมีด้วยกัน ๗ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

ตอนที่ ๒ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

ตอนที่ ๓ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

ตอนที่ ๔ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

ตอนที่ ๕ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

ตอนที่ ๖ ปัญหาในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

ตอนที่ ๗ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....
ตำแหน่ง.....
สัมภาษณ์วันที่เวลา.....น.
สถานที่.....

ส่วนที่ ๒ ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ ๑ ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

๑) ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด

.....
.....
.....

๒) ด้านการปศุสัตว์

.....
.....
.....

๓) ด้านการประมง

.....
.....
.....

๔) ด้านงานฝีมือ

.....
.....
.....

๕) ด้านงานประดิษฐ์

.....
.....
.....

ตอนที่ ๒ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร (ลักษณะเด่นของสินค้า)

.....
.....
.....

ตอนที่ ๓ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีชื่อเสียง เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวและตลาด มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ตอนที่ ๔ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการการส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

๑) มีองค์การภาครัฐใดบ้างที่ให้การสนับสนุน และให้การสนับสนุนทางด้านใด อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

๒) มีองค์การภาคเอกชนใดบ้างที่ให้การสนับสนุน และให้การสนับสนุนทางด้านใด อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

๓) ชุมชนมีการช่วยเหลือ ส่งเสริม และให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ ๕ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

๑) มีองค์การภาครัฐใดบ้างที่ให้การสนับสนุน และให้การสนับสนุนทางด้านใด อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

๒) มีองค์การภาคเอกชนใดบ้างที่ให้การสนับสนุน และให้การสนับสนุนทางด้านใด อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

๓) ชุมชนมีการช่วยเหลือ ส่งเสริม และให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ ๖ ปัญหาในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ตอนที่ ๗ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ/เจริญพรขอบคุณ ผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน
คณะผู้วิจัย



ชุดกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

คำชี้แจง

๑. ชุดกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดนี้เป็นชุดกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชน

๒. ชุดกิจกรรมชุดนี้เป็นการปฏิบัติกิจกรรม โดยให้ประชาชนใช้เวลาว่างหลักจากการทำงานหลัก ใช้เวลาประมาณ ๔ ชั่วโมง

จุดประสงค์การเรียนรู้กิจกรรม

๑. ระดมความคิดของประชาชนในชุมชนเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

๒. ระดมความคิดของประชาชนในชุมชนเพื่อออกสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

๓. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

๔. เพื่อหาต้นแบบผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

๕. เพื่อเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

เนื้อหา

ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

กิจกรรม

๑. นำเข้าสู่กิจกรรมโดยการสนทนา และซักถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน

๒. นำรายการผลิตภัณฑ์เขียนบนกระดาน เพื่อให้ทราบผลิตภัณฑ์ในชุมชน

๓. ให้ทำการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการจะพัฒนามาเพียง ๑ ผลิตภัณฑ์

๔. ทำการระดมความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเสนอสัญลักษณ์ (โลโก้) ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้จดจำและกลับมาซื้อซ้ำ หรือบอกต่อให้กับผู้ซื้อรายอื่นๆต่อไป

๕. สรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์และนำเสนอต่อผู้นำชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง

การวัดผลและประเมินผล

๑. สังเกตจากการนำเสนอ

๒. สังเกตจากการตอบคำถาม

๓. ประเมินจากการทำกิจกรรม

**ประเด็นสนทนา การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group)
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง
จังหวัดพิษณุโลก**

**Community Product Development to Promote Tourism in
NoenMaprang District Phitsanulok Province**

คำชี้แจง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก” มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการคือ ๑) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒) เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และ ๓) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีประเด็นสนทนา ดังนี้

- ๑) ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๒) ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๓) ความต้องการผลิตภัณฑ์ รูปแบบ เอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๔) ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๕) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๖) ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก





แบบ สท.๐๙.

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ 1 สิงหาคม 2565

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ข้าพเจ้า นายธงชัย ปัญญาคำ ตำแหน่ง ประธานชุมชนใหม่ไทยเจริญ ชุมชนใหม่ไทยเจริญ
ที่อยู่ ๓๒๖ หมู่ ๔ ซอยเทศบาล ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๖๕๑๙๐
โทรศัพท์ ๐๘๙-๘๖๐-๔๖๔๘ ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง
จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ ดร.ณัฏยาณี บุญทองคำ และ ผศ.จุมพต
อ่อนทรงรียง โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- ☒ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
- ☒ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- ☒ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- ☒ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- ☒ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ ๑ เมษายน ๒๕๖๕ จนถึง ๓๐ กันยายน ๒๕๖๕ ซึ่งการนำ
ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

๑. ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๒. ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๓. ชุมชนเกิดแนวคิด สร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของ

นักท่องเที่ยว

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ

(นายธงชัย ปัญญาคำ)

ตำแหน่ง ประธานชุมชนใหม่ไทยเจริญ

ผนวก ค

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และกิจกรรม
ที่ได้ดำเนินการและผลที่ได้รับของโครงการ



**ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้
และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการและผลที่ได้รับของโครงการ**

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	บรรลุวัตถุประสงค์	โดยทำให้
๑. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	- ทราบแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี - ทราบแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น - ทราบแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน - ทราบแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ - ทราบแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน - ทราบแนวคิดของวิสาหกิจชุมชน - ทราบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ - ทราบแนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์ - ทราบแนวคิดด้านการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ - ทราบข้อมูลพื้นที่วิจัย - ทราบผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง - สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้	ข้อที่ ๑	ทำให้สามารถนำไปสู่การกำหนดแนวทางและกรอบดำเนินการวิจัยได้
๒. ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	- ทราบถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก - ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการ	ข้อที่ ๑ และข้อที่ ๒	- สามารถวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน - สามารถวิเคราะห์ออกแบบพัฒนา

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	บรรลุมัตถุประสงค์	โดยทำให้
	ส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัด พิษณุโลก		ผลิตภัณฑ์ชุมชนใน การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอำเภอเนิน มะปราง จังหวัด พิษณุโลก
๔. การเก็บข้อมูลด้วย การจัดสนทนากลุ่ม เฉพาะ (Focus Group Discussion) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๑๐ ท่าน	ประเมินผลการดำเนินงาน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชนเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอำเภอเนิน มะปราง จังหวัดพิษณุโลก ที่ผู้วิจัยเสนอ และเพิ่มเติม ในส่วนที่ยังขาดอยู่ให้ บริบูรณ์มากยิ่งขึ้น	ข้อที่ ๑ – ข้อที่ ๓	ได้รูปแบบการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชนใน การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอำเภอเนิน มะปราง จังหวัด พิษณุโลก
๕. รายงานฉบับ สมบูรณ์	ได้รายงานฉบับสมบูรณ์ที่ สามารถตอบวัตถุประสงค์ ของโครงการวิจัยทั้ง ๓ ข้อ คือ ๑) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ ชุมชนในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอำเภอเนิน มะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒) เพื่อออกแบบพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัด พิษณุโลก ๓) เพื่อเสนอรูปแบบการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใน การส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัด พิษณุโลก	ข้อที่ ๑ – ข้อที่ ๓	- ได้รายงานการวิจัย ที่มีคุณค่าสามารถ ตอบวัตถุประสงค์ ของการวิจัย และ นำไปใช้ประโยชน์ได้ - ได้ชุดองค์ความรู้ที่ สามารถเผยแพร่ได้

ผนวก ง
แบบสรุปโครงการ



แบบสรุปโครงการวิจัย (เพื่ออนุมัติจบโครงการวิจัย) สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑. สัญญาเลขที่ MCU๖๕๐๑๙

๒. ชื่อโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๓. หัวหน้าโครงการวิจัย/นักวิจัย ดร.ณัฏยาณี บุญทองคำ

หน่วยงานที่สังกัด วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๙๑-๗๔๓-๕๗๘๘ E-mail : kboontongkham@gmail.com

๔. ความสำคัญ/ความเป็นมา/ประเด็นปัญหาก่อนการวิจัย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ร่ำรวยด้วยประเพณีวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติมาช้านานและด้วยกระแสแห่งโลกาภิวัตน์ที่ขับเคลื่อนให้ผู้คนสามารถเดินทางด้วยความสะดวกรวดเร็วส่งผลต่อการเป็นจุดหมายหมายในการท่องเที่ยวของประชาคมโลกมานับกว่า ๕๐ ปีโดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งหมด ๓.๐๖ ล้านล้านบาทโดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย ๓๙.๗๗ล้านคนคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ ๑๒ ของ GDP ปฏิเสธไม่ได้ว่าการดำรงอยู่ของกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน

ในด้านการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในระดับฐานรากนั้นยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้กำหนดกรอบด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้เกิดความยั่งยืนประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้นรวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)^๑ ยุทธศาสตร์ที่๓การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนมีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการเพื่อตอบสนองต่อโจทย์การพัฒนารองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในแนวคิดดังกล่าวของภาครัฐเพื่อสนองโจทย์ดังกล่าวนี้พบว่ากรมการพัฒนาชุมชนได้ริเริ่มแนวคิดนวัตกรรมในการจัดการชุมชนเพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีชวนกันคิดชวนกันทำผลิตสินค้าและบริการรวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนอันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งเป็นแนวคิดที่น่าสนใจและประสบความสำเร็จในบางพื้นที่มาโดยลำดับ

ที่สำคัญ เช่น การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) โครงการ OTOP Tourism Village โครงการ OTOP Product Champion การจัดงาน OTOP City การส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดตั้งร้านค้าสินค้า OTOP ในสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ OTOP การ

^๑ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔), กรุงเทพฯ, ๒๕๖๐.

สนับสนุนด้านเทคโนโลยีและความรู้จาก JETRO และองค์กรอื่นๆ^๒ และการจัดตั้งทีมงานด้านการตลาดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ในบางชุมชนมี ผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

อำเภอเนินมะปรางเดิมเป็นตำบลที่อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ราษฎรส่วนใหญ่อพยพมาจากหลายพื้นที่ โดยเฉพาะทางภาคอีสาน เช่น จังหวัดร้อยเอ็ด เลย มหาสารคาม เพชรบูรณ์ เป็นต้น จึงทำให้มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย จากสถานการณ์ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๑๖-๒๕๑๙ มีผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์เข้าปลุกระดมมวลชนทำการแทรกซึมบ่อนทำลาย และมุ่งโจมตีสถานที่ราชการอยู่เนืองๆ ทางราชการจึงได้แยกพื้นที่บางส่วนของอำเภอวังทอง ตั้งเป็นกิ่งอำเภอเนินมะปราง เมื่อวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๑๙ และต่อมาได้ยกฐานะเป็นอำเภอเนินมะปรางเมื่อวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๒๖ อำเภอเนินมะปรางมีเนื้อที่ประมาณ ๑๑,๐๒๙.๕๕ ตารางกิโลเมตร^๓ และมีภูมิปัญญาด้านการทอผ้ามัดหมี่พื้นเมืองที่สืบทอดกันมาจากรุ่นปู่ย่า ตายาย ช่างลายของผ้าทอมัดหมี่เป็นลายที่ไม่ซ้ำกับชุมชนใด คือ ลายข้อมมะปราง ที่ต่อยอดไอเดียจากสิ่งใกล้ตัวมาเป็นลายผ้าทอที่มีคุณค่าและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน สะท้อนชื่อที่ตั้งของหมู่บ้าน ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ปัจจุบันบ้านผารังหมี่กลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จึงได้เปิดบ้านผารังหมี่แห่งนี้เป็นศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าทุกขั้นตอน และนอกจากการทอผ้าผืนแล้ว ก็ต่อยอดนำผ้าเหล่านี้ไปแปรรูป ทั้งแปรรูปตัดเย็บเป็นชุด แปรรูปเป็นกระเป๋าเป้ กระเป๋าข้าม เป็นกางเกง เป็นพวงกุญแจที่หลากหลายอีกด้วย เวลาที่นักท่องเที่ยวมาสนับสนุนสินค้าที่ทำเอง ผลิตเอง ก็จะรู้สึกภูมิใจ เพราะทำเองกับมือ บางรายนักท่องเที่ยวที่มาแล้วมาซ้ำอีก ชุมชนมีรายได้เพิ่มนอกเหนือจากการทำนา^๔

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาศึกษา เพื่อกระตุ้น ธุรกิจประกอบการ ยกย่องฐานะ ความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้การผลิต หรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้า ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ยกย่อง ฐานะ ความเป็นอยู่ ของคนในชุมชน ให้ดีขึ้น มีจุดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในจังหวัดพิษณุโลก ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลกเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง

^๒ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, **แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ๒๕๖๒**, <<https://korat.cdd.go.th/wp-B๕-๒๕๖๒.pdf>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

^๓ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง, **ประวัติความเป็นมา**, <<https://district.cdd.go.th/noenmaprang>>, ๖ เมษายน ๒๕๖๕.

^๔ สัมภาษณ์, นายทวีศักดิ์ ล้อกา, ปลัดอำเภอเนินมะปราง, ๑๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

๕. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๕.๑ เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๕.๒ เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๕.๓ เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๖. ผลการวิจัย/การแก้ปัญหาโดยการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

๖.๑ ศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การเกิดของภูมิปัญญามีกระบวนการเรียนรู้และสืบทอด ถ่ายองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนแล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้ จนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด การเชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นและชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ภายใต้การสนับสนุนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านเทคนิคการผลิตที่เกี่ยวข้อง มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความโดดเด่น มีคุณภาพมาตรฐานพร้อมที่จะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ที่สำคัญผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้

๖.๑.๑ ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด

ด้วยพื้นที่และสภาพอากาศที่เหมาะสมจึงสามารถปลูกพืชต่างๆ ได้หลากหลายชนิดในแบบที่หลายประเทศทำไม่ได้ แหล่งรายได้หลักจึงมักมาจากประเทศพัฒนาแล้วแต่ขาดแคลนด้านการผลิตจึงต้องอาศัยการนำเข้านั่นเอง เช่น มะม่วง มะยงชิด ทุเรียน ข้าวกล้องหอมมะลิ

๖.๑.๒ ด้านการปศุสัตว์

เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีจำนวน ๓,๓๖๕ ราย^๕ ส่วนใหญ่จะเลี้ยงไก่พื้นเมือง เพื่อการเป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบทที่มีราคาถูก เป็นรายได้เสริมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่เกษตรกรหรือชาวบ้านเกิดความจำเป็นรีบด่วน เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย หรือค่าเล่าเรียนบุตร เป็นต้น

๖.๑.๓ ด้านการประมง

การทำประมงน้ำจืด เป็นการจับ ดัก ล่อ หรือเก็บสัตว์น้ำที่ยังมีชีวิตอยู่ในแหล่งประมงน้ำจืด เช่น หนอง บึง แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลองธรรมชาติ ด้วยเครื่องมือทำการประมง เพื่อใช้บริโภคหรือขาย โดยที่บ่อล่อสัตว์น้ำ คือ บ่อที่ขุดในที่สาธารณะหรือที่เอกชนในฤดูน้ำหลาก เพื่อให้

^๕ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, จำนวนประชากรสัตว์สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕๖๔.

สัตว์น้ำตามธรรมชาติเข้ามาอยู่ เมื่อน้ำลดสัตว์น้ำนั้นจะถูกขังอยู่ในบ่อล่อๆ และเมื่อไต้ได้ระดับหนึ่งสัตว์น้ำนั้นจะถูกจับขึ้นมาเพื่อบริโภคหรือขายการทำประมงในแหล่งน้ำจืดตามบริเวณที่ต่างๆ^๖ ในจังหวัดพิษณุโลกมีประชาชนในพื้นที่ขึ้นทะเบียนเป็นชาวประมง ๓๗ ราย^๗

๖.๑.๔ ด้านงานฝีมือและด้านงานประดิษฐ์

งานประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุท้องถิ่น เป็นชิ้นงานที่จัดทำขึ้นสร้างขึ้น โดยวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่บรรพบุรุษของเรารู้จักประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ไม้สอยเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นสิ่งประดับตกแต่งตามบ้านเรือนให้มีความสวยงามน่าอยู่ เป็นของใช้ตามประเพณีต่างๆ ของเล่นเด็ก ของกำนัล ของฝาก เป็นต้น

๖.๒ การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

มะปราง จังหวัดพิษณุโลก

จากการลงพื้นที่วิจัย มีหลายชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน มีชุมชนเขตอำเภอเนินมะปรางเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน ๑๑ หมู่บ้าน มีเพียง ๕ ชุมชนที่มีผลการดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ก่อให้รายได้ใหม่จากการท่องเที่ยวชุมชน มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่องภายหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ OTOP นวัตวิถี ของกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และมีการรวบรวมชุดความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของชุมชนไว้ ได้แก่

- ๑) บ้านน้ำปาด หมู่ที่ ๒ ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๒) บ้านมุงเหนือ หมู่ที่ ๑ ตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๓) บ้านลำภาศ หมู่ที่ ๔ ตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๔) บ้านหัวเขา หมู่ที่ ๖ ตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
- ๕) บ้านผารังหมี หมู่ที่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

จากการผลิตเพื่อการใช้สอยในครอบครัวและแบ่งปันให้ญาติมิตร ปัจจุบันได้รวมกลุ่มเป็นกลุ่มอาชีพ ผลิตเพื่อจำหน่าย และจากเดิมที่นิยมผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้ายในลวดลายต่างๆ ปัจจุบันนิยมผลิตลายขอผ้าลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ ทำให้ยอดขาย OTOP เพิ่มขึ้นหลายครอบครัวหลายชุมชนมีรายได้เพิ่ม ในช่วงวิกฤตโควิด-๑๙ ด้วยเหตุนี้โดยพื้นฐานชุมชนบ้านผารังหมีมีการผลิตผ้าทอมือจนเป็นวัฒนธรรมของผู้คนในจังหวัดพิษณุโลกอยู่แล้ว ที่มีการผลิตกันเป็นจำนวนมาก มาประยุกต์ใช้เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ถือว่าเป็นแนวทางการออกแบบที่ควรจัดให้มีการพัฒนามากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพที่ผลิตอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย และกลุ่มการผลิตงานจักร จากไม้ไผ่ นอกจากนั้นยังมีกลุ่มอาชีพที่ได้รับการสนับสนุนเข้าโครงการส่งเสริมอาชีพ คือการจัดทำไม้กวาดดอกหญ้าซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาเร่งด่วน คือ การบรรจุภัณฑ์ แม้ว่าคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ทั้งด้านรสชาติ คุณภาพที่ดี แต่การบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้

^๖ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรที่สำคัญของจังหวัด, <<https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-dwl-files-๔๓๑๒๙๑๗๙๑๐๙๘>>, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๕.

^๗ สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก, จำนวนผู้ทะเบียนชาวประมง (ทบ.๓) จังหวัดพิษณุโลก, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๔.

รับการพัฒนาเท่าที่ควร โดยสรุปการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้จำแนกแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนาต่อไป ออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๖.๒.๑ ประเภทของตกแต่ง

ปัจจุบันความนิยมในการตกแต่งที่พักอาศัย อาคารสถานที่ โรงแรม ร้านอาหาร ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในสถานที่พักอาศัย โดยอาศัยแสงไฟเป็นส่วนเสริม อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีลายผ้าที่หลากหลาย มีความงดงามเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น มีเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ จะสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในงานตกแต่งได้อีกมากมาย คณะผู้วิจัยจึงเน้นการสร้างรูปแบบโคมไฟ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาต่อไป

๖.๒.๒ ประเภทตราสัญลักษณ์ (LOGO)

ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ หรือเครื่องหมายการค้าของชุมชนเป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของชุมชน คณะผู้วิจัยพบว่า ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ๑) เน้นความเรียบง่าย
- ๒) ดึงดูดใจผู้พบเห็น ต้องดูไม่ยากเกินไป
- ๓) มองไปข้างหน้า คิดถึงความยั่งยืนของโลโก้
- ๔) ใช้ลายเส้นที่สะอาดตาชัดเจน ไม่ใช่สีมาก
- ๕) มีความยืดหยุ่น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
- ๖) จัดจำได้ง่าย
- ๗) สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ โลโก้จะต้องออกมาทำให้ลูกค้าสามารถจินตนาการถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ง่าย
- ๘) มีเอกลักษณ์เฉพาะตน

๖.๒.๓ ประเภทบรรจุภัณฑ์

ด้วยเหตุที่บรรจุภัณฑ์เป็นปัญหาที่สำคัญที่ควรเร่งการพัฒนา เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายนอกพื้นที่ได้ ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้เป็นแนวทางสามารถนำไปใช้งานได้เลย ส่วนที่ยังคงรอการพัฒนาต้องเร่งในการดำเนินงานต่อไป

๖.๓ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อการเพิ่มมูลค่าและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ในธุรกิจโรงแรม ด้วยการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านภูมิปัญญา เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุตามที่ต้องการ ใช้งานได้ตรงตามประสงค์ ได้รับตามจำนวนที่ต้องการต่อหน่วยขนส่ง และครอบคลุมรายละเอียดที่จำเป็นในการใช้งานทั้งหมด รวมทั้งคุณสมบัติและลักษณะพิเศษที่มีความโดดเด่น พบว่า สัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ควรศึกษาและพัฒนาเป็นอันดับแรก คือ กลุ่มชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญ รองลงมาคือ กลุ่มจักรสานบ้านเนินดิน เมื่อวิเคราะห์ความต้องการจะพบว่า สิ่งที่ควรพัฒนาได้ในเบื้องต้น คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการป้ายสินค้า โดยคำนึงถึงรูปแบบดังนี้

๑. มีความแข็งแรง คงทน ความพอดี และควบคุมกับการประหยัด
 ๒. มีราคาขายที่เหมาะสม
 ๓. ผลิตภัณฑ์ต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกสบาย
 ๔. ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เพราะประทับใจในครั้งแรกที่พบ เช่น สีสันทที่สวยงาม สะดุดตา
 ๕. มีความสะดวกสบายในการใช้งานได้อย่างเหมาะสมกับร่างกายของมนุษย์ที่ใช้งานให้ไม่เกิดความเมื่อยล้าขณะใช้งานในระยะนานๆ
 ๖. วัสดุมีความสอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย การดูแลรักษา การสั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกต่อส่วนรวม ความปลอดภัยต่อผู้ใช้และธรรมชาติ เช่น นำกลับมาใช้ใหม่
 ๗. มีความปลอดภัย ต้องมีเครื่องหมายเตือน หรือคำอธิบาย ประกอบ
 ๘. การขนส่งต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนย้าย ระยะทางและวิธีการ เช่น ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือแม้แต่บรรจุภัณฑ์ ว่าปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดการเสียหายขณะขนส่ง หรือกินเนื้อที่
- ๘. การเผยแพร่/การประชาสัมพันธ์**
จัดทำผลการวิจัยฉบับย่อ จำนวน ๑๐ เล่ม
- ๙. ภาพประกอบกิจกรรมการวิจัย/การเผยแพร่ผลงานวิจัย**



ผนวก จ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มเฉพาะ

๑. พระครูอดุลธรรมสาร (ปัญญาธิ), เจ้าคณะอำเภอเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๒. นางสาวปณณศิริ ถนอมมิตร, หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก
๓. นางสุทธิรักษ์ อาจองค์, พัฒนาการอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๔. นางสาวมลิ เกตุศรีบุรินทร์, ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก
๕. นายบุญชนะ คลองภูเขียว, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๖. นางสาวธนากร น้อยพันธ์, ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๗. นายพงศกร พิพัฒน์เดชา, ปลัดเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๘. นายวรชัย เทียงไธสง, กำนันตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๙. นายมานพ สังข์เทศ, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๘ บ้านเผ่าไทย ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๑๐. นายชัยวัฒน์ กะถิ่นทอง, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๑๑ บ้านร่มเกล้า ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

รายนามผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการให้สัมภาษณ์

๑. นายพิษณุชัย ทรงพุฒิ, ผู้ก่อตั้งเครือข่ายกลุ่มคนรักเนินมะปราง ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๒. นายธงชัย ปัญญาคำ, ประธานกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ชัยเจริญ ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๓. นางนิธิญา บุญสว่าง, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาหมุง (หัวเขา) ตำบลนาหมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๔. นางสุภัทร จักขุศรี, ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังขอนเหนือ (นีน้าถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๕. นายเนิน ทั้งทอง, ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านวังขอนเหนือ (ถ้ำลอด) ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๖. นางศิริขวัญ ทองเชื้อ, ผู้ประกอบกิจการโฮมสเตย์บ้านรักไทย (วิวแคมป์ขุนเขา) ตำบลชมพู อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๗. นางสาวศศิธร ชมภูมี, ผู้ประกอบการนำเที่ยวชุมชนบ้านผาเรียงหมี่ หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
๘. นายสายทอง ทาสี, ผู้ประกอบการนำเที่ยวชุมชนบ้านนาหมุง หมู่ ๕ ตำบลนาหมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๙. พระครูสุภัทรกิจวิบูลย์ (สุทิน) เจ้าคณะตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๐. นายทวี กมลรัตน์ ผู้ใหญ่บ้านใหม่ชัยเจริญ หมู่ ๔ ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๑. นายเรวัตร์ สุขอักษร ผู้ใหญ่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๒. นายประสิทธิ์ หมื่นพหล กรรมการหมู่บ้านผารังหมี หมู่ ๓ ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๓. นางปนัดดา นาประจัต ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสาน หมู่ ๕ บ้านเนินดิน ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๔. นางพันธ์ทอง หมื่นพหล ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามัดหมี่ บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๕. นางอรุณี ดีเยี่ยม ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบ้านน้อยซุ้มขี้เหล็ก อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๖. นางสาวกชกร พุทธคุณ นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก

๑๗. นายอธิวัฒน์ ฉัตรกมลธรรม นักพัฒนาฯ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก (ผู้ประสานงานพื้นที่อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก)

๑๘. นายศุภกิจ ชันทอง นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๑๙. นายภูริน กสิณฤกษ์ นักวิชาการวัฒนธรรมผู้ประสานงานประจำอำเภอเนินมะปราง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก

๒๐. นางปณณกร รุ่งอินทร์ นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ สาธารณสุขอำเภอเนินมะปราง

๒๑. นายทวีศักดิ์ ล่อกา ปลัดอำเภอเนินมะปราง

๒๒. ร้อยตรีแจ่ม มีบุญ รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๒๓. นายสุริยันต์ ชัยพันธ์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเนินมะปราง ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

๒๔. นายสาทิติ วงษ์ตะวัน เจ้าหน้าที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าถ้ำผาท่าพล อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก