การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

Knowledge Management Process to Development Product Designs and Analysis Community Business Potentiality, Doi Saket District, Chiang Mai Province

รองศาสตราจารย์อัญชลี โสมดี
สาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

RAJABHAT CHIANG MAI
Research Journal

การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

Knowledge Management Process to Development Product Designs and Analysis Community Business Potentiality, Doi Saket District, Chiang Mai Province

รองศาสตราจารย์อัญชลี โสมดี
สาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชน การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทัศนคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และการจัดการความรู้ เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเพื่อการพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน ด้วยกระบวนการจัดการความรู้และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีกลุ่มตัวอย่างการศึกษา ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 46 กลุ่ม จาก 14 ตำบล

ผลจากการวิจัย พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในกลุ่มตนเองเพื่อการพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และกลวิธีการออกแบบกลุ่มธุรกิจชุมชนมีการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการร่วมกันแสดงความคิดเห็น โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้ควบคุมดูแลการผลิตการออกแบบ ส่วนขั้นตอนการผลิตเป็นการถ่ายทอดกลวิธีปฏิบัติงานจากประธานกลุ่มไปสู่สมาชิกภายในกลุ่ม หลังจากนั้นสมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นผู้ถ่ายทอดให้แก่สมาชิกคนอื่น ๆ ต่อไป การจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชน พบว่า จากการที่กลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับการบริการความรู้ด้านต่าง ๆ โดยคณะผู้วิจัยวิทยากร รวมถึงจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งผลให้ธุรกิจชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาตนเอง และการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจของตน เพื่อการดำเนินงานพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

Abstract

The purposes of this research aim to study the community's need about product and community's potential development, to study product pattern concerning with concept, design methods, manufacturing procedure, local wisdom, attitude, environment, natural capital affecting to product pattern including knowledge management on community's product development by design experts. Also, it is to provide the knowledge management to analyze the potential of marketing, manufacturing and community business operation on self-sufficiency economy basis by His Majesty the King Rama IX for sustainable life quality and community business development with knowledge management process and utilization of Qualitative Research and Participatory Action Research. The research sample groups are 46 groups from 14 sub-districts in Doi Saket district, Chiang Mai province.

According to the study, it was found that the community needs to improve the products and potential within their group in order to develop knowledge and expertise in manufacturing and designing their further products. Also, for the study on product pattern and design method, the community business groups design and develop their products by giving opinion as the group president will be in charge of supervising the manufacturing and designing. On, manufacturing process, it is performed by instructing procedures from group president to members. After that, members will instruct to other members. On, community product knowledge management process and potential of management, marketing, manufacturing, and operating, it was found that after being instructed for variety of knowledge from researchers and lecturers including knowledge exchanging session, community business groups have become more prepared to improve themselves and to perform with better effectiveness. Also, they are able to apply self-sufficiency economy concept for their business, operations and community business for sustainability.

บทนำ

หัตถกรรมนับเป็นการผลิตนอกระบบการเกษตรที่มีความสำคัญของไทย เนื่องจากสามารถรองรับแรงงานได้ถึง 5.24 ล้านคนในปี 2543 (สำรวจรอบที่ 1 (ก.พ.) โดยสำนักสถิติแห่งชาติ) หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.59 ของแรงงานนอกภาคการเกษตรทั้งหมด และการจ้างงานในสาขาหัตถกรรมได้เพิ่มขึ้นจากปี 2541 ร้อยละ 14.46 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสาขาการผลิตดังกล่าวเป็นที่พึ่งพิงของกำลังแรงงานได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สินค้าหัตถกรรมยังเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ และทำรายได้ให้กับประเทศอย่างมาก และการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรม ในระดับชุมชนยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาชนบทซึ่งเน้นหนักในเรื่องธุรกิจชุมชน เพื่อยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน นอกจากนี้การส่งเสริมอุตสาหกรรมหัตถกรรมในชุมชนจะมีส่วนช่วยอนุรักษ์และสืบสานศิลปวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชาติ (ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2544)

ถึงแม้ว่าจังหวัดเชียงใหม่จะเป็นจังหวัดที่มีการทำงานหัตถกรรมมากที่สุดจังหวัดหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจนได้มาตรฐานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นจำนวนถึง 640 รายการ (ไทยตำบลดอทคอม, 2550) ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าด้านหัตถกรรม สำหรับอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ มีการพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ แต่การพัฒนางานหัตถกรรมและการประกอบธุรกิจของชุมชนยังเป็นไปในทิศทาง

ที่ตรงกันข้าม ดังที่ สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช., 2544) กล่าวว่า ในการประเมินผลการพัฒนาประเทศในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมา มีผลสรุปว่าเป็นการพัฒนาที่ไม่สมดุล เนื่องจากประสบความสำเร็จเฉพาะปริมาณ แต่ขาดความสมดุลด้านคุณภาพจึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ขาดภูมิคุ้มกันและไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากกระแสโลกาภิวัตน์ และเศรษฐกิจยุคใหม่ได้ยังผลให้มีการพึ่งพาตนเองน้อยลง นอกจากนี้การพัฒนายังก่อให้เกิดปัญหาตามมามากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบทมากขึ้น เช่น คนในชนบทจะต้องละทิ้งถิ่นฐานเข้าสู่เมืองเพื่อแสวงหาหนทางในการสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว เป็นต้น อีกทั้งการประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริที่นำไปประยุกต์กับระบบอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (อภิชัย พันธเสน, 2545) กล่าวว่า ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้วิสาหกิจสามารถพัฒนาผ่านวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจมาได้ เพื่อพัฒนาเป็นตัวชี้วัดและกำหนดเป็นเกณฑ์ที่ให้การสนับสนุนแทนการเน้นปัจจัยด้านการเงินเพียงอย่างเดียว ซึ่งนับเป็นจุดเน้นที่สำคัญของการสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดกลางและย่อมโดยรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐบาลมาโดยตลอด และคงจะเป็นแนวทางสำคัญต่อไปในอนาคต

ทฤษฎีการจัดการความรู้นั้น นับเป็นวิธีการที่ใช้ควบคู่กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในการวิเคราะห์หาสาเหตุเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อทราบปัญหา สาเหตุ ความต้องการ หาทางช่วยเหลือในการพัฒนาสินค้า หรือผลิตภัณฑ์จนสามารถยกระดับไปเป็นสินค้าพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสินค้าชุมชน อีกทั้งเป็นการบูรณาการกับการเรียนการสอนเพื่อให้นักศึกษาสาขาวิชาศิลปกรรมได้ฝึกปฏิบัติการทำงานร่วมกับชุมชน เพื่อเป็นการแสดงแนวทางในการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการทำงาน และเป็นแนวทางพัฒนาท้องถิ่นของตน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการชุมชน เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทัศนคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติ ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

3. การจัดการความรู้ด้านการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

4. การจัดการความรู้เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพในด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

5. การจัดการความรู้ โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจชุมชนอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การจัดความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีขั้นตอนในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่าง ๆ แบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาบริบทชุมชนโดยติดต่อประสานงานกับผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชนคณะกรรมการ อบต. และผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อเตรียมนัดประชุม

2. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1 ประชุมทีมวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานวิจัยระหว่างผู้วิจัย ผู้นำท้องถิ่น นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชนในระดับหมู่บ้านและครัวเรือน ด้านประวัติ สภาพแวดล้อม ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การศึกษา และความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องด้านปัญหา สรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

4. ศึกษาดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน

5. การจัดเวทีครั้งที่ 2 เพื่อร่วมจัดทำโครงการ โดยการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงาน มาวิเคราะห์ และหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์

6. เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของชุมชนเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิตและการจัดจำหน่าย

7. การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนากลวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์

8. การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการ การผลิต ด้านการตลาด และออกแบบตกแต่งร้านค้า

9. การเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 3 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคในการปฏิบัติงาน

10. การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ

11. นำไปทดลองวางจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประเมินผลโดยให้ประชาชนทำการประชาพิจารณ์

12. ประเมินสรุปผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพสินค้า ตามความต้องการของท้องตลาด ถ้าการจำหน่ายประสบผลสำเร็จ ต่อไปชุมชนนำผลิตภัณฑ์จำหน่ายโดยออกค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด

13. จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 4 ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไข พัฒนาคุณภาพ การจัดจำหน่ายเพื่อดึงดูดลูกค้า

14. การจัดนิทรรศการ โดยมีสถานที่การจัดนิทรรศการ ณ ลานที่ว่าการอำเภอดอยสะเก็ด

15. สรุปบทเรียนกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้แก่ การสรุปบทเรียนกระบวนการของโครงการวิจัย เพื่อหาแนวทางต่อยอดการวิจัยครั้งต่อไปและสรุปผลการวิจัย จัดพิมพ์รูปเล่ม จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์

สรุปผลการศึกษา

จากการดำเนินกิจกรรมวิจัย พบว่า มีกลุ่มธุรกิจชุมชนที่สมัครใจเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ สามารถแบ่งได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ศึกษากลุ่มธุรกิจชุมชน ตำบลเชิงดอย และตำบลตลาดขวัญ มีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย 9 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มถั่วเหลืองผสมงา
2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดผงสำเร็จรูป

3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ผลิตภัณฑ์ขนมกะละแมกะทิ
4) กลุ่มตัวอย่างที่ 4 ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรลูกประคบ
5) กลุ่มตัวอย่างที่ 5 ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจเชือก
6) กลุ่มตัวอย่างที่ 6 ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอชาวเขา
7) กลุ่มตัวอย่างที่ 7 ผลิตภัณฑ์กลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือ จักสาน งานฝีมือ
8) กลุ่มตัวอย่างที่ 8 ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม
9) กลุ่มตัวอย่างที่ 9 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรลูกประคบ ชาสมุนไพรดอกคำฝอยและดอกไม้จันทน์

กลุ่มที่ 2 ศึกษากลุ่มตำบลแม่โป่งและตำบลสันปูเลย มีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย จำนวน 7 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาเห็ดหอม
2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะเขือเทศ และถั่วคั่วทรายแปรรูป
3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรชง และชาพร้อมดื่ม
4) กลุ่มตัวอย่างที่ 4 ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และหมูยอ
5) กลุ่มตัวอย่างที่ 5 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา น้ำพริกตาแดง แคบหมู และแหนมหมู
6) กลุ่มตัวอย่างที่ 6 ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก
7) กลุ่มตัวอย่างที่ 7 ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ

กลุ่มที่ 3 ศึกษากลุ่มตำบลตลาดใหญ่ และตำบลสำราญราษฎร์ มีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย 9 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์ผ้าไทย และเครื่องประดับ
2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์พริกลาบ
3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้
4) กลุ่มตัวอย่างที่ 4 ผลิตภัณฑ์แชมพู และครีมนวดผม
5) กลุ่มตัวอย่างที่ 5 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดง
6) กลุ่มตัวอย่างที่ 6 ผลิตภัณฑ์เครื่องเขิน ไม้แกะสลัก และสบู่แกะสลัก
7) กลุ่มตัวอย่างที่ 7 ผลิตภัณฑ์กระดาษสา และหมวกคาวบอย
8) กลุ่มตัวอย่างที่ 8 ผลิตภัณฑ์ขนมไทย
9) กลุ่มตัวอย่างที่ 9 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินแท้

กลุ่มที่ 4 ศึกษากลุ่มตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ มีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย 7 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ)
2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง
3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขมิ้นชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง
4) กลุ่มตัวอย่างที่ 4 ผลิตภัณฑ์ปั้น
5) กลุ่มตัวอย่างที่ 5 ผลิตภัณฑ์ร่มไม้ไผ่
6) กลุ่มตัวอย่างที่ 6 ผลิตภัณฑ์ข้าวแตน และกล้วยฉาบสมุนไพร
7) กลุ่มตัวอย่างที่ 7 ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม

กลุ่มที่ 5 ศึกษากลุ่มตำบลแม่คือ ตำบลลวงใต้ และตำบลสันปูเลย มีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย 7 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูป
2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์โคมไฟร่ม โคมไฟดาว โคมไฟเดือน พัด และร่มโมบาย
3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าชาวเขา

4) กลุ่มตัวอย่างที่ 4 ผลิตภัณฑ์เครื่องเขิน ปลาเงิน ปลาทอง
5) กลุ่มตัวอย่างที่ 5 ผลิตภัณฑ์ถาดไม้ไผ่
6) กลุ่มตัวอย่างที่ 6 ผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพร
7) กลุ่มตัวอย่างที่ 7 ผลิตภัณฑ์กล่องไม้ใส่ของ และหีบ

กลุ่มที่ 6 ศึกษากลุ่มตำบลลวงเหนือ มีกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย จำนวน 7 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ
2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาไม้รูปสัตว์ต่าง ๆ
3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนตัดต่อลาย
4) กลุ่มตัวอย่างที่ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์โคมไฟเส้นด้าย
5) กลุ่มตัวอย่างที่ 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์กระดาษสา
6) กลุ่มตัวอย่างที่ 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวแคบ
7) กลุ่มตัวอย่างที่ 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าม่านปักมือ



ภาพที่ 1 การบริการความรู้จากคณะผู้วิจัยด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ บัญชี การตลาด ฯลฯ แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอดอยสะเก็ดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

จากกิจกรรมในการดำเนินการวิจัยสามารถสรุปผลการดำเนินงาน และผลการศึกษาของงานวิจัยได้ดังนี้

1. ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพธุรกิจชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชน 46 กลุ่ม ใน 14 ตำบล กล่าวได้ว่ามีประเด็นด้านความต้องการที่สำคัญ คือ ความต้องการในแนวทางการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง ทั้งในรูปแบบ ความสวยงามและสี คิดเป็นร้อยละ 89 ความต้องการพัฒนาวัตถุดิบใหม่ในการผลิตสินค้า คิดเป็นร้อยละ 76 และความต้องการด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เช่น รูปแบบล้านนา รูปแบบสมัยใหม่และแบบร่วมสมัย คิดเป็นร้อยละ 70 และกลุ่มธุรกิจชุมชน มีความต้องการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 89 มีความต้องการด้านตราสัญลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 75 โดยความต้องการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ความต้องการความรู้ด้านกลวิธีออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยมือ ความต้องการความรู้ด้านกลวิธีออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ความต้องการแหล่งผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (พิมพ์ใบปลิว ฉลาก หีบห่อ สติ๊กเกอร์ เป็นต้น) ที่มีความต้องการสูงโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์เกินร้อยละ 50 เช่นกัน

ผลความต้องการของกลุ่มธุรกิจชุมชนในการพัฒนาด้านบริหารจัดการ ทางกลุ่มมีความต้องการความช่วยเหลือจากผู้นำชุมชน เช่น ด้านแหล่งทุน ด้านสถานที่จำหน่าย การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ สื่อ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 69 ความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐบาล ด้านแหล่งทุน สถานที่จัดจำหน่าย การบริการความรู้ด้านต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ สื่อ เว็บไซต์ รวมถึงชักจูงเข้าสู่กิจกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐบาลซึ่งส่งผลดีต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 69 และความต้องการความช่วยเหลือจากคนในชุมชนในด้านแรงงาน ประชาสัมพันธ์และการสนับสนุนสินค้า คิดเป็นร้อยละ 69 เช่นกัน

ผลจากความต้องการทั่วไป สรุปได้คือ ความต้องการความร่วมมือกับกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในเรื่องความรู้ด้านการจัดการ การเงินและตลาด คิดเป็นร้อยละ 52 ความต้องการความช่วยเหลือจากเยาวชน ในชุมชนเพื่อร่วมพัฒนาและลือสานงานหัตถกรรมท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 60 และความต้องการจากประชาชนทั่วไป ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นเพื่อการสนับสนุนให้สินค้าและกลุ่มธุรกิจชุมชนดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน คิดเป็นร้อยละ 75 โดยข้อมูลด้านความต้องการเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาและพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

2. เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทัศนคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการศึกษา พบว่า แนวความคิดและกลวิธีการออกแบบของกลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่นั้น เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้ประกอบการเองไม่ว่าจะเป็นหัวหน้ากลุ่มหรือสมาชิกกลุ่ม โดยมีการศึกษาจากกลุ่มผู้ประกอบการรายอื่น หรือค้นคว้าจากตำรา นิตยสาร เป็นต้น ด้านขั้นตอนการผลิตกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก มีการบริหารจัดการโดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้ดูแลงานต่าง ๆ ภายในกลุ่มเอง และประธานกลุ่มยังมีการฝึกฝนอาชีพ และฝึกฝีมือให้แก่สมาชิกภายในกลุ่มด้วยการส่งสมาชิกไปฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ ตามที่ส่วนราชการและภาคเอกชนจัดขึ้น และภายหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการวิจัย พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการผลิต รวมไปถึงการบริหารจัดการของกลุ่มที่มีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่าง เช่น การพัฒนาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน และความเป็นไปได้ทางการตลาดเพื่อให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การคัดสรร กล่าวได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการพัฒนาไปสู่ขั้นที่สูงกว่าเดิม ดังเช่น จากผลการประเมินระดับดาว กล่าวได้ว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัยอย่างต่อเนื่องนั้นมีการพัฒนาด้านการออกแบบและการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจของตนเป็นอย่างมาก

3. การจัดการความรู้ด้านการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการดำเนินการจัดการความรู้ด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแผนการวิจัย นำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวส่งให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เพื่อรับการคัดสรร ผลที่ได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 46 กลุ่ม ใน 14 ตำบล มีมาตรฐานตามการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ.2542 กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 1 ดาว มีจำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็น 4.8 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 2 ดาว มีจำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็น 52 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 3 ดาว มี 9 กลุ่ม คิดเป็น 21.4 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 4 ดาว มี 7 กลุ่ม คิดเป็น 17 เปอร์เซ็นต์ เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศ สามารถพัฒนาสู่สากลได้ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับ 5 ดาว มี 2 กลุ่ม คิดเป็น 4.8 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นสินค้าที่มีคุณภาพหรือมีศักยภาพในการส่งออก

4. การจัดการความรู้เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพในด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานด้านธุรกิจชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพในด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานธุรกิจชุมชนอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 46 กลุ่ม ใน 14 ตำบล โดยวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ 10 ประเด็น คือ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการจัดการ ด้านการเงิน ด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรม ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านคู่แข่ง ด้านลูกค้า ด้านสถาบันการเงิน สรุปได้ คือ

ด้านการตลาด กล่าวคือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายโดยผลิตตามใบสั่งคิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือ ผลิตสินค้าเพื่อขายส่ง คิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์ การผลิตเพื่อจำหน่ายโดยตรง คิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ สุดท้ายคือ การผลิตตามใบสั่งและเพื่อขายส่ง คิดเป็น 35 เปอร์เซ็นต์ นับว่าเป็นรูปแบบการผลิตที่ถูกใช้มากที่สุดในกลุ่มผู้ประกอบการอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ด้านการผลิต กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการใช้แรงงานในการผลิตจำนวนมากคิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ และใช้แรงงานเครื่องจักร คิดเป็น 25 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งการใช้แรงงานบุคคลและเครื่องจักร คิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์

ด้านการจัดการ กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีวางแผนมอบหมายงานก่อนการผลิต คิดเป็น 29 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีการวางแผนในกระบวนการผลิต คิดเป็น 27 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งมีการวางแผน การตรวจสอบคุณภาพสินค้า คิดเป็น 27 เปอร์เซ็นต์ และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการลงทุน คิดเป็น 17 เปอร์เซ็นต์

ด้านการเงิน กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการทำบัญชีของธุรกิจ คิดเป็น 4 เปอร์เซ็นต์ การลงทุนโดยทุนส่วนตัว คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ การลงทุนโดยการกู้ยืมเงิน คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ และการลงทุนโดยร่วมหุ้นในการลงทุน คิดเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีปัญหาภาระหนี้สิน คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์

ด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรม กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนได้มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ของตน คิดเป็น 0 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนมีการนำภูมิปัญญามาใช้ในการทำธุรกิจ คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ และยังมีภาวะเศรษฐกิจผลักดันการจำหน่ายสินค้า โดยคิดเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ และสุดท้ายคือ ค่านิยมผู้บริโภคที่นิยมใช้ของไทย คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์

ด้านการเมืองและกฎหมาย กล่าวได้คือ นโยบายในการส่งเสริมอาชีพของภาครัฐสู่กลุ่มธุรกิจชุมชน คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ หรือการได้รับความช่วยเหลือด้านการลงทุนจากภาครัฐ คิดเป็น 40 เปอร์เซ็นต์ การจดสิทธิสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน คิดเป็นเพียง 1 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น และได้รับการประเมินมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐ และความเข้าใจในกฎหมายด้านการค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์

ด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าของกลุ่มตนนั้น คิดเป็น 65 เปอร์เซ็นต์ และด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์สินค้า คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถใช้เทคโนโลยีที่ส่งเสริมการขนส่งและลำเลียงสินค้า คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มผู้ประกอบการ คิดเป็นเพียง 25 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

ด้านคู่แข่ง กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้า คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนมีการทำตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม (โลโก้) คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ และทางกลุ่มมีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม คิดเป็น 25 เปอร์เซ็นต์ โดยการแข่งขันทางธุรกิจมีการใช้กลยุทธ์การตลาดที่ไม่เป็นธรรม คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์

ด้านลูกค้า กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า คิดเป็น 95 เปอร์เซ็นต์ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มธุรกิจชุมชนมีความสามารถในการรักษาลูกค้าของตนได้ คิดเป็น 70 เปอร์เซ็นต์

ด้านสถาบันการเงิน กล่าวได้คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการกู้ยืมเงินเพื่อนำมาเป็นทุนในการดำเนินธุรกิจจากธนาคารพาณิชย์ คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร คิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ และจากโรงรับจำนำ เช่น สถานธนานุบาล สถานธนานุเคราะห์ คิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ ส่วนสหกรณ์ออมทรัพย์ คิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ และได้จากกองทุนหมู่บ้าน คิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์

5. การจัดการความรู้ โดยการกำหนดจุดเน้นที่ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจชุมชน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการศึกษาปรากฏว่า คือ กลุ่มธุรกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน หรือผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นในภาพรวม หรือแม้แต่รายกลุ่มมีเกณฑ์ในการพัฒนา และการปรับประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับกลุ่มของตนได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นในด้านการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และการนำเทคโนโลยีพื้นบ้านมาใช้ในงานของตนได้อย่างดี มีการคิดค้นวัสดุทดแทนหรือเครื่องทุ่นแรงที่เกิดจากภูมิปัญญาของตนอีกด้วย อีกทั้งทุกกลุ่มมีการใช้วัสดุในการผลิตอย่างรู้คุณค่า หรือแม้กระทั่งการนำวัสดุเหลือใช้มาทำผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์ ของคุณสุภาพ สายเกิด ผู้ประกอบการในตำบลป่าป้อง เป็นต้น และทุกกลุ่มมีการจ้างแรงงานท้องถิ่นเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน อีกทั้งเป็นการประหยัดค่าจ้างแรงงานต่างถิ่นด้วย กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถสร้างรายได้ ลดรายจ่าย หลีกเลี่ยงภาระหนี้สิน อีกทั้งยังลดภาระหนี้สินเดิมที่กู้ยืมมาจากการคำนวณรายรับ-รายจ่าย มีการทำบัญชีอย่างง่ายเพื่อเป็นการบริหารจัดการระบบการเงินของตนเอง ส่งผลให้การประกอบธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็นไปได้ดี มีความตระหนักในคุณธรรม ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบต่อผู้บริโภค การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ยุติธรรมต่อแรงงานหรือลูกจ้างและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของตนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ อธิบายได้ดังนี้

จากการศึกษาความต้องการของชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพของตน ทางภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนให้มากและตลอดไป โดยเน้นการประสานของตัวแทนกลุ่มธุรกิจชุมชนกับหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ดูแลอย่างสม่ำเสมอ สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ไม่มีการรับข่าวสาร ในเรื่องนี้ภาครัฐควรให้ความรู้เพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่ามีความสำคัญในการผลิตสินค้าเป็นอย่างมาก

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลาตามยุคสมัย เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าต่าง ๆ และควรประสานกับหน่วยงานจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาวิทยากรมาเผยแพร่ความรู้ให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ด้านการจัดการความรู้ ควรมีการจัดเก็บชุดความรู้ ภูมิปัญญา ขั้นตอนการผลิต เพื่อเป็นหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อให้คนรุ่นหลังสามารถมาศึกษาหาความรู้ต่อไปได้ อีกทั้งผู้ที่สนใจก็สามารถมาศึกษาหาความรู้ได้เช่นกัน โดยภาครัฐบาล ภาคเอกชน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดการจัดเก็บชุดความรู้และเผยแพร่ต่อไป

ด้านการจัดการการตลาด ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ มีความรู้ในทุกด้าน เพื่อส่งเสริมด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครบทุกองค์ประกอบ ภาครัฐบาลหรือองค์กรท้องถิ่น ควรเป็นผู้ผลักดันและส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างรอบคอบ โดยการให้ความรู้และจัดหาวิทยากรเพื่อให้ความรู้แก่ชุมชน อีกทั้งเป็นผู้ส่งเสริมให้คนในชุมชนหันมาให้ความสำคัญกับสินค้าของชุมชน เป็นการรณรงค์การใช้สินค้าของผู้ผลิตภายในประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุนธุรกิจชุมชนให้อยู่รอดภายใต้การแข่งขันทางการค้าปัจจุบัน

ท้ายที่สุด คือ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มธุรกิจชุมชน ควรน้อมนำหลักปรัชญามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนเพื่อเป็นการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ โดยมีหลักการพอประมาณ มีเหตุผลและมีภูมิคุ้มกันเพื่อให้ธุรกิจชุมชนสามารถพัฒนาไปได้อย่างมั่นคง ไม่เป็นการก้าวกระโดด และมีความยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (กอ.นตผ.). (2549). **สมอ. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน**. กรุงเทพฯ.

ชยันต์ วรรธนะภูติ และฉันทนา บรรพศิริโชติ. (2541). **ระบบความรู้พื้นบ้านปัจจุบัน : การวิจัยและพัฒนา**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2542). **ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. (2544). **การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน : จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธำรง อุดมไพจิตรกุล. (2548). **เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นิรัช สุดสังข์. (2548). **ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

_____. (2548). **ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ระบบและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

บดินทร์ วิจารณ์. (2544). **การจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ : แอดวานส์อินโฟ เซอร์วิส.

_____. (2547). **การจัดการความรู้...สู่ปัญญาปฏิบัติ (Knowledge management).** กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). **การจัดการความรู้ : พื้นฐานและการประยุกต์**. กรุงเทพฯ : ธรรมกมลการพิมพ์.

สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2544). **ยุทธศาสตร์สร้างสรรค์พลังแผ่นดินเพื่อการพัฒนาประเทศ**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

อภิชัย พันธเสน. (2545). **การวิเคราะห์อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไทยตำบลดอทคอม. (2550). สรุปโครงการ OTOP ปี 2549 และปี 2547 OTOP Project Summary. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : http://www.thaitambon.com /OTOP2549/Summary.htm. (2550, ธันวาคม 3)

บทปริทัศน์

.....

การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

โดย อาจารย์ ดร.สินธุ์ สโรบล
วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ได้เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน ทั้งนี้โลกธุรกิจกำลังอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการแข่งขันโดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินธุรกิจภายใต้การค้าเสรีที่รู้จักกันในนามของ Free Trade Agreement รวมทั้ง Free Trade Area ซึ่งประเทศไทยไม่ใช่ข้อยกเว้น ดังนั้น บทบาทของการจัดการความรู้ จึงเป็นการรวบรวม การสร้าง การจัดระเบียบ การแลกเปลี่ยน และประยุกต์ใช้ความรู้ในองค์กร โดยพัฒนาผ่านกลไกเชิงระบบจากข้อมูล ไปสู่สารสนเทศโดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดชุดความรู้และสร้างปัญญาในการผลิตและสร้างสรรค์งานในที่สุด ดังนั้น จึงเป็นที่ยอมรับกันว่าในการจัดการความรู้นั้น จะต้องประกอบไปด้วยชุดของความรู้ที่ผ่านการปฏิบัติงานและถูกใช้โดยองค์กร เพื่อที่จะผลิตและกระจายความรู้ เชิงการใช้ประโยชน์และการเรียนรู้ภายในองค์กร รวมทั้งการดำเนินการธุรกิจที่ดี เราจึงพบเห็นว่าองค์กรขนาดใหญ่ส่วนมากจะมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการจัดการองค์ความรู้

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy - KBE) ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องใช้ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยผ่านกลไกในการรวบรวมความรู้ที่กระจัดกระจายอยู่ที่ต่าง ๆ มารวมไว้ที่เดียวกัน การสร้างบรรยากาศให้คนคิดค้น เรียนรู้ สร้างความรู้ใหม่ ๆ ขึ้น รวมทั้งการจัดระเบียบความรู้ในเอกสารและที่สำคัญคือการสร้างช่องทาง และเงื่อนไขให้คนเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เพื่อนำไปใช้พัฒนางานของตนให้สัมฤทธิผล ด้วยเหตุดังนั้นกระบวนการจัดการความรู้จึงมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นแวดวงการศึกษา การเกษตร การอุตสาหกรรม การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการวิจัยชุมชนท้องถิ่น

งานวิจัยเรื่องการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์อัญชลี โสมดี แห่งสาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นกรณีศึกษาที่ทำให้วงการวิจัยได้เห็นรูปธรรมการประยุกต์การจัดการความรู้เข้ามาใช้ผสมผสานกับการวิจัยในระดับชุมชนท้องถิ่น และที่น่าสนใจของงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือการนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเข้ามาช่วยในการอธิบายเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนด้วยกระบวนการจัดการความรู้ด้านธุรกิจชุมชนโดยงานวิจัยนี้ได้ใช้กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอ

ดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 46 กลุ่ม จาก 14 ตำบล อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าการจัดการความรู้จะเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่และยากแก่การประยุกต์ใช้ในบริบทต่าง ๆ แต่ผลการวิจัยก็ได้ชี้ให้เห็นว่าการจัดการความรู้ด้านการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนก็สามารถจัดการความรู้จนมีมาตรฐานตามการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยได้ ดังจะเห็นได้จากกลุ่มธุรกิจชุมชนระดับ 2 ดาว สามารถจัดการความรู้และพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว ได้ นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจชุมชนระดับ 4 ดาว ก็สามารถจัดการความรู้จนพัฒนาให้เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับระดับประเทศ สามารถพัฒนาสู่สากลและส่งออกได้

อย่างไรก็ดี การจัดการความรู้อาจจะไม่ใช่เครื่องมือสำเร็จรูปที่จะสามารถใช้ได้โดยทั่วไป แต่ต้องอาศัยวิธีคิด วิธีการ และกระบวนการในการจัดการพอสมควร ดังนั้นสิ่งที่น่าสนใจจากงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ เมื่อจัดการความรู้ไปขั้นตอนหนึ่งแล้วเกลียวความรู้จะหมุนออกไปจัดการในด้านใด เช่น กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาศักยภาพของตนก็อาจต้องมีการจัดการความรู้เชิงการบริหารระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนโดยเน้นการจัดการความรู้เชิงประสานตัวแทนกลุ่มธุรกิจชุมชนกับหน่วยงานที่รับผิดชอบให้ดูแลอย่างสม่ำเสมอ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ต้องมีการจัดการความรู้เพื่อการสนับสนุนและส่งเสริมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลาตามยุคสมัย ด้วยเหตุผลที่ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นหัวใจสำคัญของสินค้าหลากหลายประเภท

นอกจากนี้การจัดการความรู้ด้านการตลาด ก็ควรส่งเสริมให้มีกระบวนการจัดการความรู้ระหว่างผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ เพื่อส่งเสริมด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครบทุกองค์ประกอบ รวมทั้งภาครัฐบาลและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรเป็นเจ้าภาพจัดการความรู้เพื่อผลักดันและส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการจัดการความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นการหาวัตถุดิบขั้นตอนการผลิต การออกแบบ รวมทั้งการสร้างชุดความรู้ในรูปแบบของหลักสูตรท้องถิ่นก็สามารถจัดการเพื่อให้คนรุ่นหลังสามารถหันมาศึกษาหาความรู้ และเป็นกระบวนการจัดการความรู้ให้ยั่งยืนต่อไปอีกด้วย และสิ่งที่ท้าทายของการจัดการความรู้ก็คือ จะมีการประยุกต์การจัดการความรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เข้ากับกลุ่มธุรกิจชุมชนได้อย่างไร ซึ่งคำตอบจากงานวิจัยชิ้นนี้ก็ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า หากมีความพอประมาณ มีเหตุผลและสร้างภูมิคุ้มกันก็ทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถพัฒนาอย่างยั่งยืนตลอดไปได้