

การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม  
ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2561

การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม  
ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



สิรินัฐ เพ็องชูชาติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม  
ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

สิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.ชมชวน บุญระหงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
<b>ชื่อผู้เขียน</b>	นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ
<b>ชื่อปริญญา</b>	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหาร สาธารณะ
<b>อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียจรัส เตชะตันมีนสกุล

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อจัดกระบวนการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม และ 2) เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน โดยการวิจัยได้จัดกระบวนการวิจัยและพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ หญ้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย แบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก สนทนากลุ่ม สังเกต มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้หลักการการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนการวิจัยแบบเชิงปริมาณได้มาจากแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกร 20 ราย จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการพัฒนาเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีผลิตภัณฑ์สีเขียว 2 กลุ่ม คือ หญ้าหวานอินทรีย์ และข้าวอินทรีย์ ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่ทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ อีก 2 กลุ่ม คือ สตรอเบอร์รี่และสมุนไพร ทำการเกษตรแบบปลอดภัยมุ่งสู่เกษตรอินทรีย์ นอกจากนั้นผลการวิจัยและพัฒนาส่งผลต่อการพัฒนา 5 ประการ คือ 1) ด้านความต้องการ การพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์สีเขียว ทำให้เกษตรกรมีทัศนคติที่ดี เล็งเห็นถึงความสำคัญของการไม่ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2) ด้านการบริหารจัดการ มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนตามรูปแบบกิจการเพื่อสังคมในระดับชุมชน ซึ่งดำเนินการโดยคนในชุมชน เครือข่ายเกษตรกร 3) ด้านการผลิต มีการลดใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตที่เป็นอันตรายต่อคนและสิ่งแวดล้อม ได้รับการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการได้รับรองมาตรฐานการผลิต 4) ด้านการตลาด มีการตั้งราคาสินค้า ช่องทางการจำหน่าย เน้นการตลาด

ออนไลน์ การส่งเสริมการขาย และการสร้างตราสินค้า 5) ด้านการเงิน/การลงทุน การลงทุนร่วมกันในบางกิจกรรมโดยเฉพาะบรรจุกัญช์ และการทำตลาด

ข้อเสนอแนะในการบริหารการพัฒนา คือ หน่วยงานราชการที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน ส่งเสริม เกษตรกรของอำเภอสะเมิง ควรให้การสนับสนุนส่งเสริมอย่างจริงจัง แบบครบวงจรของการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ให้เกิดรูปธรรมกิจการเพื่อสังคม ทั้งนี้ เพื่อให้เกษตรกรสามารถพัฒนาอาชีพเพื่อการพึ่งพาตัวเองได้ และนำกำไรที่ได้ขยายผลในพื้นที่ใกล้เคียง

คำสำคัญ : การพัฒนากลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์สีเขียว อัตลักษณ์ท้องถิ่น กิจการเพื่อสังคม



<b>Title</b>	THE DEVELOPMENT OF AN OCCUPATIONAL GROUP AND GREEN PRODUCTS AS A SOCIAL ENTERPRISE BASED ON LOCAL IDENTITY OF SA-MOENG DISTRICT CHIANG MAI PROVINCE
<b>Author</b>	Miss Sirinat Feaungchuchat
<b>Degree</b>	Master of Public Administration in Public Policy and Public Management
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Assistant Professor Dr. Suriyajaras Techatunminasakul

### ABSTRACT

The objectives of this qualitative and quantitative study were to: 1) facilitate a development administration process of an occupational groups and green products based on local identity of Sa-moeng district, Chiang Mai province so as to be a social enterprise and 2) make conclusions of the development administration process of an occupational groups and green products in Sa-moeng district, Chiang Mai province. There were four product groups in this study: stevia, rice, strawberry, and herb. Data collection was done through focus group discussion, in-depth interview, observation, and questionnaire administered with 20 farmers. Content analysis and statistical analysis were employed.

Results of the study revealed that needs for development of an occupational groups and green products consisted of two groups: organic stevia and organic rice. Meanwhile, strawberry and herb groups involved in- safe framing leading to organic farming. In addition, results of the study and development resulted in five aspects of development as follows: 1) Need for development for positive thinking towards production and green products. This made the farmers have good attitudes and perceive important of non-toxin production process which was environmentally friendly. 2) Managerial administration in the form of group forming to be a community enterprise as a social enterprise at the community level. 3) The production reduced

chemical using to prevent hazardous to man and environment. There was the development of product design and packaging to be environmentally friendly. 4) Marketing included pricing and distribution channels focusing on online, sale promotion and product brand creation. 5) Co-investment in some activities especially packaging and marketing.

For suggestions about the development administration, concerned government agencies should truly promote and support the farmers who involved in an occupational groups and green products. This included managerial administration, production, marketing, and finance/investment in order to create concreteness of an occupational group as a social enterprise. Also, the farmers was aimed to be able to develop their occupational for self-reliant and disseminate outcomes to neighboring areas.

Keyword : occupational group development green products local identity social enterprise



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดประโยชน์ อย่างแท้จริง และเป็นรูปธรรมต่อการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในอำเภอสะเมิง จังหวัด เชียงใหม่ อย่างยั่งยืน

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี จากความกรุณาช่วยเหลือ แนะนำ ให้คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไข ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล อาจารย์ ดร.ชมชวน บุญระหงส์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพวรรณ บุญธรรม และรองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

ขอขอบพระคุณ แหล่งทุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ “ได้รับทุนอุดหนุนการทำ กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยประเภททุนบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ ประจำปี 2561” ที่ให้การสนับสนุน ผลงานวิทยานิพนธ์จึงสามารถดำเนินการลุล่วงไปได้ตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้ ด้วยความเชื่อมั่นว่าผลงานวิทยานิพนธ์ที่มาจากความมุ่งมั่นเพื่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ จะนำมาซึ่งความสำเร็จที่งดงาม และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลงาน วิทยานิพนธ์นี้จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในอำเภอสะเมิง จังหวัด เชียงใหม่

ผู้วิจัยจึงขอขอบสารประโยชน์ ความรู้ และคุณงามความดีทุกประการให้กับผู้อ่าน และผู้ที่มี ส่วนร่วมในการดำเนินงานวิทยานิพนธ์ทุกท่าน หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์นี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลัง ของความสำเร็จในครั้งนี้

สิริณัฐ เพ็ญชูชาติ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนา.....	7
2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน.....	13
3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มอาชีพ.....	15
4. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว.....	20
5. แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม.....	25
6. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์.....	31
7. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	36

8. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม .....	46
9. SWOT Analysis.....	49
10. TOWS Matrix.....	51
11. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่.....	53
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56
13. กรอบแนวคิดการวิจัย.....	59
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย.....	60
สถานที่ดำเนินการวิจัย.....	60
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง .....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	62
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเชิงคุณภาพ .....	64
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	65
ตอนที่ 1 จัดกระบวนการบริหารการพัฒนา.....	65
1. การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์.....	65
2. การวางแผนเพื่อพัฒนา .....	108
3. การนำแผนเพื่อพัฒนา.....	122
4. การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนา.....	143
ตอนที่ 2 เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนา.....	148
1. กลุ่มหมู่บ้านอินทรี.....	155
2. กลุ่มสตรีเออรี่.....	157
3. กลุ่มข้าวอินทรี.....	159
4. กลุ่มสมุนไพร.....	161

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	165
บรรณานุกรม.....	176
ภาคผนวก.....	179
ประวัติผู้วิจัย.....	198



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบการวิจัยทางวิชาการและ PAR .....	43
ตารางที่ 2 ฤดูกาลผลผลิต ปลูกในรอบปี .....	55
ตารางที่ 3 ความคิดเห็นผลิตภัณฑ์สีเขียว ในมุมมองของเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ .....	66
ตารางที่ 4 คะแนนลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์.....	115
ตารางที่ 5 ลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์.....	116



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม .....	45
ภาพที่ 2 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอบรม .....	127
ภาพที่ 3 การบรรยาย โดย ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล .....	130
ภาพที่ 4 การบรรยาย โดย อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ หน่อรัตน์ .....	131
ภาพที่ 5 การบรรยาย โดย ผ.ศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ .....	131
ภาพที่ 6 สาธิตการทำสปาหน้าด้วยสมุนไพรในท้องถิ่น โดย ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ .....	132
ภาพที่ 7 นางบุญนำ ยามาโมโต้ ได้เพิ่มเติมความคิดเห็นและกล่าวขอบคุณ .....	133
ภาพที่ 8 ภาพกิจกรรมดำเนินงาน .....	135
ภาพที่ 9 ด้านหน้า แบบผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน .....	136
ภาพที่ 10 ด้านหลัง แบบผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน .....	136
ภาพที่ 11 ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ .....	137
ภาพที่ 12 ออกแบบผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ .....	138
ภาพที่ 13 ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ .....	139
ภาพที่ 14 ด้านหน้า ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าว กข.6 .....	140
ภาพที่ 15 ด้านหลัง ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าว กข.6 .....	140
ภาพที่ 16 ด้านหน้า ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าวสันป่าตอง 1 .....	140
ภาพที่ 17 ด้านหลัง ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าวสันป่าตอง 1 .....	141
ภาพที่ 18 ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ .....	141
ภาพที่ 19 ด้านหน้า ออกแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรกระเทียม .....	142
ภาพที่ 20 ด้านหลัง ออกแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรกระเทียม .....	142
ภาพที่ 21 ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ .....	143

ภาพที่ 22 ดร.ชมชวน บุญระหงส์ ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม .....	150
ภาพที่ 23 ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม .....	150
ภาพที่ 24 ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม .....	151
ภาพที่ 25 นางบุญนำ ยามาโมโต้ ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม .....	152
ภาพที่ 26 นางละออง ศรีวรรณะ ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม .....	153
ภาพที่ 27 นางชนิดา เพ็ญชูชาติ ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม .....	153
ภาพที่ 28 นางสาวลัดดา บุญมาลา ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม .....	154
ภาพที่ 29 นายประสิทธิ์ อินตา ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม .....	155
ภาพที่ 30 สนทนากลุ่ม .....	164



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมและประชากรส่วนใหญ่ทำการเกษตรเป็นอาชีพหลัก อยู่ท่ามกลางสถานการณ์ที่ผลักดันประเทศต้องกำหนดทิศทางการพัฒนาสู่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งก่อให้เกิดการเติบโตทางการผลิต การบริโภค ที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมชีวิตมนุษย์ สัตว์ และพืชพรรณ หากมนุษย์ยังคงใช้แนวทางพัฒนาด้านเศรษฐกิจโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อระบบคุณค่าในสังคมไทยโดยเฉพาะกล่าวทฤษฎีธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุนวัฒนธรรมสภาพ และทุนมนุษย์ หรือความเป็นคน โดยการพัฒนาประเทศที่เน้นด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ทำให้การมีการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรบนผืนโลกเพียงเพื่อการบริโภคและสร้างปัญหาให้กับความเป็นอยู่ของมนุษย์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมหาศาล ทำให้รัฐบาลทุกยุคสมัยจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกและมีเป้าหมายที่จะรักษาไว้ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศอย่างเป็นระบบมีคุณภาพ มีเสถียรภาพ และเน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนา เศรษฐกิจในระดับฐานรากและเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจของโลกอย่างรู้เท่าทัน ด้วยเชื่อมั่นว่าสังคมไทยมีศักยภาพ ในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติ เปลี่ยนมุมมองในชุมชนให้เห็นว่าสิ่งที่ตนมีอยู่นั้น คือทรัพย์สินที่มีราคาสามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ หากรู้จักจัดการกับทรัพย์สินอย่างชาญฉลาด

อำเภอสะเมิง ตั้งอยู่บนพื้นที่สูงของจังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อที่ประมาณ 898 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูง ป่าไม้ ต้นน้ำ มีพื้นที่ในเขตปกครองรวม 5 ตำบล ประกอบด้วยไปด้วย ตำบลสะเมิงใต้ ตำบลสะเมิงเหนือ ตำบลยังเมิน ตำบลแม่สาบ และตำบลบ่อแก้ว รวม 45 หมู่บ้าน ประชากรจำนวน 19,487 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน 2560) ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมฐานะยากจน เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้พื้นที่ในการปลูกข้าวเพื่อการบริโภคของครัวเรือน ปลูกสตอเบอร์รี่ พืชผักสมุนไพรชนิดต่าง ๆ เพื่อการจำหน่ายเป็นรายได้หลัก โดยมีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต และแปรรูปมาอย่างต่อเนื่อง เพราะต้องการเพิ่มผลผลิต เพื่อให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เป็นระบบผลิตที่เน้นปริมาณการผลิตมากกว่าคุณภาพของผลผลิต ซึ่งสวนทางกับกระแสความต้องการของตลาด ผู้บริโภค ยุคปัจจุบันที่ใส่ใจ เรื่อง สุขภาพและความมั่นคงด้านอาหารมากขึ้น ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการผลิตทางการเกษตรที่ดี มีความสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมา

หมุนเวียนใช้ใหม่ได้ มีอายุการใช้งานนานไม่สิ้นเปลืองพลังงานในทุกกระบวนการตั้งแต่การผลิต การใช้ จนถึง การสิ้นสภาพ ซึ่งเป็นคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์สีเขียว

จากสารสนเทศในข้างต้น ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ กลุ่มเกษตรกรอาชีพและผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่จึงเล็งเห็นถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบสู่ภายนอก จากกระบวนการผลิตที่ไม่สมดุล ต่อทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และสุขภาพ ตลอดจนส่งผลต่อภาพลักษณ์ของอำเภอสะเมิง จึงมีความ ต้องการที่จะพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวที่เอื้ออาทรต่อกันตาม ลักษณะกิจการเพื่อสังคม โดยต้องการให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สีเขียวจาก ผลผลิตการเกษตรของท้องถิ่น และสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นด้วยการเชื่อมโยง ตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง ประกอบด้วย วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชุมชน และประวัติศาสตร์ ท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนาอาชีพและมีผู้ประกอบการในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมอย่างมีคุณภาพ โดยเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ มีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมวางแผนดำเนินกิจกรรม กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ระหว่างผู้วิจัยและเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ผ่านการวิเคราะห์ ปัญหาความต้องการ สภาพปัจจุบัน นำมาวางแผนร่วมกัน นำแผนไปปฏิบัติและการติดตาม ประเมินผลไปสู่การปฏิบัติ การรับประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมร่วมกันผ่านกระบวนการของ ชุมชน กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ การสร้างงาน สร้างรายได้ และการพัฒนา อาชีพที่ยั่งยืน

ดังนั้น เพื่อการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จึงจัดกระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพ และผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวใน รูปแบบกิจการเพื่อสังคม ตามความต้องการเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่าง กลุ่มเกษตรกร อาชีพและผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อสร้างความสมดุลในการพัฒนาเศรษฐกิจ ของอำเภอสะเมิงให้สมดุลกับทุนธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสุขภาพ ของคนใน อำเภอสะเมิง คือ การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดผลิตภัณฑ์สีเขียว คือ กระบวนการ ผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนตามลักษณะในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม



## คำถามการวิจัย

1. กระบวนการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมเป็นอย่างไร
2. การสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชนเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อจัดกระบวนการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม
2. เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ได้รับการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจสีเขียวเพื่อให้เป็นรูปแบบกิจการเพื่อสังคม คือ ความต้องการการพัฒนา ด้านความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน เกษตรกรในอำเภอสะเมิง มีความตระหนักถึงผลกระทบสู่ภายนอกจากกระบวนการผลิตที่ไม่สมดุลต่อทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ตลอดจนส่งผลต่อภาพลักษณ์ของอำเภอสะเมิง
2. เกิดการมีส่วนร่วมในการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ มีความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

### 1. ด้านพื้นที่

พื้นที่วิจัย คือ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### 2. ด้านประชากร

เนื่องจากการวิจัยเป็นการวิจัยที่มีระดับหน่วยวิเคราะห์หลายระดับ จึงต้องมีกลุ่มประชากรในการวิจัยหลายกลุ่มจำแนกตามหน่วยวิเคราะห์ ดังนี้

**ระดับกลุ่ม** ได้แก่ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ หม้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร

**ระดับบุคคล** ได้แก่ เกษตรกร หม้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร ในอำเภอสะเมิง จำนวน 20 ราย

### 3. ด้านเนื้อหา

การศึกษามุ่งจัดกระบวนการการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นอำเภอสะเมิง ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม โดยมีจำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ หม้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร โดยมีกระบวนการสำคัญอยู่ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม
2. การวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นอำเภอสะเมิง
3. การนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ
4. การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ

### 4. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลา 2 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ 1 สิงหาคม 2559 ถึง 31 สิงหาคม 2561

## นียมศัพท์ปฏิบัติการ

**การบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์** หมายถึง กระบวนการที่ทำให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร โดยมีกระบวนการสำคัญอยู่ 4 ขั้นตอน คือ 1. การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม 2. การวางแผนเพื่อพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง 3. การนำแผนเพื่อพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ และ 4. การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ

**รูปแบบกิจการเพื่อสังคม** หมายถึง กิจการที่ได้มาจากการรวมกลุ่มของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ไปสู่การปฏิบัติในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม โดยใช้รูปแบบการบริหารการพัฒนาโดยมีเป้าหมายของกิจการที่ชัดเจนในการแก้ไขปัญหาด้านกลุ่มอาชีพและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลักจึงต้องการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีกำไรกลับคืนสู่สังคม

**ผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง** หมายถึง สินค้าและบริการทางการเกษตรของอำเภอสะเมิง โดยอาศัยวัตถุดิบในท้องถิ่น ปัจจัยการผลิตบนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของอำเภอสะเมิง โดยกระบวนการผลิต ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ ซึ่งมี จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร

**ความต้องการพัฒนา** หมายถึง ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ครอบคลุม 5 ด้าน คือ ด้านความคิดทางบวกต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์สีเขียว ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

**ความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์สีเขียว** หมายถึง การสร้างการรับรู้ ความรู้ ความเข้าใจ ในวิถีคิดของเกษตรกรให้ตระหนักรู้ถึงผลกระทบของกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อภายนอกเชิงลบของการผลิตสินค้าที่ใช้สารเคมีต่อทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสุขภาพ

**ความต้องการพัฒนาการผลิต หมายถึง** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ได้แก่ การเพาะปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว การแปรรูป การออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการรับรองมาตรฐานการผลิต

**ความต้องการพัฒนาการตลาด หมายถึง** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ได้แก่ การกำหนดกลุ่มลูกค้า การตั้งราคา การกำหนดช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การสร้างตราสินค้า และการขนส่ง

**ความต้องการพัฒนาการเงิน/การลงทุน หมายถึง** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการเงิน/การลงทุนของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ได้แก่ การหาแหล่งเงินทุน การระดมทุน

**ความต้องการพัฒนาการบริหารจัดการ หมายถึง** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง ได้แก่ การกำหนดรูปแบบของกลุ่ม การจัดโครงสร้างองค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มเพื่อกำหนดความต้องการพัฒนา การกำหนดวิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าหมาย

**การสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนา หมายถึง** การสนทนาหรือการจัดกิจกรรมเพื่อสรุปบทเรียนหรือสิ่งที่เกษตรกรได้เรียนรู้ระหว่างการจัดกระบวนการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมคืนสู่ชุมชน

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความชัดเจนครอบคลุมถึงประเด็นเนื้อหาในการวิจัยในครั้งนี้ได้อย่างถูกต้องในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนา
2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน
3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาของกลุ่มอาชีพ
4. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว
5. แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม
6. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์
7. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
8. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม
9. SWOT Analysis
10. TOWS Matrix
11. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
13. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนา

##### ความหมายของการบริหารการพัฒนา

การบริหารการพัฒนา คือ Development Administration หรือ Administration of Development ซึ่ง Development Administration จะเป็นคำที่นิยมใช้มากกว่า การพัฒนา คือ การทำให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นหรือเจริญขึ้น โดยตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ให้ความหมายของการพัฒนา หมายถึง การทำให้เจริญและความหมายอื่น ๆ เช่น

การพัฒนา หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่วไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือ การทำสิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่มากขึ้น การพัฒนา

เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจ ไปสู่สภาพที่น่าพอใจการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่งการพัฒนามีความสัมพันธ์โดยตรงกับความเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนไว้แล้ว โดยมุ่งหมายว่า ลักษณะใหม่ที่เข้ามาแทนที่นั้นจะดีกว่าลักษณะเก่า

การพัฒนา (แบบสมัยใหม่) หมายถึง การทำให้เจริญในด้านวัตถุ รูปแบบ และในเชิงปริมาณ เช่น ถนนหนทาง ตึกกรมบ้านช่อง ดัชชีชีวิตทางเศรษฐกิจ

การพัฒนา (พุทธศาสนา) หมายถึง การพัฒนาคนทั้งในด้านร่างกายและจิตใจโดยเน้นในด้านคุณภาพชีวิตและหลักของความถูกต้องพอดีซึ่งให้ประโยชน์สูงสุด ความกลมกลืน ความเกื้อกูลแก่สรรพชีวิตโดยไม่เบียดเบียนทำลายธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

(วิรัช วิรัชนิภาวรรณ 2550) ได้ศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดนิยามความหมายของการบริหารการพัฒนาโดยนักวิชาการไทยและต่างประเทศ ดังนี้

1. จอร์จ เอฟ. แกันท์ (George F.Gant) นักวิชาการชาวอเมริกัน อธิบายแนวคิดและความหมายของ การบริหารการพัฒนาจากประสบการณ์ปฏิบัติงาน สรุปว่า

1. การบริหารการพัฒนาเป็นคำที่ให้ความสำคัญกับหน่วยงานระบบการจัดการกระบวนการต่างๆ ซึ่งรัฐบาลจัดตั้งขึ้น เพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนา

2. การบริหารการพัฒนาเป็นเครื่องมือของรัฐบาลที่กำหนดให้เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ของการพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงและทำให้วัตถุประสงค์ด้านสังคมและเศรษฐกิจของชาติประสบผลสำเร็จ

3. การบริหารการพัฒนาช่วยปรับให้ระบบราชการและบทบาทหน้าที่ของหน่วยราชการตอบสนองต่อการพัฒนา

**สรุป** การบริหารการพัฒนา หมายถึง การบริหารนโยบาย แผนงาน และโครงการต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนา แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

การบริหารงานภายใน (Internal Administration) หมายถึง การบริหารงานองค์กร จำเป็นที่จะต้องจัดการภายในองค์กรให้ดีให้มีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งอาจทำได้ด้วยการจัดองค์การ การบริหารงานบุคคลงานคลัง งานวางแผน การตัดตีสินใจ อันเป็นสาขาย่อยของรัฐประศาสนศาสตร์ให้ดีที่สุด

การบริหารงานภายนอก (External Administration) หมายถึง การบริหารงานองค์กรต้องมีความสามารถเชิงบริหาร จำเป็นที่จะต้องทำหน้าที่รับผิดชอบและร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ภายนอกเพื่อช่วยให้งานที่ได้รับมอบหมายสัมฤทธิ์ผล

2. เออร์วิง สเวดโลว์ (Irving Swerdlow) นักวิชาการชาวอเมริกัน อธิบายความหมายของการบริหารการพัฒนา (Development Administration) ดังนี้

1. การบริหารการพัฒนา หมายถึง การบริหารในประเทศที่ยากจนหรือประเทศที่ด้อยพัฒนาทั้งหลายที่มีลักษณะ ของความแตกต่างกันหลายแง่หลายมุม เช่น แบบแผนการบริหาร บทบาทของรัฐบาล และบทบาทของข้าราชการ

2. ประเทศที่ยากจนมีลักษณะพิเศษหลายประการซึ่งทำให้รัฐบาลต้องมีบทบาทแตกต่างกันลักษณะและบทบาทของรัฐ ทำให้การทำงานของนักบริหารมีลักษณะแตกต่างออกไป ที่ได้ก็ตามที่มีความแตกต่าง การบริหารรัฐกิจจะต้องถือได้หรือเรียกได้ว่าเป็นการบริหารการพัฒนา

3. เมิร์ล เฟนสอด (Merle Fainsod) นักวิชาการชาวอเมริกัน ได้ให้ความหมายของการบริหารการพัฒนาว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสร้างกลไกเพื่อการวางแผนให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นการระดมและจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้เกิดการแผ่ขยายรายได้ของชาติ จะเห็นได้ว่าการบริหารการพัฒนาตามความคิดของเฟนสอด สอดคล้องเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจอย่างมาก

4. พอล มิวดส์ (Paul Meadows) นักวิชาการอเมริกัน อธิบายความหมายว่า การบริหารการพัฒนาเป็นการจัดการทางภาครัฐบาลในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐที่กำหนดไว้ นักบริหารการพัฒนาจึงเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง

5. แฮร์รี่ เจ.ฟรายด์แมน (Harry J. Friedman) นักวิชาการชาวอเมริกันอธิบายความหมายว่าการบริหารการพัฒนา ประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการ คือ

1. การปฏิบัติงานตามแผนที่ได้กำหนดไว้เพื่อก่อให้เกิดความทันสมัย (Modernity)
2. การเปลี่ยนแปลงภายในระบบบริหารเพื่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามแผนงาน

6. จอห์น ดี. มอนโกเมอรี (John D. Montgomery) นักวิชาการชาวอเมริกัน ได้อธิบายว่าการบริหารการพัฒนา เป็นเรื่องของการปฏิบัติงานตามแผนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของรัฐ ซึ่งโดยปกติแล้วจะไม่เกี่ยวข้องกับความพยายามเพิ่มความสามารถทางการเมือง มอนโกเมอรีมีความคิดว่าการบริหารพัฒนาให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นหลัก

7. เอ็ดเวิร์ด ดับบลิว. ไวด์เนอร์ (Edward W. Weidner) นักวิชาการชาวอเมริกัน กล่าวว่า การบริหารการพัฒนา หมายถึง การปรับมรรควิธี (Means) ของการบริหารให้เข้ากับจุดมุ่งหมายตามแผนงานของรัฐบาล โดยต้องทราบถึงความต้องการและจุดมุ่งหมายในการพัฒนาการของรัฐบาลก่อน แล้วจึงนำการบริหารมาช่วยปฏิบัติการให้สำเร็จผลตามความมุ่งหมายนั้น ไวด์เนอร์ แบ่งการบริหารการพัฒนา 2 ส่วน คือ กระบวนการ ความรู้ ทางวิชาการมีความเห็นว่า

1. การบวนการบริหารงานของรัฐบาลที่นำองค์การประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งวัตถุประสงค์ดังกล่าวไว้ถูกกำหนดโดยผู้มีอำนาจหน้าที่ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง

2. ความรู้ทางวิชาการ เป็นเรื่องของการศึกษาหาความรู้ทางวิชาการและเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารรัฐกิจที่มุ่งแสวงหาความรู้ในเรื่องบางเรื่อง แต่จะเป็นที่ยอมรับกันได้มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความศรัทธาของบุคคล กลุ่มบุคคลและประเทศนั้น

8. เฟรด ดับบลิว ริกส์ (Fred W. Riggs) นักวิชาการชาวอเมริกัน ซึ่งเห็นว่าการบริหารพัฒนา มีความหมายที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. การบริหารแผนงานบริการ (Development Programs) ด้วยวิธีการต่าง ๆ ขององค์การขนาดใหญ่โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานรัฐบาล เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและแผนที่ได้กำหนดขึ้น

2. การบริหารการพัฒนาจะต้องครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนา รวมถึงการพัฒนาการบริหารหรือเพิ่มพูนสมรรถนะของระบบบริหาร ซึ่งต้องเสริมสร้างทำให้เข้มแข็งขึ้น อันจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้การพัฒนาบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้

9. ดิน ปรัชชพฤทธิ์ นักวิชาการไทย อธิบายเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนา หมายถึง การนำเอาความสามารถที่มีอยู่ในการพัฒนาการบริหารมาลงมือปฏิบัติตามนโยบายแผน แผนงานหรือโครงการพัฒนาประเทศจริง ๆ เพื่อให้บังเกิดความเปลี่ยนแปลงตามที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้าและความเปลี่ยนแปลงตามที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้านี้จะมุ่งความเจริญองงามทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองประเทศ อันจะนำไปสู่การลดความทุกข์ยากของคนทั้งคนที่อยู่ในองค์การ (ข้าราชการ) และที่อยู่ภายนอกองค์การ (ประชาชน)

10. ชัยอนันต์ สมุทวณิช นักวิชาการไทย กล่าวสรุปถึงความหมายของ การบริหารการพัฒนาตามแนวคิดของ จอร์จ เอฟ. แกันท์ ว่าการบริหารการพัฒนานั้นถูกสร้างขึ้น เพื่อแยกเป้าหมายของการบริหาร เพื่อให้การสนับสนุนและจัดการให้การพัฒนา ออกจากการบริหารกฎหมาย และความเป็นระเบียบ เนื่องจากการบริหารเพื่อการพัฒนาได้รวมเฉพาะสมรรถนะที่จะเติบโตและเปลี่ยนแปลงเท่านั้น แต่หมายถึงทิศทางของการเปลี่ยนแปลง และเป้าหมายสูงสุดของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าอีกด้วย ดังนั้น การบริหารการพัฒนาจึงมีความเกี่ยวพันกับการบริหารทั้งด้านภายในและภายนอก

จากแนวคิดและความหมายของการบริหารการพัฒนาของวิชาการ ข้างต้น สรุปได้ว่า คำว่า “การบริหารการพัฒนา” เกิดขึ้นในช่วงปี ค.ศ.1950 โดย จอร์จ เอฟ. แกันท์ ได้เริ่มใช้ความหมายนี้ในปี ค.ศ.1955 หรือ ค.ศ.1956 เพื่อแสดงแนวคิดพื้นฐานสำหรับการวิจัยทางการบริหารและใช้ในโครงการฝึกอบรมสำหรับสถาบันการศึกษาด้านการพัฒนาชนบทการบริหารการพัฒนา ของแกันท์ ในระยะเริ่มแรก แสดงให้เห็นถึงข้อแตกต่างที่สำคัญของการบริหารที่เน้นการสนับสนุนและการจัดการสำหรับ



งานพัฒนา กับการบริหารที่เน้นในเรื่องกฎหมายและความเป็นระเบียบ แนวคิดและความหมายของการบริหารการพัฒนาได้ถูกนำมาเปรียบเทียบให้ชัดเจนขึ้น

โดยสรุปการบริหารเพื่อการพัฒนา (Administration of Administration) หรือ A of D หรือ การบริหารที่เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมการพัฒนา หมายถึง การที่นักวิชาการหรือผู้รู้ให้ความสำคัญกับการบริหารที่ต้องเกี่ยวกับกิจกรรมการพัฒนาของหน่วยงานของรัฐในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการปฏิบัติการ (Action) หรือเป็นกิจกรรม (Activity) หรือการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาซึ่งเป็นการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงาน หรือโครงการโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปฏิบัติงานตามแผนพัฒนาทั้งหลาย ด้วยวิธีการต่างๆการพัฒนาหรือการปรับปรุงการบริหาร (Development Administration) หรือ A of D หมายถึง การที่นักวิชาการหรือผู้รู้ให้ความสำคัญการบริหารการพัฒนาของหน่วยงานของรัฐในลักษณะที่เป็นกระบวนการโดยเน้นที่พัฒนาหรือปรับปรุงบริหารงานหน่วยงาน เช่น พัฒนาระบบราชการ ปรับปรุงประสิทธิภาพหรือขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน การปรับปรุงโครงสร้างอำนาจหน้าที่ กระบวนการบริหาร ตลอดจนบุคลากรของหน่วยงานเป้าหมายหรือการบรรลุวัตถุประสงค์ (Goal-oriented) หมายถึง การที่นักวิชาการผู้รู้ให้ความสำคัญกับการบริหารการพัฒนาของหน่วยงานของรัฐโดยเน้นไปที่การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือวัตถุประสงค์ของการบริหารการพัฒนาที่ได้กำหนดขึ้นโดยผู้มีอำนาจหน้าที่และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เช่น การบริหารการพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายของรัฐ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การแผ่ขยายรายได้ของชาติ ความทันสมัย การสร้างชาติ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสังคมหรือการลดความทุกข์ยากข้าราชการและประชาชนลักษณะสำคัญของการบริหารการพัฒนา จากความหมายข้างต้น 12 ประการนี้

1. การบริหารการพัฒนาเป็นแนวคิด วิธีการ หรือแนวทางหนึ่งของการบริหารจัดการที่หน่วยงานรัฐและเจ้าหน้าที่รัฐนำมาใช้ในการบริหารราชการ
2. เป็นการบริหารเพื่อการพัฒนา หรือการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมการพัฒนา
3. เป็นการพัฒนาการบริหารหรือการปรับปรุงการบริหารของหน่วยงาน
4. มีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ (Goal or Objective) เพื่อการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นหรือเจริญขึ้นกว่าเดิม ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ของประชาชน
5. เป็นการเปลี่ยนแปลงที่วางแผน หรือกำหนดทิศทางเปลี่ยนแปลงไว้ล่วงหน้า
6. เป็นกระบวนการ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ มีขั้นตอนดำเนินงาน มีกิจกรรม มีระบบ
7. เน้นการลงมือปฏิบัติจริง หรือเน้นกิจกรรมพัฒนาต่างๆ
8. เป็นการบริหารงานราชการทั้งภายในและภายนอก
9. เป็นการปฏิบัติงานตามนโยบาย แผนงานและโครงการ
10. เป็นการปฏิบัติงานที่ให้ความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการบริหาร

11. การปฏิบัติงานต้องตอบสนองความต้องการของประชาชน
12. เป็นการพัฒนาเฉพาะด้าน เรื่อง เช่น พัฒนาเมือง พัฒนาชนบท การพัฒนาเศรษฐกิจ

### ความสำคัญของการบริหารการพัฒนา

การบริหารการพัฒนาเป็นวิธีการหรือแนวทางหนึ่งของการบริหารภาครัฐซึ่งหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐมาใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและให้บริหารประชาชนเท่านั้น แต่การบริหารพัฒนายังมีความสำคัญในลักษณะที่มีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการแผ่นดินให้เป็นระบบ และมีทิศทางที่ชัดเจน ครอบคลุมครบถ้วนทั้งการบริหารเพื่อการพัฒนาและการพัฒนาการบริหารเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนที่มีส่วนรวม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความมั่นใจแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐในการปฏิบัติราชการอีกด้วย ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการแผ่นดินของหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่รัฐ (พล) และในที่สุด จะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าของประเทศและช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตประชาชน (ผลกระทบ) กล่าวได้ว่า การบริหารการพัฒนา เป็นมรรควิธี ที่นำไปสู่จุดหมายปลายทาง การบริหารการพัฒนาเป็นระบบย่อยหรือเป็นส่วนย่อยของระบบใหญ่ ซึ่งครอบคลุมสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสังคม ตลอดจนการเมืองการปกครองและการบริหาร ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยทั้งระบบย่อยและระบบใหญ่ล้วนมีความสัมพันธ์กันและกันส่งผลต่อกัน พร้อมปรับตัวเพื่อความสมดุล (Equilibrium) และเพื่อให้อยู่รอดการบริหารการพัฒนา จึงเป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียง “การบริหารงาน” หรือ “การบริหารจัดการ” โดยการบริหารการพัฒนาเป็นแนวทางวิธีการหนึ่งที่มีลักษณะสำคัญ 4 ประการที่หน่วยงานของรัฐรวมทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐนำไปใช้ในการบริการราชการ เพื่อนำไปสู่จุดหมายปลายทางหรือวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้การบริหารการพัฒนาที่มีความสำคัญ ไม่เพียงเป็นแนวทางหรือวิธีการหนึ่งเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญในลักษณะที่มีส่วนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการอีกด้วย ซึ่งจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าของประเทศและเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนการเมืองการปกครองและการบริหารทั้งภายในและภายนอกประเทศ เมื่อมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงระบบใดในองค์การ ย่อมส่งผลให้เกิดสิ่งต่อไปนี้

1. บทบาทและเป้าหมายใหม่ขึ้นในองค์การ
2. ประสบการณ์ใหม่ สถานการณ์ใหม่ที่ได้จากคนหลายกลุ่ม มีการประเมินค่าของคนในองค์การสูงขึ้น
3. การแสวงหาความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการตัดสินใจทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม
4. สมาชิกเริ่มรู้ว่ายังมีบางสิ่งที่ยังไม่รู้ ค้นพบความจริงและความเสี่ยงมากขึ้น การวางแผนเป็นระยะ

**สรุป** องค์การจำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ความคิดสร้างสรรค์จะเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งเป็นการก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผลงานใหม่ การให้บริการระบบใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนปัจเจกภายนอกที่มีอิทธิพล การเปลี่ยนแปลง เช่น สภาพแวดล้อมทั่วไป การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม ทำให้ผู้บริหารต้องแสวงหาความคิดใหม่ ๆ และองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อการบริหารการพัฒนาองค์การต่อไปให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จนักวิชาการให้ความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องการพัฒนา ต่างก็สนใจศึกษาค้นคว้า หรือมีประสบการณ์จากการปฏิบัติงานพัฒนาในประเทศกำลังพัฒนา ในประเทศ อาเซียน ผนวกกับแนวคิดและความหมายของ อนันต์ เกตุวงศ์ และดิน ปรัชญพฤทธิ ข้างต้น ที่ได้กำหนดความหมายของการบริหารการพัฒนาได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีขอบเขตที่กว้างขวางมาก มีความหมายและยังได้รวมไปถึง การพัฒนาการบริหารงานของหน่วยงานของรัฐให้มีประสิทธิภาพ หรือมีขีดความสามารถสูงขึ้นด้วยความหมายยังครอบคลุมถึงสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการบริหารด้วย ความหมายของการบริหารพัฒนาในการบริหารงานของภาครัฐให้ความสำคัญกับกิจกรรมการพัฒนาตามนโยบาย แผน แผนงาน และโครงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการบริหาร ตัวอย่างเช่น การพัฒนาเมือง การพัฒนาชนบทการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคม และการพัฒนาองค์การตามรัฐธรรมนูญ

การบริหารการพัฒนาเป็นแนวทางหรือวิธีการหนึ่งของการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐที่นำมาใช้ในการบริหารที่เกี่ยวข้อง กับกิจกรรมพัฒนารวมทั้งการพัฒนา หรือปรับปรุงการบริหารภายในของหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น โครงสร้าง อำนาจหน้าที่กระบวนการ และบุคคล โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมด้วย ทั้งนี้ มีจุดหมายปลายทางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชนและเพื่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศ (นพวรรณ บุญธรรม 2558)

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

องค์การสหประชาชาติได้มีการกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ซึ่งเป็นทิศทางในการพัฒนา ตั้งแต่ เดือนกันยายน พ.ศ.2558 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2573 ครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย ได้แก่

1. การขจัดความยากจนทุกรูปแบบ
2. ขจัดความหิวโหยบรรลุเป้าความมั่นคงทางอาหาร โภชนาการที่ดี และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน
3. มีสุขภาพ การดำรงชีวิต ความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน ทุกช่วงอายุ
4. ทุกคนได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม ทัวถึง และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

5. ความเท่าเทียมทางเพศ เสริมสร้างพลังสตรี
6. จัดการน้ำและสุขาภิบาลอย่างยั่งยืน มีสภาพพร้อมใช้สำหรับทุกคน
7. เข้าถึงพลังงานที่ทันสมัย ยั่งยืน
8. เศรษฐกิจเติบโต ทัวถึง ยั่งยืน ส่งเสริมการมีงานทำ เป็นงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน
9. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวให้เป็นอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน และสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม
10. ลดความเหลื่อมล้ำทั้งภายในและระหว่างประเทศ
11. มีความปลอดภัยในการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ทัวถึง
12. มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน
13. รับมือผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
14. อนุรักษ์ ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเล
15. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืนของระบบนิเวศ ป่าไม้ พื้นฟูดินและความหลากหลายทางชีวภาพ
16. การส่งเสริมให้สังคมมีสุข ไม่แบ่งแยก เข้าถึงความยุติธรรม สร้างสถาบันที่พึ่งและยอมรับของส่วนรวมในทุกระดับ
17. เสริมสร้างความเข้มแข็งในวิธีการปฏิบัติให้เกิดผล สร้างพลังการเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระดับสากลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (กรมควบคุมมลพิษ 2550)

นอกจากนี้ (กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2556) ภายใต้ความร่วมมือนี้จากนานาประเทศทั่วโลกเริ่มปรับเปลี่ยนมุมมอง และกติกการพัฒนาประเทศใหม่ โดยต้องกำหนดสัดส่วน บทบาทภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการพัฒนาให้ชัดเจน โดยประชาชน เพื่อประชาชนทุกฝ่ายในสังคม ให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนา คือ การมีคุณภาพชีวิตและคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็นธรรม มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก ประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานการผลิตอย่างรู้คุณค่า เป็นมิติใหม่ของการพัฒนาเพื่อจะตอบสนองความต้องการพื้นฐานของคน ทั้งปัจจุบันและอนาคต สร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม มนุษย์และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับข้อตกลงระหว่างประเทศทั่วโลกจากการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมีหลักการสำคัญของการพัฒนาในการสร้างสมดุลระหว่าง 3 มิติ ประกอบด้วย ดังนี้

1. มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย
2. มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ให้คนมีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

3. มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ในปริมาณที่สมดุลต่อระบบนิเวศ สามารถผลิตทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้และฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ อย่างไรก็ตาม การบรรลุสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องเริ่มต้นและสิ้นสุดที่คนในชุมชนก่อน การพัฒนาชุมชนให้มีความสุข มั่นคง ปลอดภัย ทำให้คนสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องเกิดขึ้นจากพลังการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน มีหลักการ วิธีการ เป้าหมายที่สอดคล้องกัน ดังนี้

1. หลักการ: สร้างพลังชุมชน ใช้พลังชุมชนในการขับเคลื่อนการพัฒนา
2. วิธีการ: กระตุ้นให้ชุมชนรวมกลุ่ม ร่วมคิด ปรัชญาหารือร่วมกัน ร่วมเรียนรู้ ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน
3. ดำเนินกิจกรรม: ร่วมติดตามตรวจสอบ และร่วมรับประโยชน์
4. เป้าหมาย: ชุมชนเข้มแข็ง มีความสุข ปลอดภัย มีคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมที่ดีพึ่งพาตนเองได้ และเป็นชุมชนที่มีความยั่งยืน (กรมควบคุมมลพิษ 2550)

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มอาชีพ

เศรษฐกิจชุมชนเป็นแนวคิดสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ เศรษฐกิจชุมชนที่มีความมั่นคง แข็งแรง จะส่งผลให้ภาพรวมระบบเศรษฐกิจของทั้งประเทศมีความมั่นคง แข็งแรง ตามไปด้วย ประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจครัวเรือน หรือเศรษฐกิจชุมชน ที่ประกอบการด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมครัวเรือนสามารถส่งเสริมให้ระบบเศรษฐกิจเจริญเติบโตได้ สามารถพัฒนาจากเศรษฐกิจชุมชนเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลางได้ และเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศได้ ดังนั้น การพัฒนาที่ถูกต้องเหมาะสม จึงเน้นการพัฒนาให้เกิดผลประโยชน์กับคนส่วนใหญ่ของประเทศคือ จะต้องส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งจนสามารถช่วยเหลือตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป (ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์ 2556)

#### ความหมายของอาชีพ (Career)

การพัฒนาอาชีพ (Career Development) และการจัดทำสายอาชีพ ดนัย เทียนพุ่ม (2537) ได้ให้ความหมายของ “อาชีพ” หมายถึง งานทุกงานที่บุคคลหนึ่งได้เคยผ่านการมีประสบการณ์มาตลอดชีวิตการทำงานในแต่ละคน ซึ่งอาจเกิดได้จากการวางแผนหรือไม่ได้วางแผนการทำงานในลักษณะต่างๆคนที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นคนที่กำหนดเป้าหมายในงานของตนเอง มีการวางแผนการเดินทางไปยังเป้าหมายที่ตนเองตั้งไว้แล้วดำเนินการเพื่อให้ได้มีประสบการณ์ในการผ่านงานด้านต่าง ๆ ไปจนถึงจุดมุ่งหมายสูงสุดที่ตั้งไว้ซึ่งต่อมาได้เพิ่มคำจำกัดความของอาชีพ (Career)

หมายถึง การรับรู้ของพนักงานที่สืบเนื่องมาจากพฤติกรรมและทัศนคติ คุณค่าและความทะเยอทะยาน ซึ่งสัมพันธ์กับประสบการณ์ในการทำงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงชีวิตการทำงานของแต่ละบุคคล ดนัย เทียนพุด (2540) ในขณะที่ธงชัย สันติวงษ์ (2531) ให้ความหมายของอาชีพงาน (Career) ว่าหมายถึง ลำดับที่ต่อเนื่องของประสบการณ์จากการทำงานหลาย ๆ อย่างที่คน ๆ หนึ่งได้เคยเข้าไปเกี่ยวข้องและเคยทำมาในช่วงเวลาของชีวิตการทำงานของเขา ซึ่งมีมุมมองที่แตกต่างจาก ฌ็อง-ฌัก แซงปีแยร์ (2541) ที่ให้ความหมายของ“อาชีพ”ว่าหมายถึง งานที่บุคคลได้กระทำโดยใช้ความรู้ส่วนบริบท ซึ่งในต่างประเทศมีผู้ให้ความหมายไว้จำนวนมาก เช่น De Cenzo และ Robbins อังในฌ็อง-ฌัก แซงปีแยร์ (2542) กล่าวว่า อาชีพ คือ ลำดับขั้นของตำแหน่งงานซึ่งบุคคลดำรงอยู่ในแต่ละช่วงชีวิตของเขาซึ่ง Super อังในนวลศิริ เปาโรหิตย์ (2541) ได้ให้ความหมายคำว่า (Career) หมายถึง งานต่าง ๆ ที่บุคคลได้ทำรวมทั้งตำแหน่งต่าง ๆ ที่บุคคลได้เคยประจำอยู่ในช่วงชีวิตการทำงานซึ่งอาชีพถือว่าเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่งมีการเคลื่อนไหวและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจัดเป็นภารกิจทางพัฒนาการของชีวิตมนุษย์

จากคำนิยามและการให้ความหมายข้างต้น จึงสรุปได้ว่า แนวคิดการพัฒนากลุ่มอาชีพ คือ ความสัมพันธ์ของประสบการณ์ในการทำงานและลำดับขั้นของตำแหน่งงานซึ่งบุคคลดำรงอยู่ในแต่ละช่วงชีวิตของเขาโดยบุคคลอาจปฏิบัติงานในสายอาชีพเดิมตั้งแต่เริ่มต้นไปตลอดจนกระทั่งเกษียณอายุ เช่น ช่างนา ช่างสวน พ่อค้า ครู นักบัญชี นายแพทย์ นักบริหาร เป็นต้น ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงสายอาชีพตามความเหมาะสม หรือ ความต้องการส่วนตัว ขึ้นอยู่กับทัศนคติ พฤติกรรม สิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ของบุคคลนั้น แต่ละคนสามารถเลือกทำอาชีพเดียวหรือหลายอาชีพในขณะเดียวกันได้ซึ่งอาจจะสังกัดในองค์กรหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของความสนใจและความถนัดของบุคคลซึ่งทฤษฎีการพัฒนาอาชีพมีหลายทฤษฎีที่มีชื่อเสียง ซึ่ง อรอนงค์ ธัญญะวัน (2539,44-55) ได้ให้รายละเอียด ทฤษฎีการพัฒนาอาชีพของซูเปอร์ (Super's Theory of career Development) ดังนี้

### 1. ภูมิหลังของทฤษฎี

โดแนลด์ อี ซูเปอร์ (Donald E. Super) ได้เผยแพร่ทฤษฎีพัฒนาการด้านอาชีพของเขาโดยตีพิมพ์ในวารสารนักจิตวิทยาอเมริกา (American Psychologist) และได้ตั้งทฤษฎีพัฒนาการอาชีพในปี 1953

### 2. สาระสำคัญของทฤษฎี

โดแนลด์ อี ซูเปอร์ (Donald 1974,31-37 อ้างถึงใน อรอนงค์ ธัญญะวัน 2539,48-55) ได้เสนอหลักการใหญ่ 4 ประการในทฤษฎีของเขา ได้แก่ ลำดับขั้นทางอาชีพ (Vocation Life Stages) วุฒิภาวะทางอารมณ์ (Vocational Maturity) การเปลี่ยนอัตมโนทัศน์เข้าสู่อัตมโนทัศน์ทางอาชีพ (Translation the self-Concept into a Vocational Self-Concept) และแบบฉบับการประกอบ

อาชีพ (Career Patterns) การพัฒนาการทางอาชีพของบุคคลเป็นการพัฒนาการทั้งโครงสร้างทางจิตวิทยา สรีรวิทยาของบุคคล รวมทั้งเงื่อนไขสภาวะแวดล้อมและสิ่งสำคัญอื่น ๆ จากการวิจัยอย่างกว้างขวางและทฤษฎีพัฒนาการ การวัดผล การปรับตัวทางอาชีพและด้านอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กัน ซูเปอร์ได้ตั้งทฤษฎีพัฒนาการทางอาชีพ (Theory of Vocational Development) ขึ้นในปี 1953 โดยมีหลักซึ่งเป็นเหตุผลพื้นฐาน

### สำหรับงานวิจัยและทฤษฎีของเขา 10 ประการ มีดังนี้ คือ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในความสามารถและบุคลิกภาพ ดังนั้น การเลือกอาชีพของบุคคลควรต้องคำนึงถึงความแตกต่างกันระหว่างบุคคล
2. บุคคลที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้านจะประสบความสำเร็จในอาชีพมากกว่าหนึ่งอาชีพ
3. อาชีพแต่ละอาชีพต้องการบุคคลที่มีความสามารถ ความสนใจ แตกต่างไปในแต่ละอาชีพ
4. ความชอบและความสามารถในอาชีพซึ่งจะขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ และอัตมโนทัศน์ (Self-Concept) จะเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและประสบการณ์ ดังนั้น การเลือกและการตัดสินใจในอาชีพจึงเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกัน
5. กระบวนการเลือกอาชีพนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องตลอดชีวิตของบุคคล ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาการด้านอาชีพ ได้แก่ ช่วงเวลาของการพัฒนาความรู้สึกรู้จักตนเอง การพัฒนาความสามารถและความสนใจ (Growth Stage) ช่วงเวลาของการสำรวจตัวเองและการสำรวจอาชีพ (Exploration Stage) ช่วงเวลาที่บุคคลเริ่มประกอบอาชีพถาวร (Establishment Stage) ช่วงเวลาที่บุคคลมีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ (Maintenance Stage) และระยะเวลาที่ประสิทธิภาพในการประกอบอาชีพของบุคคลเสื่อมลง (Decline Stage)
6. แบบฉบับอาชีพ (Career Pattern) ขึ้นอยู่กับระดับสังคม เศรษฐกิจ สติปัญญา บุคลิกภาพ และโอกาสที่บุคคลได้รับ
7. การพัฒนาอาชีพควรได้รับการแนะแนวทาง โดยช่วยให้เกิดวุฒิภาวะทางความสามารถและความสนใจรวมทั้งช่วยให้ได้ทดลองฝึกงานตามโอกาสอันควร และได้มีโอกาสพัฒนาอัตมโนทัศน์
8. กระบวนการพัฒนาอาชีพเป็นผลจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาอัตมโนทัศน์ทำให้บุคคลรู้จักตนเองในเรื่องความสนใจ ความถนัด ความสามารถ ซึ่งจะทำให้รู้จักประสมประสานกันระหว่างความสามารถของตนเองกับโอกาสที่จะเป็นไปได้จริง
9. การพัฒนาอาชีพเป็นการประนีประนอมระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อมทางสังคมระหว่างอัตมโนทัศน์ความเป็นจริง ซึ่งอาจเรียนรู้จากการแสดงบทบาทไม่ว่าจะเป็นบทบาทตามความเพื่อฝันหรือในกิจกรรมที่เป็นจริง เช่น ในโรงเรียน ชุมชน งานชั่วคราว หรืองานประจำ

10. ความพอใจในอาชีพและความพอใจในชีวิต ขึ้นอยู่กับการที่ความสนใจบุคลิกภาพและคุณค่าของบุคคลนั้นเหมาะสมกับงาน บุคคลจะพึงพอใจในงานถ้างานนั้นไปกันได้กับวิถีชีวิตความสามารถ และการแสดงบทบาทตามที่บุคคลนั้นต้องการ

ในปี 1957 ซูเปอร์และผู้ร่วมงานได้ศึกษาฉบับอาชีพ (Career Pattern Study Monograph, Vocational, Development : A Framework for Research) เป็นศึกษาระยะยาว 20 ปี โดยเริ่มศึกษาในปี ค.ศ. 1951 กลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กชายเกรด 8 จำนวน 138 คน และเด็กชายเกรด 9 จำนวน 142 คน ได้ลำดับขั้นทางอาชีพอันเป็นแนวคิดหลักของทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1. ระยะการเจริญเติบโต (Growth Stage) เริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งอายุ 14ปี ลักษณะทั่วไป ได้แก่ การพัฒนาอัตมโนทัศน์ด้วยการเลียนแบบจากบุคคลสำคัญในครอบครัวและในโรงเรียน ความต้องการและความเพ้อฝันมีความสำคัญในระยะแรกของช่วงนี้ ต่อมาความสนใจและความสามารถมีความสำคัญมากกว่า เนื่องจากการมีส่วนร่วมในงานและมีการทดสอบความจริง ช่วงนี้แบ่งเป็นลำดับขั้นย่อย ๆ ดังนี้

1.1.ระยะที่เด็กยังไม่มีอาชีพ

1.2.ระยะจินตนาการด้านอาชีพ

1.3.ระยะสนใจในอาชีพ

1.4.ระยะพิจารณาความสามารถ

2. ระยะการสำรวจ (Exploration Stage) ระยะนี้อยู่ในช่วงอายุ 15ปี ถึง 24ปี ในระยะนี้บุคคลจะสำรวจตนเองและสำรวจอาชีพเพื่อแสวงหาข้อมูลและประสบการณ์ ซึ่งได้จากกิจกรรมในโรงเรียนจากการทำงานพิเศษ ระยะการสำรวจแบ่งออกเป็นขั้นย่อยๆ ดังนี้

2.1.ระยะทดลองเลือกอาชีพ (Tentative Sub stage)

2.2. ระยะหัวเลี้ยวหัวต่อของพัฒนาการด้านอาชีพ (Transition Sub stage)

2.3.ระยะทดลองปฏิบัติงาน (Trial Sub stage)

3. ระยะเริ่มต้นประกอบอาชีพ (Establishment Stage)

3.1.ระยะทดลองปฏิบัติงาน (Trial Sub stage)

3.2.ระยะประกอบอาชีพถาวร (Stabilization Sub stage)

4. ระยะรักษาความมั่นคงในอาชีพ (Maintenance Stage)

5. ระยะเสื่อมถอย (Decline Stage)

5.1.ช่วงที่บุคคลเริ่มลดประสิทธิภาพในการประกอบอาชีพ (Deceleration)

5.2.ช่วงที่บุคลิกเลิกประกอบอาชีพโดยสิ้นเชิง (Retirement)

ซูเปอร์ได้นำหลัก“งานตามขั้นพัฒนาการ”(Development Tasks) ของอาร์เจ ฮาร์วิกเฮิร์สต์ (R.J.Harvighurst) มาอธิบายกระบวนการพัฒนาด้านอาชีพของบุคคลด้วย โดยงานตามขั้นพัฒนาการ



หมายถึง พัฒนาการด้านต่าง ๆ ของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นในแต่ละช่วงของชีวิตบุคคลถ้าพัฒนาการนั้น ๆ ดำเนินไปอย่างราบรื่น จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความสุขใจ ความมั่นคง และกำลังใจที่จะปรับตัวในขั้นต่อไป แต่ถ้าพัฒนาการขั้นนั้น ๆ ประสบอุปสรรคไม่สามารถดำเนินไปด้วยดีจะทำให้บุคคลนั้นเป็นทุกข์ เกิดปัญหา และพัฒนาการขั้นต่อไปจะดำเนินไปด้วยความลำบาก พัฒนาการเหล่านี้เป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลจะต้องกระทำให้สำเร็จในแต่ละช่วงของชีวิต พัฒนาการบางอย่างจะเกี่ยวพันกับร่างกาย เช่น การพัฒนาทักษะด้านการเคลื่อนไหวของร่างกาย การพัฒนาทักษะด้านการดำรงชีวิตของบุคคล เช่น การเตรียมตัวในการเลือกประกอบอาชีพที่ทุจริต เพื่อที่จะได้ประโยชน์แก่ตนเองและสังคมต่อไป

ซูเปอร์ได้อธิบายงานตามขั้นตอนการพัฒนาการด้านอาชีพ (Career Development Tasks) ของบุคคลในวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวไว้ว่างานตามขั้นพัฒนาการด้านอาชีพของวัยรุ่น มีดังต่อไปนี้

- การพัฒนาความสามารถและสติปัญญา
- การพัฒนาการสร้างนิสัยในการทำงานที่ดี มีความรับผิดชอบในการทำงานรู้จักร่วมมือ
- การเลือกหลักสูตร เลือกวิชาเรียน เลือกกิจกรรมให้เหมาะสมกับความถนัด ความสามารถ

ความสนใจ ตลอดจนการเลือกอาชีพ

**งานตามขั้นพัฒนาการด้านอาชีพของวัยหนุ่มสาว มีดังต่อไปนี้**

- การเลือกศึกษาต่อและประกอบอาชีพ
- การเลือกหลักสูตรในระดับอุดมศึกษา (ถ้าบุคคลนั้นศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา)
- การเลือกอาชีพที่เหมาะสม

ซูเปอร์ได้อธิบายความหมายเกี่ยวกับความรู้สึกรู้จักคิดที่มีต่อตนเอง (self-concept) และเกี่ยวกับการพัฒนาด้านอาชีพ เขาได้อธิบายไว้ว่า จุดมุ่งหมายของการประกอบอาชีพของบุคคล คือ การดำรงอาชีพและการสนองความต้องการต่าง ๆ เช่น ความต้องการ การยอมรับ ความต้องการอิสระ การได้แสดงความสามารถและภูมิใจในผลงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความรู้สึกรู้จักคิดของบุคคลที่มีต่อตนเอง และการที่บุคคลเลือกอาชีพที่เหมาะสมก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีความรู้สึกรู้จักคิดต่อตนเองอย่างตรงต่อความเป็นจริง ความรู้สึกรู้จักคิดที่มีต่อตนเองได้พัฒนามาตั้งแต่เด็ก บุคคลจะพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างตัวเขากับบุคคลอื่น การรับรู้และประสบการณ์จะกว้างขวางขึ้นซึ่งเป็นผลทำให้ความรู้สึกรู้จักคิดต่อตนเองพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น ประสบความสำเร็จในวิชาคณิตศาสตร์จะเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลพิจารณาตนเองว่า ตนเองเป็นผู้มีความสามารถทางคณิตศาสตร์ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเลือกอาชีพ เช่น ทำให้บุคคลนั้นมีจุดประสงค์ที่จะเลือกอาชีพเป็นนักคณิตศาสตร์หรือวิศวกร ซูเปอร์มีความคิดเห็นว่านักแนะแนวควรส่งเสริมให้เด็กมีกิจกรรมในการสำรวจตนเองและโลกของงาน ซึ่งจะเป็นการช่วยให้เด็กได้ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพและมีโอกาสได้ประเมินตนเองอย่างถูกต้องตามความเป็นจริงมากขึ้น การจัดกิจกรรมแนะแนวเพื่อส่งเสริมพัฒนาการด้านอาชีพที่เหมาะสมนั้นจะต้องตระหนักถึงลักษณะพัฒนาการทางด้านอาชีพในวัยต่าง ๆ และพึงตระหนักว่าแบบฉบับการประกอบ

อาชีพแบบธรรมดาโดยทั่วไปเท่านั้น เพราะจะเป็นอุปสรรคต่อการพิจารณาตนเองตามที่เป็นจริงและนักแนะแนวจะต้องระลึกว่าองค์ประกอบด้านอารมณ์มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการด้านอาชีพ ฉะนั้นต้องให้ความสนใจด้านอารมณ์ของผู้รับบริการด้วย สิ่งสำคัญที่ต้องให้ความสนใจอีกประการหนึ่ง คือ กระบวนการเลือกอาชีพของผู้รับบริการ ไม่ใช่มุ่งความสนใจว่าผู้รับบริการจะเลือกอาชีพใดเท่านั้น

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว

##### ความเป็นมาของการตลาดสีเขียว

การตลาดสีเขียว (Green Marketing) เกิดขึ้นในช่วงปี 1990 เนื่องจากในช่วงนั้นโลกกำลังตื่นตัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั่วโลกพยายามกดดันและเรียกร้องให้ภาครัฐบาลออกข้อบังคับ กฎระเบียบหรือพระราชบัญญัติ เพื่อการควบคุมดูแลภาคธุรกิจไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติอย่างขาดความสำนึกต่อส่วนรวม เมื่อมีการกดดันจากกระแสภายนอกเช่นนี้ ภาคเอกชนจึงปรับทิศทางการธุรกิจของตนให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อหวังจะเป็นธุรกิจที่ครองใจผู้บริโภคเป็นรายแรก ในช่วงที่มีการตื่นตัวทางด้านสิ่งแวดล้อมเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2533-2534 การตลาดสีเขียว (Green Marketing) ได้เริ่มปรากฏให้เห็นในประเทศไทยแต่เป็นลักษณะของการทำตลาดเพื่อภาพพจน์ เช่น การรณรงค์ใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว จนกระทั่งขยายออกไปสู่ประเด็นที่หลากหลาย เช่น การรณรงค์แก้ปัญหาขยะ การปลูกป่า ซึ่งผู้ประกอบการหลายแห่งให้การสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในรูปของกิจกรรมตามโครงการต่าง ๆ (นงนุช อิมพิทักษ์ 2540)

##### ความหมายของผลิตภัณฑ์สีเขียว

ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Products) คำจำกัดความของกรีนพีซ (Green Peace) ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่รณรงค์การรักษาสีเขียวทั่วโลก ได้ให้คำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไว้ 8 ประการ คือ (สันทนา อมรไชย 2552)

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตให้พอดีกับความต้องการของผู้บริโภค โดยปราศจากความฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย
2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์
3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์
4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์พลังงานธรรมชาติ ผลิตแล้วจะต้องไม่เปลืองพลังงาน เริ่มตั้งแต่การผลิต การใช้ ไปถึงการสิ้นสภาพ กระบวนการผลิตจะไม่ทำให้เสียสินค้าโดยไม่จำเป็นหรือเมื่อผลิออกมาเป็นสินค้าแล้วควรจะมีอายุการใช้งานนาน เพิ่มหรือเติมพลังงานเข้าไปใหม่ได้

5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภาชนะหีบห่อน้อยที่สุด การออกแบบกล่องหรือหีบห่อบรรจุต้องไม่ฟุ่มเฟือย
6. กระบวนการผลิตสินค้าในโรงงานต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการนำทรัพยากรมาใช้หรือทิ้งของเสียลงสู่ธรรมชาติ
7. ห้ามทารุณกรรมสัตว์ เช่น สุนัข แมว หรือลิงโดยการนำไปเป็นสัตว์ทดลอง เพื่อวิจัยผลการผลิตสินค้า
8. ห้ามนำสัตว์สงวนพันธุ์มาผลิตเป็นสินค้าเด็ดขาดหรือมีการทำลายชีวิตสัตว์เหล่านั้นทางอ้อม

**ผลิตภัณฑ์สีเขียว** จำเป็นต้องสู่กระบวนการทางการตลาดแบบที่เรียกว่า การตลาดสีเขียว (Green marketing) ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิตดูแลสภาพแวดล้อมโรงงานให้สะอาด มีมาตรการกำจัดของเสียออกจากโรงงานไม่ให้ออกมาทำลายสิ่งแวดล้อม รวมทั้งในแง่วิจัยและพัฒนาที่ต้องไม่ให้เป็นพิษภัยกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศวิทยา เช่น เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์โพลีเอทิลีนที่ย่อยสลายได้ยากให้เป็นวัสดุอื่น เลิกใช้ถุงหรือขวดพลาสติก หันมาใช้วัสดุอื่นเพื่อการรีไซเคิล ในต่างประเทศการตลาดสีเขียวที่แข่งขันกันอย่างรุนแรงมาก จะเป็นเรื่องของบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่มเพราะภาชนะเหล่านี้เมื่อใช้ไปแล้วทิ้งในธรรมชาติจะย่อยสลายได้ในเวลาต่างๆกัน เช่น แก้วจะย่อยสลายในเวลาสั้นกว่าพันปี ถุงพลาสติกใช้เวลาหลายพันปี ส่วนโลหะใช้เวลาเพียงร้อยปี และกระดาษเพียงสิบปีเท่านั้น ดังนั้น ผู้ผลิตที่ใช้วัสดุผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายเร็วกว่า ย่อมได้เปรียบคู่ต่อสู้ในแง่ตลาดสีเขียวมากกว่า ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดการตลาดสีเขียว (Green marketing) ในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ระดับ Green ใช้หลักเกณฑ์การวัดทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว โดยจะดูที่ยอดขายสินค้า ซึ่งจะไม่เน้นการวัดการเปลี่ยนแปลงในสังคม ใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพผลิตภัณฑ์ทั่วไป เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าประหยัดพลังงาน เป็นต้น ระดับ Greener มีจุดประสงค์มากกว่าการทำยอดขาย แต่หวังผลด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยส่งเสริมให้คนร่วมมือกับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์และทรัพยากรมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มากขึ้น เช่น นอกจากขายรถยนต์ประหยัดพลังงานแล้ว บริษัทยังมีแคมเปญรณรงค์ให้คนใช้รถอย่างมีความรับผิดชอบมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมวันเช็คสภาพรถ และให้ความรู้หมั่นตรวจสภาพรถบ่อย ๆ เป็นการประหยัดน้ำมัน และลดปริมาณไอเสียที่ปล่อยออกมาสู่อากาศด้วย ดังนั้นตัววัดระดับนี้จึงมีทั้งยอดขายและจำนวนคนเข้าร่วมกิจกรรม ระดับ Greenest เป็นระดับที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่และก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคม เช่น การบริการที่เปิดโอกาสให้คนที่ เป็นเจ้าของรถยนต์ประหยัดน้ำมันแต่ไม่ค่อยได้ใช้รถ กรณีต้องไปทำงานต่างประเทศช่วงหนึ่งโดยนำรถมาให้คนอื่นเช่าชั่วคราวนั้น หรืออาจเป็นบริการที่จัดคิวให้คนที่อยู่ทางเดียวกัน ได้ใช้รถร่วมกันได้

## การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อชีวิตที่ยั่งยืน (Eco-Design)

นักวิชาการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างมีความเห็นพ้องกันว่า การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดต้องเริ่มตั้งแต่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพราะแม้ว่าต้นทุนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางตรงจะมีเพียง 5-13% ของต้นทุนผลิตภัณฑ์รวม แต่ผลสืบเนื่องจากการออกแบบผลิตภัณฑ์จะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างต้นทุนถึง 60-80% การออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco-Design) จึงมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการผลิตสินค้า โดยเป็นกระบวนการที่ผนวกแนวคิดด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์สมรรถนะทางด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ การจัดการซากที่หมดอายุ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกช่วงของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ โดยจะควบคู่กับการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ต้นทุน กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการตลาด เป็นต้น

**หลักการพื้นฐานของการทำ Eco-Design** คือ การนำหลักของ 4R ได้แก่ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการซ่อมบำรุง (Repair) นำมาประยุกต์ใช้ทุกช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ คือ ตั้งแต่การวางแผนผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การนำไปใช้ และการทำลายหลังการใช้เสร็จ ความสำคัญของ Eco-Design มิใช่เป็นเพียงแค่วิธีทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น หากยังมีความสำคัญต่อการค้าและการส่งออกอีกด้วย เนื่องจากในปัจจุบันประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้ว ไม่ว่าจะเป็น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่น ต่างให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าการออกข้อกำหนดและกฎระเบียบทางการค้าที่สัมพันธ์กับการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ระเบียบว่าด้วยการจัดการเศษเหลือทิ้งจากผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Waste Electrical and Electronic Equipment: WEEE) ระเบียบว่าด้วยการจำกัดความในการใช้สารอันตรายบางชนิดในผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (The Restriction of the use of certain Hazardous Substance in electronic and electronic equipment: RoHS) ของกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปหรือระเบียบเกี่ยวกับการจัดการซากของยานยนต์ (End of Life Vehicles: ELV) ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเข้ามาเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อเศษซากวัสดุจากผลิตภัณฑ์ของตนผู้ประกอบการจึงต้องปรับปรุงและพัฒนาสินค้าของตนเองเพื่อที่จะสามารถส่งออกสินค้าได้ (Eco-Design) ทางผิดอีก ๆ เป็นที่รู้จักกันดี ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีสะอาด (Cleaner Technology: CT) หรือเป็นวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment: LCA) ซึ่งประเทศไทยพบว่า ในปัจจุบันมีหน่วยงานของรัฐ องค์กรอิสระ และสถาบันการศึกษาหลายแห่ง ที่มีโครงการศึกษาและการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้าน (E-co Design) มากขึ้น ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้และสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถนำ (Eco-Design) มาผลิต ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-product)

## ฉลากสีเขียว (Green label หรือ Eco-label)

ฉลากเขียว คือ ฉลากที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน ข้อดีของการมีฉลากเขียวติดอยู่บนผลิตภัณฑ์ก็คือใช้เป็นเครื่องหมายให้กับผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเน้นคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคจะได้เลือกซื้อตามวัตถุประสงค์ ในส่วนผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจะได้รับผลประโยชน์ในแง่กำไร เนื่องจากมีการบริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมากขึ้น ผลักดันให้ผู้ผลิตรายอื่น ๆ ต้องแข่งขันการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการของตน ในด้านเทคโนโลยีโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการยอมรับของประชาชนและส่งผลตอบแทนทางเศรษฐกิจแก่ผู้ผลิตเองในระยะยาว ฉลากเขียวถึงเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยป้องกันรักษาธรรมชาติผ่านการผลิตและบริโภคของประชาชน

### หลักการในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์สีเขียว

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคทั่วไปในชีวิตประจำวัน
2. คำนึงถึงผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และคุณประโยชน์ทางสิ่งแวดล้อมที่ได้รับเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นถูกจำหน่ายออกสู่ตลาด
3. วิธีการตรวจสอบที่ไม่ยุ่งยากและเสียค่าใช้จ่ายสูงในการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางสิ่งแวดล้อมตามที่กำหนดไว้ในข้อกำหนด
4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตมีทางเลือกในการผลิตที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า (สนทนา อมรไชย 2552)

### ผลิตภัณฑ์ฉลากเขียว

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกที่สามารถขอรับการรับรองเครื่องหมายฉลากเขียวมีทั้งหมดจำนวน 35 รายการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปทำจากพลาสติกที่ใช้แล้ว หลอดฟลูออเรสเซนต์ ตู้เย็น สีเครื่องสุขภัณฑ์ ถ่านไฟฉายเครื่องปรับอากาศ กระจาด สเปรย์ สารซักฟอก ก๊อมน้ำและอุปกรณ์ประหยัดน้ำ คอมพิวเตอร์ เครื่องซักผ้า ฉนวนกันความร้อน ฉนวนยางกันความร้อน มอเตอร์ ผลิตภัณฑ์ทำจากผ้า บริการซักน้ำและซักแห้งแชมพู ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดถ้วยชาม น้ำมันหล่อลื่น เครื่องเรือนเหล็ก ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ยางพารา ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดพื้นผิว ผลิตภัณฑ์ลบความผิด เครื่องถ่ายเอกสาร สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เครื่องเขียน ตลับหมึก ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพ สีเคลือบกระเบื้องมุงหลังคา โทรศัพท์มือถือ เครื่องโทรสาร

ปัจจุบัน การเติบโตสีเขียว (Green Growth) นับว่าเป็นจุดเน้นเชิงนโยบาย (Policy Focus) สำหรับทุกภูมิภาคของโลก ที่ให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

และนำไปสู่ความเป็นธรรมทางสังคมด้วย แต่การบรรลุการเติบโตสีเขียวได้นั้น ทุกภูมิภาคต้องมีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการพัฒนาจากเดิมที่เน้นให้ความสำคัญกับการเติบโตก่อนและตามแก้ปัญหาทางมลพิษภายหลัง มาสู่แนวทางการพัฒนาที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อในระยะยาว ทั้งนี้ องค์การสหประชาชาติได้เสนอ กรอบนโยบายที่จะช่วยให้การพัฒนามุ่งสู่การเติบโตสีเขียวอย่างเป็นรูปธรรมโดยดำเนินการ 6 มาตรการหลักที่เชื่อมโยงกัน ประกอบด้วย

1. การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน
2. ธุรกิจและตลาดสีเขียว
3. โครงสร้างพื้นฐานสีเขียว
4. ภาษีสีเขียวและการปฏิรูปงบประมาณ
5. การลงทุนในทุนธรรมชาติ
6. ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพเชิงที่ใช่เป็นมาตรวัดความก้าวหน้า/ผลสำเร็จและเปรียบเทียบประสิทธิภาพเชิงนิเวศในการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาค/ประเทศต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงแนวทางการพัฒนาให้มุ่งสู่การเติบโตสีเขียวอย่างยั่งยืน (UNESCAP 2010)

**การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน**(Sustainable Consumption and Production:SCP) เป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยที่ระบบนิเวศของโลก ยังคงสภาพที่สามารถเกื้อกูลการดำรงชีพและการประกอบกิจกรรมของมนุษย์ได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการใช้วัตถุดิบและใช้ปัจจัยการผลิตน้อย มีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงและก่อให้เกิดผลกำไรสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ กระบวนการผลิตและบริโภคสินค้ามีการใช้พลังงานน้อยก่อให้เกิดมลพิษต่ำ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูง ทั้งนี้ การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืนเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมในลักษณะองค์รวม ซึ่งอยู่บนหลักการของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อให้เกิดทางเลือกในการผลิตและบริโภคสินค้าและบริการ ตลอดจนการบริหารจัดการอุปสงค์ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

**ภายใต้ธุรกิจและตลาดสีเขียว** (Green Business and Markets) จึงเป็นแนวทางและมาตรการหนึ่งที่ผู้ประกอบการปกป้องสิ่งแวดล้อมไว้ในระยะยาวได้ โดยมีกิจกรรมการผลิตที่มีประสิทธิภาพไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ และเป็นการทำการตลาดในกลุ่มสินค้าและบริการที่เกื้อกูลต่อทรัพยากรธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กจะเป็นกลไกสำคัญในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการปกป้องสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ให้มีโอกาทางธุรกิจ ภายใต้การสนับสนุนจากภาครัฐ ที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจและตลาดสีเขียว ด้วยการกำหนดนโยบาย หรือตรากฎหมาย สร้างแรงจูงใจ ให้ภาคเอกชนยอมรับและปรับเปลี่ยนแบบแผนและกระบวนการผลิตสินค้าและบริการไปสู่ความเป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมมากขึ้น

อย่างไรก็ดี โครงสร้างพื้นฐานสีเขียว (Sustainable Infrastructure) เป็นปัจจัยพื้นฐานหลักที่สำคัญในการสนับสนุนการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจ สังคมและช่วยให้ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานจึงจำเป็นต่อการดำรงชีพของชุมชนการวางระบบโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่เป็นตัวกำหนดความยั่งยืนของการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีการปลดปล่อยคาร์บอนต่ำที่สำคัญ ทำให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการได้อย่างมีคุณภาพสูง ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด แต่จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการหลากหลายศาสตร์เข้าด้วยกัน โดยเฉพาะ วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ การวางผังเมืองและการก่อสร้าง ฯลฯ

ดังนั้น ผลผลิตสีเขียวจึงถูกนำมาใช้สื่อความหมายในการกระตุ้นเตือนให้ผู้คนทั้งโลกคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ มีภาวะความรับผิดชอบต่อกระบวนการผลิต และมุ่งที่ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และเตือนให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้รู้จักกับปัจจัยหนุนเสริมต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ไปในทิศทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม

ความหมายองค์กร ที่มีรูปแบบการดำเนินงานในเชิงธุรกิจ แต่มีเป้าหมายทางสังคมเป็นหลัก และรายได้จากการดำเนินธุรกิจจะนำกลับมาสู่การพัฒนาสังคมและพัฒนาองค์กรให้เติบโตขึ้น เพื่อประโยชน์ของสังคมส่วนร่วมเป็นหลัก มิใช่เพื่อความมั่งคั่งของเจ้าของและผู้ถือหุ้น (Social Enterprise UK 2015)

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) หมายถึง กิจการที่มีรายได้จากการผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยมีเป้าหมายของกิจการที่ชัดเจนในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น (สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ 2557)

### ภาครัฐกับการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม

รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมขึ้น มีศูนย์คุณธรรมเป็นเลขานุการ เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจถึงความหมาย บทบาทของกิจการเพื่อสังคมต่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน โดยรัฐบาลเน้นความร่วมมือเอื้อเพื่อต่อกันไม่เบียดเบียนระหว่างกิจการต่าง ๆ เป็นฐานในการสร้างระบบเศรษฐกิจแบบใหม่อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม สุขภาวะและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการสร้างรายได้ให้องค์กร เชื่อว่าจะเป็นทางหนึ่งในการพัฒนาประเทศ

อย่างยั่งยืน ที่มีทั้งรายได้ ความเจริญก้าวหน้าและไม่สร้างปัญหาให้สิ่งแวดล้อม รัฐบาลได้จัดทำแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม (พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2557) โดยกำหนดยุทธศาสตร์ 3 ด้าน คือ

1. การสร้างการรับรู้และเรียนรู้เรื่องกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย มีมาตรการในการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา การพัฒนาหลักสูตรที่เน้นแผนธุรกิจเพื่อสังคม ส่งเสริมการสัมมนาการประชุม ที่เกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคม การจัดประกวดต้นแบบกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และการพัฒนาฐานข้อมูล

2. พัฒนารูปแบบและการส่งเสริมขีดความสามารถของกิจการเพื่อสังคม การเชื่อมโยงกับศูนย์บ่มเพาะต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะกิจการเพื่อสังคมในองค์กรภาครัฐโดยเฉพาะ และพัฒนาเครือข่ายศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของมหาวิทยาลัยให้มีเนื้อหาและศักยภาพเพื่อบ่มเพาะกิจการเพื่อสังคม การพัฒนารูปแบบเฉพาะกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และการยกเว้นหรือแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3. พัฒนาช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและทรัพยากรสำหรับกิจการเพื่อสังคม เนื่องจากกิจการเพื่อสังคมมักประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากสถาบันการเงินยังยึดติดอยู่กับรูปแบบเดิม คือต้องใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกัน จึงจำเป็นต้องมีกลไกในการทำให้เกิดการสนับสนุนเงินในรูปแบบใหม่ ๆ

โดยภาครัฐให้การสนับสนุนแก่กิจการเพื่อสังคมโดยสร้างกฎระเบียบที่เอื้อต่อการดำเนินงาน และนโยบายสนับสนุนทางการเงินทั้งในรูปแบบเงินให้เปล่า กองทุนรวม และดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ เครื่องมือลดความเสี่ยงหรือการจัดตั้งกองทุน Social Enterprises จัดทำกฎหมายจดทะเบียนเป็น Social Enterprises และส่งเสริมนโยบายทางภาษี เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี Social Enterprise เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างผู้ประกอบการ Social Enterprise ใหม่ในประเทศให้มากขึ้น

### **ผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทย**

ผลจากการเกิดแนวคิดกิจการเพื่อสังคม ทำให้เกิดการตื่นตัวในการทำกิจการเพื่อสังคม สังเกตได้จากองค์กรที่เคยดำเนินการในรูปสมาคมต่างหันมาทำธุรกิจในลักษณะกิจการเพื่อสังคม เพื่อหาเงินมาใช้จ่ายในการดำเนินงานในส่วนที่ทำเพื่อสังคม เพื่อตัดปัญหาที่ต้องพึ่งพาเงินจากการบริจาคและจากต่างประเทศที่ไม่สม่ำเสมอและมีแนวโน้มลดลง ทางออกในการแก้ไขปัญหา ก็คือการก่อตั้งกิจการที่ดำเนินแบบธุรกิจเอกชน เพียงแต่ลักษณะของธุรกิจเน้นไปในเชิงสังคม และบางแห่งแม้เนื้อหาไม่ได้มุ่งไปในเชิงสังคม แต่ก็นำเงินกำไรมาใช้ในกิจกรรมเพื่อสังคม จากการที่ผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมส่วนใหญ่มาจากองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร จึงอาจจะมีขาดความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ มีข้อจำกัดด้านเงินทุน จึงทำให้ประสบความสำเร็จไม่มากเท่าที่ควรและบางแห่งถึงกับไม่สามารถดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจ



เหล่านี้ ในด้านการบริหารจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุนก็เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากธุรกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ผลตอบแทนไม่สูงใจ ประกอบกับไม่มีหลักประกัน และมีจุดอ่อนด้านการบริหารจัดการ ทำให้สถาบันการเงินไม่ปล่อยเงินกู้

การดำเนินกิจการเพื่อสังคมในปัจจุบันยังไม่ได้มีการสนับสนุนพิเศษแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป จึงทำให้ผู้สนใจเข้ามาทำธุรกิจเพื่อสังคมมีไม่มาก การใช้มาตรการจูงใจให้ผู้สนใจทำกิจการเพื่อสังคมมากขึ้น สามารถดำเนินการได้ด้วยมาตรการด้านภาษี โดยให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีแก่กิจการเพื่อสังคม รวมถึงมาตรการอื่น ๆ เช่น มาตรการสนับสนุนให้กิจการเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น การพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ เป็นต้น การดำเนินกิจการเพื่อสังคมในปัจจุบันในประเทศไทย แม้จะมีการตื่นตัว และมีการจัดตั้งกันมากขึ้น แต่ก็ยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่ยังเป็นกิจการขนาดเล็กที่ดำเนินโดยกลุ่มที่มีประสบการณ์จากการช่วยเหลือพัฒนาสังคมในบทบาทของ NGO มาก่อน ยังไม่มีภาคธุรกิจที่ให้ความสนใจเข้ามาทำกิจการเพื่อสังคมอย่างจริงจัง และยังไม่มีการเพื่อสังคมขนาดใหญ่ที่สามารถช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสเป็นจำนวนมาก ๆ ดังเช่น กรณีธนาคารกรามีน ธนาคารเพื่อคนจน ที่ก่อตั้งโดยนายโมฮัมหมัด ยูนุส นักเศรษฐศาสตร์ชาวบังกลาเทศที่ได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพในปี ค.ศ. 2006 ซึ่งปัจจุบันธนาคารกรามีน ขยายสาขาออกทั่วประเทศบังกลาเทศ มีสาขารวม 2,226 แห่ง เป็นต้น

### ประเภทของกิจการเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคม สามารถแบ่งจากการพัฒนารูปแบบกิจการที่มาจากองค์กรประเภทต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. กิจการเพื่อสังคมที่ไม่มีการแสวงหากำไรแต่มีการหารายได้ ซึ่งเป็นองค์กรส่วนหนึ่งในการดำเนินงานที่แสวงหากำไร ที่ให้ความสำคัญกับพันธกิจทางสังคมมากกว่าผลกำไรที่จะได้และมีเงินทุนในการดำเนินงานจากการบริจาคหรือการสนับสนุนเป็นหลัก กิจการเพื่อสังคม ประเภทนี้มักพัฒนามาจากองค์กรสาธารณประโยชน์หรือองค์กรการกุศล เช่น มูลนิธิหรือสมาคมต่าง ๆ

2. กิจการเพื่อสังคม ประเภทลูกผสม กิจการเพื่อสังคมประเภทนี้เป็นการผสมผสานระหว่างองค์กรแสวงหาผลกำไรและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ให้สามารถเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันได้โดยที่องค์กรแสวงหาผลกำไรจะนำรายได้ไปสนับสนุนองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีพันธกิจทางสังคมอีกทอดหนึ่ง

3. กิจการเพื่อสังคมที่พัฒนาจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสังคมประเภทนี้เป็นองค์กรธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไร และมีการนำเอากำไรกลับคืนสู่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ แต่ในขณะเดียวกันก็ได้ให้ความสำคัญกับพันธกิจทางสังคมควบคู่ไปกับพันธกิจทางธุรกิจด้วย โดยมีการเชื่อมโยงการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมเข้าไปสู่กระบวนการปกติของธุรกิจ

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นองค์กรที่มีจุดประสงค์เพื่อสังคมที่ชัดเจนโดยให้สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมในการบริหารงาน มีรายได้หลักมาจากการขายสินค้าและบริการโดยผลกำไรส่วนใหญ่จะนำไปลงทุนตามวัตถุประสงค์ เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นอิสระ ดังนั้น ธุรกิจเพื่อสังคมก็เหมือนเป็นวิธีที่ใช้แก้ปัญหาเงินทุนขององค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่โดยปกติแล้วมักจะมีจุดประสงค์เพื่อต้องการแก้ไขปัญหาด้านสังคมแต่ต้องพึ่งพาเงินจากการบริจาคเป็นส่วนใหญ่และก็เป็น การแก้ปัญหาแสวงหาผลกำไรของธุรกิจทั่วไปที่ได้คำนึงถึงผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจการเพื่อสังคมจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมเพราะเป็นองค์กรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้จากการดำเนิน ธุรกิจของตนเองและคำนึงถึงผลประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก (Social Enterprise UK 2015)

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการเพื่อสังคม

(Dees 1998) ได้กล่าวถึงเรื่องการประกอบกิจการเพื่อสังคม ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญที่ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น ดิส์จึงให้คำนิยามของผู้ประกอบการสังคมไว้ว่า ผู้ประกอบการที่มีภารกิจทางสังคมเป็นเป้าหมาย (Entrepreneurs with a Social Mission) การแสวงหากำไรทางเศรษฐกิจ (Wealth Creation) เป็น เพียงเครื่องมือเพื่อเป้าหมายทางสังคม (Means to an End) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจแล้ว การแสวงหากำไรเป็นตัวชี้วัดการสร้างมูลค่า (Value Creation) ตามกรอบคิดแบบตลาดเสรี ผู้ประกอบการธุรกิจที่สามารถจ่ายได้มากเพื่อซื้อทรัพยากร เนื่องจากเขาสามารถใช้ทรัพยากรให้เกิด มูลค่าได้มากกว่าในระบบตลาด และพบว่าปัจจุบันในประเทศไทยจะขาดหลักการสำคัญในเรื่องของ การจัดสรรกำไรสู่ชุมชน และถูกแทรกแซง ด้วยระบบบริหารท้องถิ่นทำให้ประโยชน์สูงสุดยังไม่ตกถึง ชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากการดำเนินกิจกรรม ผลประโยชน์และกำไรจากการดำเนินงาน ยังคงเป็น ความมั่งคั่งส่วนบุคคลและกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตามได้มีการ รวมกลุ่มของชุมชนในประเทศไทยเพื่อสร้าง ความเข้มแข็งในชุมชน หรือที่เรียกว่า วิสาหกิจชุมชน (Corporative Community) ซึ่งสามารถ จำแนกออกเป็นแนวคิดกว้าง ๆ ซึ่งได้แก่ 1. เป็นธุรกิจที่มีการผลิตและการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ 2. เป็นการรวมกลุ่มเพื่อพึ่งตนเองได้ มีองค์ความรู้ และมีการบริหารจัดการที่ดี 3. เป็นธุรกิจที่มีพันธกิจ เพื่อสังคมเช่น การฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะและให้ความรู้เพื่อที่จะไปสร้างงาน ส่งผลกระทบต่อระบบ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม 4. ผลประโยชน์หลักจะตกอยู่กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำไรจะถูก จัดสรรหรือถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของชุมชน

(เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ 2543) ได้ให้แนวคิดและกระบวนการของการประกอบกิจการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) เป็นแนวคิดที่ใหม่เมื่อเปรียบเทียบกับการประกอบการทางธุรกิจโดยทั่วไป และได้มีการนิยามความหมายในหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัตินั้นการประกอบกิจการเพื่อสังคมเกี่ยวข้องกับปัญหาสังคม หรือความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจากภาคเอกชนหรือรัฐบาล ซึ่งผู้ที่ให้คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดนี้ มีดังนี้ การประกอบกิจการเพื่อสังคมเป็นการสร้างวิธีการแก้ไขเชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับปัญหาสังคม และเป็นการระดมแนวคิด ความสามารถ ทรัพยากรและการเตรียมการทางสังคมที่จะใช้เพื่อการเปลี่ยนแปลงหรือปฏิรูปสังคมอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur) ก็คือ บุคคลที่ตระหนักดีว่าที่ใดมีโอกาสที่จะสร้างความพอใจให้ผู้ที่ไม่สามารถได้รับการตอบสนองความต้องการได้ ที่นั้นรัฐสวัสดิการจะไม่เกิดขึ้นหรือไม่สามารถเกิดได้ กิจการเพื่อสังคมเป็นองค์กรเอกชนที่อุทิศตัวเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ผู้ที่เสียเปรียบในสังคม และจัดหาสินค้าสำคัญทางสังคมที่ภาครัฐหรือเอกชนที่สามารถจัดหาให้ได้ ในส่วนของงานวิจัยในเชิงวิชาการส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับลักษณะที่สำคัญของกิจการเพื่อสังคม และเป็นกรณีศึกษาแสดงให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจมีการดำเนินการเพื่อสังคมอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นงานของ Boschee and Clurg ที่ได้ศึกษาถึงลักษณะของกิจการเพื่อสังคมที่สำคัญที่แตกต่างจากกิจการอื่น ๆ John Thompson ได้ชี้ให้เห็นถึงความต้องการกิจการเพื่อสังคมและลักษณะของกิจการเพื่อสังคมว่า โลกไม่เพียงแต่ต้องการการประกอบธุรกิจโดยทั่วไปเท่านั้นแต่ยังต้องการผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งเป็นบุคคลที่เห็นว่าการให้โอกาสกับผู้ที่มีความต้องการซึ่งเป็นความต้องการที่ภาครัฐเองก็ยังไม่สามารถตอบสนองได้ด้วยสวัสดิการของภาครัฐ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงเป็นผู้ที่มีทรัพยากรและพร้อมจะใช้ในทางที่แตกต่างจาก การประกอบโดยทั่วไป กิจการเพื่อสังคมยังเป็นแนวคิดธุรกิจใหม่ที่สามารถช่วยเหลือคนยากจนได้ ซึ่งเป็นงานที่ปรากฏชัดว่ากลไกตลาดและระบบสถาบันล้มเหลวที่จะดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ดังกล่าว งานวิจัยอื่น ๆ เช่น การศึกษา การจัดการบริหาร การเงิน และการตลาดของกิจการเพื่อสังคม ซึ่งพบว่า ด้วยความจำเป็นที่จะต้องอยู่รอดเมื่อเงินบริจาคหรือเงินช่วยเหลือหมดลง ทำให้องค์กรไม่แสวงหากำไรโดยถูก ทำให้เหมือนว่า จะต้องมีวิถีที่เหมือนหรือใกล้เคียงกับการดำเนินการธุรกิจอื่น ๆ การศึกษาแสดงให้เห็นถึงความสำคัญด้านการจัดการ ด้านการเงิน และด้านการตลาด ของกิจการเพื่อสังคมที่มีหลากหลายมากกว่าองค์กรไม่แสวงหากำไรอย่างในอดีตที่จำกัดอยู่ในเรื่องสุขภาพการศึกษาหรือว่างานวิจิตรศิลป์

### ตัวอย่างผู้ประกอบการเพื่อสังคมในต่างประเทศ

1. ซูซาน บี แอนโทนี (Susan B. Anthony) ชาวอเมริกัน ผู้ต่อสู้เพื่อสิทธิสตรีในสหรัฐและสิทธิในการครอบครองสินทรัพย์ ยิ่งไปกว่านั้น เธอยังเป็นผู้นำในการผลักดันการแก้ไขกฎหมายเรื่องนี้

2. วินอบาบาเว (Vinobha Bhave) ชาวอินเดียผู้ก่อตั้งและผู้นำ The Land Gift Movement เขาสนับสนุนและผลักดันให้มีการจัดสรรที่ดินจำนวน 7,000,000 เอเคอร์ แก่คนในวรรณะจัณฑาลและผู้ไร้ที่ทำกินในสังคมอินเดีย
3. แมรี มอนเตสซอรี (Mary Montessori) ชาวอิตาลี ผู้พัฒนาวิธีการเรียนการสอนแบบมอนเตสซอรี เพื่อการศึกษาสำหรับเด็กปฐมวัย
4. ฟลอเรนซ์ นิติงเกล (Florence Nightingale) ชาวอังกฤษ ผู้ก่อตั้งการพยาบาลสมัยใหม่ที่ก่อตั้ง โรงเรียนสำหรับพยาบาลแห่งแรก และต่อสู้เพื่อให้โรงพยาบาลได้รับการพัฒนาให้มีสภาพที่ดีขึ้น
5. มากาเร็ต แซงเก (Margaret Sanger) ชาวอเมริกา ผู้ก่อตั้ง The Planned Parenthood Federation of America เธอได้เผยแพร่ขบวนการวางแผนครอบครัวไปทั่วโลก
6. จอห์น มูอีย์ (John Muir) ชาวอเมริกัน นักธรรมชาตินิยมและนักอนุรักษ์ทรัพยากรได้ก่อตั้ง ระบบอนุรักษ์ป่าสงวนแห่งชาติและช่วยก่อตั้ง The Sierra Club
7. ฌอน โมเนต์ (Jean Monnet) ชาวฝรั่งเศส เป็นผู้รับผิดชอบต่อการฟื้นฟูทางเศรษฐกิจประเทศฝรั่งเศส หลังสงครามโลกครั้งที่สอง อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ก่อตั้ง The European Coal and Steel Community (ECSC) และ European Common Market ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นก่อนประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Union) ที่มีวัตถุประสงค์เดียวกัน

### กรณีศึกษาของ Social Enterprise ในประเทศไทย โครงการพัฒนาออยตุง

เป็นโครงการพระราชดำริของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี โดยมีวัตถุประสงค์ที่ยกพลิกพื้นแผ่นดินชายแดนของชาวเขาที่เคยมีอาชีพปลูกฝิ่นและเป็นเส้นทางลำเลียงยาเสพติด ค้ายาเสพติด ให้ชาวเขาเลิกและหันหน้ามาประกอบอาชีพ โดยการให้ความรู้ แนวทางการประกอบอาชีพ ทางโครงการมิได้ช่วยเหลือโดยการให้เงินเพียงอย่างเดียว วัตถุประสงค์หลักคือการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้ชาวเขาให้มีความรู้ อาชีพและรายได้ เน้นการแก้ไขที่รากปัญหาและพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรในพื้นที่ ให้ชาวเขามีที่อยู่เป็นหลักแหล่ง สร้างชุมชนและไม่เร่ร่อน อพยพ ตามเส้นทางขนส่งยาเสพติด และตกอยู่ภายใต้กลุ่มผู้ไม่หวังดีต่อประเทศชาติ โดยเน้นพัฒนาฝีมือแรงงานและใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เน้นพัฒนาให้คนให้สร้างรายได้และมีอาชีพไม่ใช่การให้เปล่า

ซึ่งโครงการพัฒนาออยตุงมีการแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. กิจกรรมเชิงธุรกิจที่สร้างรายได้ 2. กิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ไม่สร้างรายได้ โดยกิจกรรมเชิงธุรกิจที่สร้างรายได้ เช่น การเพาะเนื้อเยื่อ การผลิตและจำหน่ายผลิตทางการเกษตร ได้แก่ พืช ผัก ดอกไม้ เมืองหนาว แปรรูปอาหาร เม็ดแมคคาดีเมีย ร้านเครื่องตีหมาแพ งานหัตถกรรม อุตสาหกรรมสิ่งทอ งานปั้น โรงงานกระดาษสา และการท่องเที่ยว ฯลฯ ปัจจุบันหน่วยธุรกิจต่าง ๆ สร้างรายได้ปีละประมาณ 465 ล้านบาท

รัฐบาลสนับสนุนปีละ 23 ล้าน ซึ่งจะส่งกำไรไปฝ่ายพัฒนาสังคมโครงการพัฒนาตอยตุ่งและโครงการอื่นของมูลนิธิ แม่ฟ้าหลวง ซึ่งดำเนินกิจกรรมพัฒนาชุมชนและสังคมที่ไม่สร้างรายได้ เช่น การปลูกป่า การพัฒนาอาชีพ การให้ความรู้และการศึกษา ผลจากการพัฒนาโครงการทำให้ชาวเขาทั้งหมดในอำเภอตอยตุ่ง และชาวบ้านโดยรอบได้มีรายได้เพิ่มขึ้นมามากกว่าเดิมและมีการเพิ่มพื้นที่ป่าอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น และเป็นต้นแบบในการขยายโครงการในลักษณะธุรกิจเพื่อสังคมนี้ไปยังพื้นที่อื่น ๆ รวมถึงในต่างประเทศอีกด้วย (จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา 2557)

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ในนิยามศัพท์ของคำในภาษาอังกฤษ คำว่า Identification แปลว่าการกำหนดเอกลักษณ์ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งนิยามตนเอง หรือเอกลักษณ์ของตนโดยยึดถือบุคคลอื่นหรือสิ่งอื่นนอกจากตัวเองเป็นหลักเช่น คนที่เจ็บแทนเพื่อนหรือ หมูคณะได้ชื่อว่าถือเพื่อนหรือหมูคณะเป็นอัตลักษณ์เดียวกับตน

ในขณะที่อัตลักษณ์ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษ - ไทย คำว่า Identity คือ คำว่า อัตลักษณ์ ซึ่งตรงกับความหมายของคำนี้ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ นั่นก็คือ สิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่งและมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของคนหรือสิ่งนั้น ที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น แต่ในปัจจุบันความหมายนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปแนวโน้มทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ทำให้เกิดการตั้งคำถามอย่างมากกับวิธีการมองโลกการเข้าถึงความจริงของสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นความจริงที่เป็น แก่นแกน ของปัจเจกบุคคล วิธีคิดในกระแสนี้รื้อถอนความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติแก่นแกนของปัจเจกภาพ ความเป็นปัจเจกกลายเป็นเรื่องของการนิยามความหมายซึ่ง สามารถเลื่อนไหลเปลี่ยนแปลงไปตามบริบท อัตลักษณ์เป็นมโนทัศน์ที่คาบเกี่ยวกับวิชาหลายแขนงทางด้านสังคมศาสตร์ ทั้งสังคมวิทยา มนุษย์จิตวิทยา และปรัชญา อัตลักษณ์มีความสำคัญเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นปริณทลเชื่อมต่อระหว่างข้อทั้งสอง ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์ คือ ความเป็นปัจเจก ที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม ซึ่งเกี่ยวกับความหมายของอัตลักษณ์นี้ ซึ่งความหมายของอัตลักษณ์ว่า อัตลักษณ์ Identity มีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน คือ Identitas เดิมใช้คำว่า Idem ซึ่งหมายความว่า เหมือนกัน อย่างไรก็ตามโดยพื้นฐานของภาษาอังกฤษแล้ว อัตลักษณ์มีความหมายสองนัยยะด้วยกัน คือ ความหมายเหมือนและความหมายที่เป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป นั่นคือการตีความหมายเหมือนกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ การเปรียบเทียบกันระหว่างคนหรือสิ่งของในสองแง่มุมมอง คือ มีความคล้ายคลึงและความแตกต่าง ซึ่งอัตลักษณ์มิใช่เป็นสิ่งที่มียู่แล้วในตัวของมันเองหรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีความสอดคล้องกับการให้ความหมายของ Barger and Luckmann ที่กล่าวว่า

อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม ครั้นเมื่อตกผลึกแล้วมีอาจมีความคงที่ปรับเปลี่ยนหรือแม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงหรือแม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลักกล่าวโดยอีกนัยหนึ่งอัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ที่เราเป็นใครและคนอื่นเป็นใครนั่นคือเป็นการก่อกำเนิดและดำรงอยู่ที่เรารับรู้เกี่ยวกับตัวเราเองอย่างไรและคนอื่นรับรู้เราอย่างไร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างกระแสสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

อัตลักษณ์ (Identity) แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ระดับปัจเจก (Individual Identity) และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective Identity) ในระดับปัจเจก บุคคลหนึ่งอาจมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง ในขณะที่อัตลักษณ์ร่วมก่อให้เกิดความสงบอยู่ร่วมกันของกลุ่มชน และไม่สามารถแยกออกจากการกระทำหรือละทิ้งสถานภาพของปัจเจกในกลุ่มได้ คำว่า อัตลักษณ์ มีความหมายที่ครอบคลุม ตั้งแต่เรื่องของเชื้อชาติ เพศ สีผิว โดยปัจจุบันเราพบความเปลี่ยนแปลงและความเปลี่ยนแปลงและความไม่ชัดเจนของการแสดงอัตลักษณ์ในหลาย ๆ กลุ่มชน เนื่องจากอิทธิพลของการพัฒนาและการเปิดรับอารยธรรมของชนเผ่าที่มองว่า ตนเองเป็นผู้มีอารยธรรมเหนือกว่า ดังนั้นการพยายามเปลี่ยนแปลงโดยไม่เข้าใจที่มาของรูปแบบวัฒนธรรมนั้นย่อมทำให้ผู้รับเอาวัฒนธรรมมาตีความหมายที่ผิดแปลกออกไป การดูถูกวัฒนธรรมหรือการเหยียดสีผิว การเหยียดชนชั้นจึงเป็นสิ่งที่ตามมา Kathryn Woodward ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์คือสิ่งที่ทำให้เรารับรู้ว่าเป็นใคร และดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร อัตลักษณ์คือสิ่งที่กำหนดทางเดินให้กับเราเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าใครเป็นพวกเดียวกับเราและใครที่แตกต่างจากเรา ส่วนใหญ่แล้วอัตลักษณ์ถูกกำหนดโดยความแตกต่างระหว่างชนชาติหรือความขัดแย้งด้านความเชื่อ โดยมากแล้วอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นในลักษณะของสิ่งตรงกันข้าม เช่น คนผิวขาว คนผิวสี ความปกติ ความเปียงเบนปกติ และผู้ชาย ผู้หญิง

นอกจากนี้ สไตรเกอร์ และเบอร์เกอร์ ได้กล่าวถึงนิยามของคำว่า อัตลักษณ์หรือ Identity นั้นเป็นหน่วยเล็ก ๆ ในการศึกษาสังคมวิทยาซึ่งเชื่อมโยงเรื่องของทัศนคติที่มีต่อตัวตน หรือเอกลักษณ์เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบทบาทหน้าที่ และพฤติกรรมอันเกิดจากบทบาทของบุคคล นักทฤษฎีอัตลักษณ์ได้ตั้งข้อโต้แย้งกันว่า ตัวตน คือการรวมกันของอัตลักษณ์ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะของบทบาทเช่นเดียวกันกับการที่เราตอบ คำถามตัวเองว่า ตัวฉันคือใคร แล้วเราก็ได้คำตอบว่าฉันเป็นพ่อ ฉันเป็นแม่ ซึ่งคำตอบเหล่านี้ก็เชื่อมโยงกับบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลนั่นเอง

Kathryn Woodward ได้กล่าวว่า ประเภทของอัตลักษณ์ มี 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personnel Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เพื่อศึกษาความคาบเกี่ยวและปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองระดับนี้ บุคลิกภาพไม่ได้หมายถึง การตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งเร้าข้าง

นอกจากเป็นความพร้อม หรือแนวโน้มที่ตอบสนองในขณะที่ อีริก อีริกสัน (Erick Eeickson) นักจิตวิทยา มองว่าการก่อรูปของอัตลักษณ์นั้นเป็นกระบวนการตลอดทั้งชีวิต (A Lifelong Process) และคนเราสามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะสำคัญของตนเองได้ อีริกสัน เลือกใช้คำว่า Identity แทนคำว่า บุคลิกภาพ และแม้จะได้อิทธิพลมาจาก ฟรอยด์ เขาเลือกที่จะเน้นบทบาทของ Ego มากกว่า บทบาทของจิตสำนึก และมีนัยของการเน้นด้านเสรีภาพในการเลือกของปัจเจกสามารถบูรณาการที่ หลากหลายให้เข้ามาอยู่ในอัตลักษณ์เพียงหนึ่งเดียวได้ หากล้มเหลวเกิดภาวะวิกฤตอัตลักษณ์ (Identity Crisis) คือ อาการที่ค้นหาตนเองไม่พบ ไม่รู้แน่นอนว่าตนเองคืออะไร ไม่มั่นใจใน ความสามารถของตนเอง และไม่รู้จักที่จะวางตนในความสัมพันธ์กับผู้อื่น ผลในขั้นต่อมา คือ ทางเลือก ระหว่างบุคลิกภาพที่ชอบความโดดเด่นเดี่ยวของตนเอง และประสบผลในการพัฒนาอัตลักษณ์ที่มีดุลย ภาพมีบุคลิกภาพที่มีการบูรณาการ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับอดีตของตน ส่วนคนที่หาอัตลักษณ์ตนเองไม่ พบ หรือมีอัตลักษณ์ที่แตกสลายก็รู้สึกว้าชีวิต คือ ความสิ้นหวังและไม่อาจแก้ไขให้ดีขึ้นได้อีก

Trait คือ ลักษณะโดดเด่นบางประการในบุคลิกภาพของมนุษย์ที่ถูกดึงออกมาจัดให้เป็น ลักษณะเฉพาะตัวที่มีแบบแผน แม้มนุษย์แต่ละคนมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างกันออกไป มากมายแต่ก็มีลักษณะบางอย่างที่ยากเปลี่ยนแปลงและเกิดซ้ำ ๆ Trait เป็นโครงสร้างภายใน บุคลิกภาพที่สร้างแบบแผนความโน้มเอียงอย่างใดอย่างหนึ่งในการสนองตอบต่อโลกข้างนอก

การเชื่อมโยงปัจเจกเข้ากับอัตลักษณ์ร่วมทางสังคมนั้น เดอร์ไคม์ เห็นว่า พลังสำคัญ คือพลัง ของพิธีกรรม ซึ่งปัจเจกร่วมกันสร้างและผลิตซ้ำสัญลักษณ์ ที่เป็นเสมือนอัตลักษณ์ร่วมของสังคมเขาให้ ความสำคัญกับพลังของพิธีกรรมทั้งแง่มุมมองการเสนอเนื้อหาสาระ (Cognitive Aspect) และแง่มุมมอง พลังทางอารมณ์ (Emotive Aspect) พิธีกรรม คือ ภาษาสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายผ่านการปลุกเร้า อารมณ์ผู้เข้าร่วมที่มุ่งตนเองลงในบรรยากาศศักดิ์สิทธิ์ร่วมกัน

อัตลักษณ์ ในยุคสมัยใหม่ (Modernism) หัวใจของวิถีคิดยุคสมัยใหม่ คือ ปรัชญาในยุคแสง สว่างแห่งภูมิปัญญา (Enlightenment) ในศตวรรษ 18 การสร้างทฤษฎีทางสังคมในยุคนี้จึงมีลักษณะ ที่เป็น Grand Theory คือ มุ่งแสวงหากฎสากลที่จะทำให้เข้าใจ และอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ได้ ทฤษฎี ต้องมีลักษณะครอบคลุม มีพลังการอธิบายสูงวิธีกระแสหลักของยุคนี้จึงเชื่อในแนวคิดที่เรียกว่า สารัตถะนิยม (Essentialism) คือ เชื่อว่าธรรมชาติของสังคม หรือมนุษย์มีคุณสมบัติอะไรบางอย่าง เป็นแก่นแกนหรือสารัตถะ เป็นสิ่งที่ซ่อนแฝงอยู่ลึกๆ และกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่สามารถเห็น ได้จากภายนอกอีกที ภาพมุกกว้าง ของปัจเจกบุคคล และอัตลักษณ์ในยุคสมัยใหม่ที่ปรากฏในทฤษฎี สังคมวิทยา คือ เมื่อสังคมวิทยาก่อรูปร่างขึ้นมาเป็นสาขาหนึ่งในปลายศตวรรษที่ 19 ลักษณะสำคัญก็คือ การเสนอโทรทัศน์ของปัจเจกภาพภายในบริบทสังคมผู้บุกเบิกก่อตั้งวิชานี้ในร่มของปรัชญา ปฏิกฐาน นิยม ได้แก่ เอมีล เดอร์ไคน์ (Emile Durkheim) เดอร์ ไคม์ เห็นว่าสังคมมีแรงยึดเหนี่ยวโดยธรรมชาติ ซึ่งอยู่เหนือกว่าและมีอำนาจบังคับปัจเจก แรงยึดเหนี่ยวที่เป็นจิตวิญญาณร่วมหรืออัตลักษณ์ร่วมของ

สังคมมีอาจทอนลงไปเป็นจิตสำนึกของปัจเจกคนใดคนหนึ่ง หรืออีกนัยหนึ่งอัตลักษณ์ร่วมสังคมไม่ใช่ผลรวมของอัตลักษณ์ของปัจเจกแต่โครงสร้างของมาร์ก หมายถึง โครงสร้างทางสังคมของกระบวนการผลิต ซึ่งการที่เราจะเข้าใจพฤติกรรมของปัจเจกนั้นก็ต้องดูที่ตำแหน่งของเขาในกระบวนการผลิต ว่าใครคือเจ้าของปัจเจกการผลิต ใครคือผู้ผลิตโดยตรงการจัดการแรงงานเป็นอย่างไร กล่าวนัยหนึ่งมันทัศน์ ชนชั้นคือ สิ่งที่กำหนดอัตลักษณ์ปัจเจก และเป็นตัวเชื่อมปัจเจกเข้ากับโครงสร้าง

สำหรับนักคิดในสายปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) เห็นว่าอัตลักษณ์คือ สิ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ชาร์ลส์ คูลีย์ (Charlas Cooley) เชื่อว่า สังคมและปัจเจกบุคคลเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ สังคมเกิดจากการผสมผสานของตัวงานเชิงจิตของคนหลาย ๆ คนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ความรู้สึกกันเกี่ยวกับตัวเราเองพัฒนาขึ้นมาจากปฏิกริยาของเราต่อ ความเห็นของผู้อื่นเกี่ยวกับตัวเรา เขาเรียกตัวตนที่เกิดจากกระบวนการนี้ว่าตัวตนในกระจกเงา มันประกอบไปด้วยภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อตนเอง และจินตนาการเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้อื่นต่อภาพลักษณ์นั้น สำหรับ จอร์จ เฮอร์ เบิร์ต มีด (George Herbert Mead) ได้ศึกษาพัฒนาการที่ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวตนค่อย ๆ ก่อกำหนดจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ เขาเห็นว่ากลไกสำคัญของการสร้างตัวตน คือ การเรียนรู้ที่จะสวมบทบาทของผู้อื่น และหัวใจสำคัญในการเรียนรู้ก็คือ ภาษา ซึ่งเป็นช่องทางการถ่ายทอด ระบบสัญลักษณ์ และกฎเกณฑ์ร่วมสังคมมีได้เสนอแนวคิดที่ว่าตัวตนมีสองด้านที่ปะทะสังสรรค์กันเองตลอดเวลา อีกด้านหนึ่งคือ Me อันเป็นตัวตนที่เกิดมาจากการความคิดเห็น และปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น และเป็นส่วนที่เป็นลักษณะเฉพาะของเราเอง เออร์วิง ก็อฟมัน (Erving Goffman) เป็นนักสังคมวิทยาในสายปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่จำแนกแยกแยะ ความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคม เขานิยามความคิดความรู้สึกที่ปัจเจกมีต่อตนเองว่า Ego Identity ส่วนภาพของปัจเจกผู้นั้นในสายตาคนอื่นในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เขาเรียกว่า Personal Identity ซึ่งทุกสังคมมีกระบวนการแจกแจง และระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์รอยนิ้วมือ เป็นต้น ในส่วนของ Social Identity ของบุคคล ได้แก่ สถานภาพทางสังคม อาชีพ เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่นั่นเอง

ระบบสัญลักษณ์ (Symbolic Systems) กับความหมาย (Meaning) ต่างล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างหรือผลิต (Production) การบริโภค (Consumption) การควบคุมจัดการ (Regulation) การสร้างภาพตัวแทนทางวัฒนธรรม (Cultural Representation) และรวมถึงอัตลักษณ์ของผู้คน สัญลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายหรือ สัญลักษณ์ (Sign) ที่เชื่อมโยงระหว่างความหมาย (Meaning) กับเครื่องมือ หรือ สัญลักษณ์ นั้นและความเชื่อมโยงนี้เป็นสิ่งสร้างทางสังคม วัฒนธรรมมากกว่าที่เป็น การเชื่อมโยงตามธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ไฟจราจรสีแดง หมายถึง หยุด



นอกจากนั้นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายยังหมายถึง การเป็นภาพตัวแทนแบบอ้อม (Indirect Representation) ของความหมายที่แฝงตัวอยู่ อย่างเช่น สัญลักษณ์ต่าง ๆ ของศาสนาและลัทธิความเชื่อต่าง ๆ ที่บ่งบอกถึงความหมายที่เป็นเนื้อหาสาระที่ศาสนาหรือความเชื่อนั้น ๆ ต้องการที่จะสื่อสารหนึ่ง สัญลักษณ์ถูกส่งออกมาในหลายรูปแบบ เช่น เป็นเครื่องหมายรูปปั้นรูปเขียนชน (เห็นได้ด้วยตา) ภาษา ดนตรี (เสียง) และกิริยาท่าทาง (Body Language) ในทางสังคมวิทยาจึงนิยามคำว่า อัตลักษณ์ (Identity) หมายถึง การรู้คิดเกี่ยวกับตนเองบุคคลในเรื่องของบทบาทและตำแหน่ง ในระบบความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล เบอร์ค และไรซ์ ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์คือ สิ่งที่บุคคลให้ความหมายทางสังคมที่คนซึ่งอยู่ในบทบาทเดียวกันมีร่วมกัน (Shared Social Meanings)

### อัตลักษณ์มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. อัตลักษณ์ต่างๆ เป็นผลผลิตทางสังคม (Social Products) กล่าวคือ อัตลักษณ์ถูกก่อรูปและธำรงรักษาผ่านกระบวนการทางสังคม 3 ประการ

1.1 การนิยาม (Naming) หรือให้ความหมาย เกี่ยวกับตัวตน ตามการแบ่งประเภทต่าง ๆ ทางสังคม เช่น เพศ อายุ เป็นต้น

1.2 การมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตามการแบ่งประเภทต่าง ๆ ตัวอย่างเช่นการที่นักเรียนไปศึกษาด้านการเรียนกับครูแนะแนวทั้งสองฝ่ายแสดงออกตามอัตลักษณ์ทางสังคมของตนเอง นักเรียนอาจแสดงความรู้สึกประอัยในขณะครูแนะแนว แสดงความสนใจฟังตามบทบาทครูแนะแนว

1.3 การแสดงตน โดยการประนีประนอมหรือยืนยันการให้ความหมายและการแสดงพฤติกรรมตัวอย่างเช่น การที่ครูแนะแนวแสดงออกตามอัตลักษณ์ของตนเองเมื่ออยู่ในโรงเรียน ซึ่งต้องประนีประนอมบทบาทอื่น ๆ จากที่บ้านเพื่อมาแสดงบทบาทครูแนะแนวในโรงเรียน

2. อัตลักษณ์ต่าง ๆ เป็นการให้ความหมายกับตนเอง (Self-Meaning) กล่าวคือ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เราได้มาจากการเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งและอัตลักษณ์เกิดขึ้นบนพื้นฐานคล้ายคลึงและความแตกต่างของบทบาทอื่น ๆ ตัวอย่างในขณะที่ครูแนะแนวปฏิบัติงานให้การปรึกษากับนักเรียนครูแสดงอัตลักษณ์ที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การรับรู้ความรู้สึกคนอื่นการรักษาความลับ ฯลฯ ในขณะที่เดียวกันอัตลักษณ์ดังกล่าวก็แตกต่างกันเมื่อแต่ละคนไปแสดงบทบาทอื่น

3. อัตลักษณ์เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic) และผลสะท้อนกลับ (Reflexive) มีประเด็นสำคัญ 2 ประเด็นคือ อัตลักษณ์หมายความว่า คนที่มีอัตลักษณ์เดียวกัน มีการแสดงออกในเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นเหมือนกัน เช่น อัตลักษณ์วิชาชีพรูแนะแนวเกี่ยวกับการช่วยเหลือนักเรียนในการวางแผนการศึกษาและอาชีพ ส่วนประเด็นหลังคือ อัตลักษณ์ที่เป็นผลสะท้อนกลับ ซึ่งหมายความว่า การใช้อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่อ้างอิงในการประเมินพฤติกรรมของตนเองและผู้อื่น ตามกระบวนการ

ประเมินค่าซึ่งกันและกัน เช่น การแสดงออกของครูแนะแนวเมื่อให้คำปรึกษานักเรียน ครูแนะแนวตระหนักในบทบาทของผู้เอื้ออำนวยให้นักเรียนได้แก้ปัญหาของตนเอง และการแสดงออกดังกล่าวเป็นผลมาจากการสะท้อนมีปฏิสัมพันธ์กับนักเรียน จึงสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความนึกคิดเกี่ยวกับ บทบาทเฉพาะตนของบุคคลที่ใช้ในการแสดงออกเพื่อการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นตามโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่บุคคลดำรงอยู่เนื่องจากอัตลักษณ์ เป็นความนึกคิดเกี่ยวกับตนเอง จึงมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือ ความนึกคิดเกี่ยวกับตนเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเพราะคนเราย่อมกระทำไปตามความคิด หรือมโนภาพว่าตนเองเป็นคนเช่นไร (วราลักษณ์ ศรีกันทา 2555)

## 7. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

### ความหมายของการมีส่วนร่วม

(Erwin William 1976) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ว่าเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันกับประชาชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก้ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

(Lisk Franklyn 1985) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีความสัมพันธ์กับแนวคิดของการเชื่อใจและการยอมรับตนเอง เพื่อที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถสังเกตได้จากระดับความพึงพอใจระดับความไว้วางใจและต้องครอบคลุมทัศนคติความหวังและกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน

ในทรรศนะของ (Turton Andrew 1978) การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การรวมความสนใจของแต่ละคน ซึ่งมีความเกี่ยวพันกันทางด้านความรู้สึกในกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะของความร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมกำลัง จนกระทั่งเกิดการรวมกันเป็นกลุ่มขึ้น

นอกจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นแล้ว (ภูมิธรรม เวชชัย 2555) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงว่า หมายถึง การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนจัดการและควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากร และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจ และสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคมและได้พัฒนา การรับรู้และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปของการตัดสินใจกำหนดชะตาชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง และได้นำเสนอแนวทางปฏิบัติเพื่อจะให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา

(ชาติชาย ณ เชียงใหม่ 2531) ได้ให้คำนิยามของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา หมายถึง การที่ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดและร่วมมือในการพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยเริ่มจากการรู้สภาพปัญหาความต้องการ เสนอแนวทางแก้ไข และลงมือแก้ปัญหาชุมชนในการมีส่วนร่วม

(ทะนงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ 2534) มีความเห็นว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งในลักษณะการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผนร่วมปฏิบัติการ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมติดตามประเมินผล ซึ่งเป็นกระบวนการที่กลุ่มเป้าหมายได้รับโอกาส และใช้โอกาสที่ได้รับแสดงออกซึ่งความรู้สึกร่วมคิดแก้ไขปัญหาความต้องการของตนโดยการช่วยเหลือของหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุด

### ลักษณะของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมมีลักษณะ 3 ประการ ดังนี้

1. การปรากฏตัว (Presence) หมายถึง การเข้ามีส่วนร่วมในโครงการที่องค์การสถาบันหรือหน่วยงานจัดให้ การมีส่วนร่วมจึงมีความหมายเพียงการปรากฏตัวหรือเข้าร่วมในโครงการนั้น ๆ ซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับแรงจูงใจและองค์ประกอบทางสังคมและอื่นๆ

2. การเกี่ยวข้อง (Involvement) หมายถึงการมีส่วนร่วมในโครงการอย่างแข็งขันของผู้เข้าร่วมในกิจกรรมหรือโครงการที่เหมาะสมกับตนเองและการนำไปใช้ โดยเน้นที่ผู้เข้าร่วม มากกว่าสถาบัน หรือองค์การ

3. การควบคุม (Control) หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มผู้เข้าร่วมเป็นผู้กำหนด หรือ ควบคุม และกระบวนการศึกษาเองเช่น ควบคุมองค์ประกอบ (เนื้อหา เป้าหมาย ผลที่ต้องการ) และควบคุมกระบวนการเรียนรู้ (จะเรียนอย่างไร)

(อาภรณ์พันธ์ จันทร์สว่าง 2525) ได้กล่าวถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการต่าง ๆ ไว้ดังนี้คือการมีส่วนร่วมประชุม การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วมในการออกวัสดุอุปกรณ์ การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ มีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่ม การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริโภค และมีส่วนร่วมออกเงิน

(นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ 2527) ได้สรุปรูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมโดยตรงโดยผ่านองค์กรที่จัดตั้งโดยประชาชน เช่น การร่วมกลุ่มสตรี กลุ่มเยาวชนต่าง ๆ

2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชนกรรมการของกลุ่มชุมชน

3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้ผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวนหรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อไรก็ได้ทุกเวลา

## ประโยชน์ของการมีส่วนร่วม

ในการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้การพัฒนาก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้ได้มากที่สุดเพราะการมีส่วนร่วมจะนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้องทำให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพที่ตามมาจึงเป็นสิ่งที่น่าพอใจ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ได้มีผู้ที่เกี่ยวข้องถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมไว้ ดังนี้ (Russell and Rus,1991:17) บัณฑิต อ่อนดำ อ้างอิงใน (วันเพ็ญ วอกลาง 2534) ได้สรุปประโยชน์ของการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการให้ความสำคัญแก่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพ

2. การมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้ได้รับรู้ข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากประชาชนในระดับท้องถิ่นโดยตรงซึ่งนับว่าเป็นว่าเป็นประโยชน์และจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนา

สำหรับประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชนในแง่ของการพัฒนา (ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ 2531) ได้ให้ทรรศนะ ดังนี้

1. จะช่วยให้ประชาชนยอมรับโครงการมากขึ้น เนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของประชาชน

2. ประชาชนจะมีความรู้สึกผูกพัน รู้สึกเป็นเจ้าของโครงการมากขึ้น

3. การดำเนินโครงการจะราบรื่น ได้รับความร่วมมือจากประชาชนมากขึ้น

4. โครงการให้ประโยชน์แก่ประชาชนมากขึ้นและมีการระดมทรัพยากรเพื่อการพัฒนามากขึ้น

5. จะช่วยพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนมากขึ้น

พลังความเข้มแข็งของชุมชน (Community Empowerment) ที่เกิดขึ้นจะแสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ กัน ดังนี้ (สถาบันพัฒนาชุมชน 2549)

1. สมาชิกเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง จะแก้ไขปัญหและพัฒนาความเป็นอยู่ของตนเอง

2. สมาชิกพร้อมที่จะร่วมกันจัดการกับปัญหาของตนและชุมชน

3. ชุมชนมีกระบวนการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง จนอาจกลายเป็นวิถีของชุมชน ภายใต้การกระตุ้นสนับสนุนของทุกฝ่าย เปิดโอกาสให้สมาชิกทั้งหมดมีส่วนร่วม โปร่งใส พร้อมทั้งจะให้ตรวจสอบ

4. สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์ของชุมชน ร่วมคิด ตัดสินใจดำเนินงาน ติดตาม และประเมินผล การแก้ไขปัญหา และการพัฒนาของชุมชน

5. สมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านเวทีประชาคม เข้าร่วมกิจกรรมกระบวนการของชุมชน

6. มีแผนชุมชนที่ประกอบด้วยการพัฒนาทุกด้านของชุมชน ที่มุ่งสู่การพึ่งตนเอง และเอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุกคน สู่เป้าหมายการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน

7. มีการช่วยเหลือจากภายนอกเพื่อให้ชุมชนสามารถเรียนรู้สู่การพึ่งตนเอง

8. มีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีอื่น เช่น หมู่บ้าน ชุมชน ท้องถิ่น ภาคราชการ องค์กร เอกชน นักธุรกิจ นักวิชาการ จากสถาบันการศึกษา และอื่น ๆ

**สรุปได้ว่า** การที่ประชาชนได้กล่าวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง โดยเริ่มตั้งแต่ การรับรู้ถึงสภาพปัญหา การร่วมคิด ร่วมการวางแผน เสนอแนวทางการแก้ปัญหา ร่วมปฏิบัติการ แก้ปัญหาของชุมชนร่วมรับผลประโยชน์และร่วมติดตามประเมินผล ซึ่งลักษณะของการมีส่วนร่วม ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจและองค์ประกอบทางสังคมอื่น ๆ ส่วนประโยชน์ของการมีส่วนร่วมเป็นการ เสริมสร้างความผูกพัน ความสามัคคี ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของโครงการและให้ความ ร่วมมือมากขึ้น การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานของเครือข่ายหมายถึง การที่สมาชิกของ เครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ร่วมปฏิบัติการ ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมติดตาม ประเมินผล สำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมซึ่งถูกนำมาใช้ในกระบวนการวิจัยในโครงการ นี้ได้นำหลักการสืบค้นข้อเท็จจริงบนพื้นฐานของชุมชน หรือเป็นการวิจัยโดยการกระทำร่วมกันหรือ “การวิจัยแบบมีส่วนร่วม” หรือการวิจัยด้วยการพิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งในความหมายโดยรวมแล้วก็คือ “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม” นั้นเอง

### **ความหมายของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม**

การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นการวิจัยที่ จัดอยู่ในลักษณะของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับชุมชนในลักษณะให้ชุมชนมีส่วนร่วม (Participatory and Community - Research) และงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research)

PAR เป็นการวิจัยในลักษณะที่มุ่งสร้างความสำนึกและความตระหนักของกลุ่มเป้าหมาย ให้มี ส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนหรือองค์กร โดยให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วน รับรู้และเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว ตั้งแต่ต้นตอถึงความจำเป็นที่จะต้องทำและพร้อมที่จะร่วม รับรู้ผลงานวิจัยนั้น ๆ ด้วยทั้งนี้เป็นการอาศัยศักยภาพของชุมชน และการตัดสินใจของชุมชนบน พื้นฐานของการมีส่วนร่วมทั้งกาย ความคิด สิ้นทรัพย์ ทรัพยากรชุมชน กระบวนการตัดสินใจที่เป็น ประชาธิปไตยอย่างมีเหตุมีผลของกระบวนการกลุ่ม และด้วยความพึงพอใจ

(สิทธิณัฐ ประพุทธนิติสาร 2545) ซึ่งได้กล่าวถึงความหมายการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วน ร่วม คือ กระบวนการที่ผู้คนจำนวนหนึ่งในองค์กรหรือชุมชนเข้ามาร่วมศึกษาปัญหาโดยกระทำร่วมกัน กับนักวิจัย ผ่านกระบวนการวิจัยตั้งแต่ต้นจนกระทั่งเสร็จสิ้นการเสนอผลและการอภิปรายผลการวิจัย เป็นการเริ่มต้นของผู้คนที่อยู่กับปัญหา (Problems People) ค้นหาปัญหาที่ตนเองมีอยู่กับปัญหา (Problems People) ค้นหาปัญหาที่ตนเองมีอยู่ร่วมกันกับนักวิชาการจึงเป็นกระบวนการที่ผู้คนใน องค์กรหรือชุมชนมิใช่ผู้ถูกกระทำ แต่เป็นผู้กระทำการที่มีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น และมีอำนาจ ร่วมกันในการวิจัย

ในแง่ของการพัฒนาได้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาแบบเดิมมีปัญหามากมาย จำเป็นต้องปรับวิธีคิด และวิธีปฏิบัติเป็นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ผลของการพัฒนาใกล้เคียงกับสถานการณ์ที่สุด และก่อให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนทำให้การก่อรูปการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมเกิดมาจาก 2 แนวคิด คือ

1. การเข้ามามีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่น (Local People) ในการเลือก การออกแบบ การวางแผน และการสนับสนุนโครงการที่จะมีผลกระทบต่อชุมชน โดยต้องมีความมั่นใจว่าการรับรู้ของท้องถิ่น ทัศนคติ คุณค่า และองค์ความรู้ เป็นสิ่งที่นำมาใช้และเป็นไปได้ และ
2. การทำความเข้าใจความต่อเนื่องของผลสะท้อน (Feedback) ในการบูรณาการกิจกรรมการพัฒนาวิธีคิดแบบนี้อย่างเป็นทางการ โดยเน้นการให้ความสำคัญกับข้อมูล และความคิดของกลุ่มเป้าหมาย และมีการจัดเก็บข้อมูลแบบการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ในลักษณะการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน จากการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Dialogue)

### ลักษณะเด่นของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

ตามแนวคิดของเคมิมิสและวิลคินสัน ได้สรุปตามแนวคิด 6 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการทางสังคม ซึ่งผู้วิจัยทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนบุคคลกับส่วนรวม เพื่อสร้างความเข้าใจว่าแต่ละบุคคลถูกสร้างใหม่โดยอาศัยการปฏิบัติการทางสังคมแบบมีส่วนร่วม เมื่อนำมาประยุกต์กับทางการศึกษากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมอาจเป็นการศึกษาการทำงานเป็นทีมของครู เป็นต้น
2. รูปแบบการวิจัยเป็นการศึกษาโดยอาศัยการมีส่วนร่วม โดยแต่ละบุคคล แต่ละฝ่ายศึกษาตนเอง ระหว่างกระบวนการศึกษานี้ พวกเขาดำเนินการตรวจสอบว่าตนเองมีความเข้าใจอย่างไรมีทักษะ ค่านิยม รวมถึงความรู้ของตนเองในปัจจุบันทั้งในแง่โอกาสของการพัฒนาและแง่ที่อุปสรรค
3. รูปแบบการวิจัยเป็นการลงมือปฏิบัติและทำงานร่วมกัน ทำงานร่วมกันเพราะว่าการค้นหาความจริงนี้จะสำเร็จได้ด้วยผู้อื่น เป็นการลงมือปฏิบัติเนื่องจากว่าเป็นการสำรวจการกระทำของชุมชน ผลผลิตของความรู้ โครงสร้างขององค์กรทางสังคม โดยวัตถุประสงค์ที่จะลดการกระทำที่เป็นอุปสรรคที่ไม่สมเหตุสมผล ลดการสูญเสีย ลดความยุติธรรม หรือความไม่พึงพอใจลง ตัวอย่าง เช่น ครูอาจต้องทำงานร่วมกับครูอื่น ๆ เพื่อลดการสูญเสียและระดับของความไม่พึงพอใจของการทำงานแบบรวมศูนย์ในโรงเรียนซึ่งทำให้ขาดผลงานนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์ เป็นต้น
4. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการปฏิบัติการที่จุดประกายที่สร้างสรรค์ เพื่อให้หลุดออกจากอุปสรรคของความไม่สมเหตุสมผล และโครงสร้างทำงานที่ไม่เหมาะสมที่จำกัดทำให้เกิดการพัฒนา ตัวอย่างเช่น จุดประสงค์ของการศึกษาเพื่อมุ่งไปยังการเปลี่ยนแปลงกระบวนการบริหารงานแบบรวมอำนาจของครูในสถานศึกษา การปรับกระบวนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ดีขึ้น เป็นต้น

5. วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมคือเพื่อช่วยให้แต่ละบุคคลได้หลุดพ้นจากอุปสรรคที่พบในสื่อ ในภาษา ในกระบวนการทำงาน และในความสัมพันธ์ของอำนาจที่เกิดขึ้นในโรงเรียน ตัวอย่างเช่น ครูอาจได้ความกดดันจากกฎระเบียบของโรงเรียนซึ่งทำให้รู้สึกว่าจะไม่ได้รับอำนาจในการดูแลผู้เรียนในชั้นเรียน

6. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการวิจัยแบบไตร่ตรองครุ่นคิด และเน้นในเรื่องของการนำมาเปลี่ยนแปลงในเชิงปฏิบัติ สิ่งนี้เกิดขึ้นในรูปแบบของการไตร่ตรองอย่างเป็นพลวัตกับการลงมือกระทำ เมื่อครูไตร่ตรองถึงบทบาทหน้าที่ของตนเองในโรงเรียนควบคู่ไปกับการลงมือปฏิบัติซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้งพร้อมกับทบทวนประเด็นปัญหาที่ตั้งไว้ กับสิ่งที่ได้เรียนรู้และสิ่งที่กระทำสำเร็จจากผลของการปฏิบัตินั้น เป็นต้น

### องค์ประกอบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ตามแนวคิดของ (สิทธิธัญญ์ ประพทุธนิตสาร 2545) ได้ให้แนวคิด ประกอบด้วย

ประการแรก การมีส่วนร่วม (Participation) ของประชาชนนั้นเป็นหัวใจหลักที่สำคัญของทั้งการพัฒนาและการแสวงหาองค์ความรู้ ซึ่งเริ่มตั้งแต่การคิด การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การประเมินผลและการประโยชน์

ประการที่สอง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งแตกต่างกับการวิจัยทั่วไปที่สร้างองค์ความรู้ก่อนการกระทำการกระทำไม่ใช่หน้าที่ของนักวิจัย และทำนองเดียวกันก็แตกต่างจากการพัฒนา ที่มีการกระทำโดยใช้ความรู้ที่พร้อมแล้วไปช่วยภารกิจสำคัญของนักพัฒนา คือ ต้องทำให้ได้ความรู้ที่พร้อมแล้วแต่จะมีปัญหาใช้ได้หรือไม่มากนักเพียงใดนั้น เป็นหน้าที่ของนักวิจัย ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในกระบวนการปฏิบัติงานซึ่งก็เป็นองค์ความรู้อีกประเภทหนึ่ง ก็ไม่ใช่หน้าที่ของนักพัฒนาอีกเช่นกันเป็นหน้าที่ของนักวิจัยที่จะรวบรวมสร้างขึ้นมา ทำให้นักพัฒนาก็มุ่งไปแต่ภาคปฏิบัติในการพัฒนานักวิจัยก็มุ่งแต่จะสร้างองค์ความรู้ทางทฤษฎี PAR ให้มีความสำคัญกับ “กระบวนการ” หรือเรียกกันทั่วไปว่า “ถอดประสบการณ์” ซึ่งในตัวของมันเองก็เป็นองค์ความรู้อีกประเภทหนึ่งที่สำคัญมากเช่นกัน ถ้าบริบทการใช้วิธีการคือต้องการสร้างศักยภาพให้กับคนที่อยู่กับปัญหาในชุมชน

ประการที่สาม เป็นเรื่องของ “กระบวนการเรียนรู้” การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมีองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ เป็นกระบวนการเรียนรู้จากการทบทวนวรรณกรรม พอจะสังเคราะห์ได้ว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของนักวิชาการ นักพัฒนาและชาวบ้าน ผ่านการวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การปฏิบัติการ และการติดตามผล ตรงนี้ไม่น่าจะมีปัญหาในเชิงหลักการ แต่สิ่งที่ไม่ชัดเจนที่ยังมีอยู่ 2 จุด คือจุดแรกจะเริ่มกระบวนการอย่างไร จะดำเนินกระบวนการอย่างไร และย้อนกลับอย่างไรในเชิงรูปธรรมซึ่งจะต้องลงลึกต่อไปและจุดที่ 2 ซึ่งยังไม่มีการแยกแยะทำความเข้าใจ

เข้าใจให้ถ่องแท้ คือตัว “องค์ความรู้” กับ “ขีดความสามารถในการเรียนรู้และแก้ปัญหา” ของผู้อยู่กับปัญหา

### ขั้นตอนและกระบวนการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

การวิจัยโดยมีส่วนร่วมในการพัฒนา หรืองานวิจัยเพื่อการพัฒนาหรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) พอสรุปขั้นตอนสำคัญได้ ดังนี้

1. การพิจารณาปัญหา โดยเปิดโอกาสให้ใช้ภูมิปัญญาของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่มีมุมมองและวิธีการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ กันโดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจในคุณค่าของค่านิยม วัฒนธรรมและบรรทัดฐาน ในการประพฤติปฏิบัติชาวบ้าน หรือกลุ่มเป้าหมาย อาจจะใช้วิธีการอภิปรายแบบกลุ่ม การทัศนศึกษา การไปเยี่ยมชมดูงานในต่างพื้นที่ การปรึกษาหารือกับผู้ชำนาญการ การทดสอบและการทดลอง ตลอดจนการศึกษาจากสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น เอกสาร คน สถานการณ์ สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี เป็นต้น

2. การจัดกลุ่มและประเภทของปัญหา เช่น ด้านอาชีพ ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม การศึกษา หรือการจะแบ่งเป็นประเด็นย่อยออกไปอีกก็ได้ แต่ต้องมีความเชื่อมโยงกับประเด็นใหญ่

3. การเลือกวิธีการและออกแบบการวิจัย โดยเลือกปัญหา และวิธีวิจัยที่เหมาะสม ผ่านการใช้กระบวนการกลุ่มแบบไม่ชี้หน้า และให้กลุ่มเป้าหมายหรือชาวบ้านมีส่วนในการออกแบบการวิจัย โดยเฉพาะเครื่องมือวิจัยในรูปแบบ แบบสอบถาม ประเด็นการอภิปรายกลุ่ม ประเด็นการสังเกตหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

4. การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล หลังจากมีการทดลองและปรับปรุงเครื่องมือวิจัยแล้ว ก็จะมีการดำเนินการศึกษาสภาพปัจจุบันโดยอาศัยความร่วมมือ และเรียนรู้กันระหว่างชาวบ้านกับนักวิจัย ซึ่งเป็นการสร้างความตระหนักและเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

5. การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสภาพปัจจุบัน และที่คาดหวังจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลหลากหลาย และมีการคัดเลือกข้อมูลที่มีความเหมาะสม กลุ่มเป้าหมายที่ต้องใช้ความคิด ความรู้สึกประสบการณ์ และอาจจะต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมอีก ซึ่งได้แสดงเปรียบเทียบตาราง ดังนี้



### ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบการวิจัยทางวิชาการและ PAR

แบบวิชาการ	แบบ PAR
1. อาศัยหัวข้อเรื่อง	1. อาศัยกระบวนการ
2. ผู้เขียน	2. ผู้ร่วมการวิจัย (รวมผู้ถูกวิจัย)
3. พิสูจน์สมมติฐาน	3. การร่วมกันหาสมมติฐาน
4. หลีกเลี่ยงความลำเอียงในคุณค่า (Value-bias)	4. รวมความลำเอียงในคุณค่าเข้าไว้ด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นความต้องการ ปัญหา อุปสรรค และข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์แล้ว สำหรับประกอบการตัดสินใจ กำหนดแนวทางการดำเนินงานต่อไป

6. การรายงานและนำเสนอ อาจเป็นรูปแบบเอกสารการประชุมชี้แจง แผนภูมิ ฝาผนัง หรือ แม้แต่การออกรายการวิทยุในชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนที่จะได้รับผลกระทบจากโครงการได้มีส่วนร่วม รับรู้ และวิเคราะห์หรือวิจารณ์ต่อเนื่อง

7. การวางแผนอย่างมีส่วนร่วม หลังจากการนำเสนอผลการวิจัยแล้วกลุ่มวิจัย PAR จำเป็นต้องมีความเห็นสอดคล้องกัน เพื่อนำไปสู่การวางแผนงานอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งจะประกอบ 4 ขั้นตอน คือ

7.1. การจำแนกปัญหา

7.2. กำหนดจุดประสงค์และเป้าหมาย อาจจะเป็นทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

7.3. กำหนดทรัพยากรและวางแผนงบประมาณที่จำเป็นต้องใช้

7.4. เตรียมแผนปฏิบัติ ทั้งด้านกลุ่มเป้าหมาย เวลา สถานที่ เทคนิค กระบวนการ

และขั้นตอนของงานธุรการ และวิชาการ

8. การจัดการและการดำเนินการ โดยช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีทักษะในการจัดการและจะเกิดการตื่นตัว มีความตระหนัก และติดตามงานอย่างใกล้ชิด และมีโอกาสในการเพิ่มศักยภาพในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์งานอื่น ๆ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ดังนั้น กลุ่มเป้าหมาย

8.1. ต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

8.2. มีแรงบันดาลใจ ความสามารถและความพร้อมที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

8.3. ลดแรงต่อต้านหรือไม่มีแรงต่อต้านต่อสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายได้ตัดสินใจและมีส่วนร่วมดำเนินการที่สอดคล้องกับความต้องการและปัญหาของเขา

การจัดการและดำเนินการกิจกรรมที่กำหนดไว้ มักมี 6 ขั้นตอน คือ

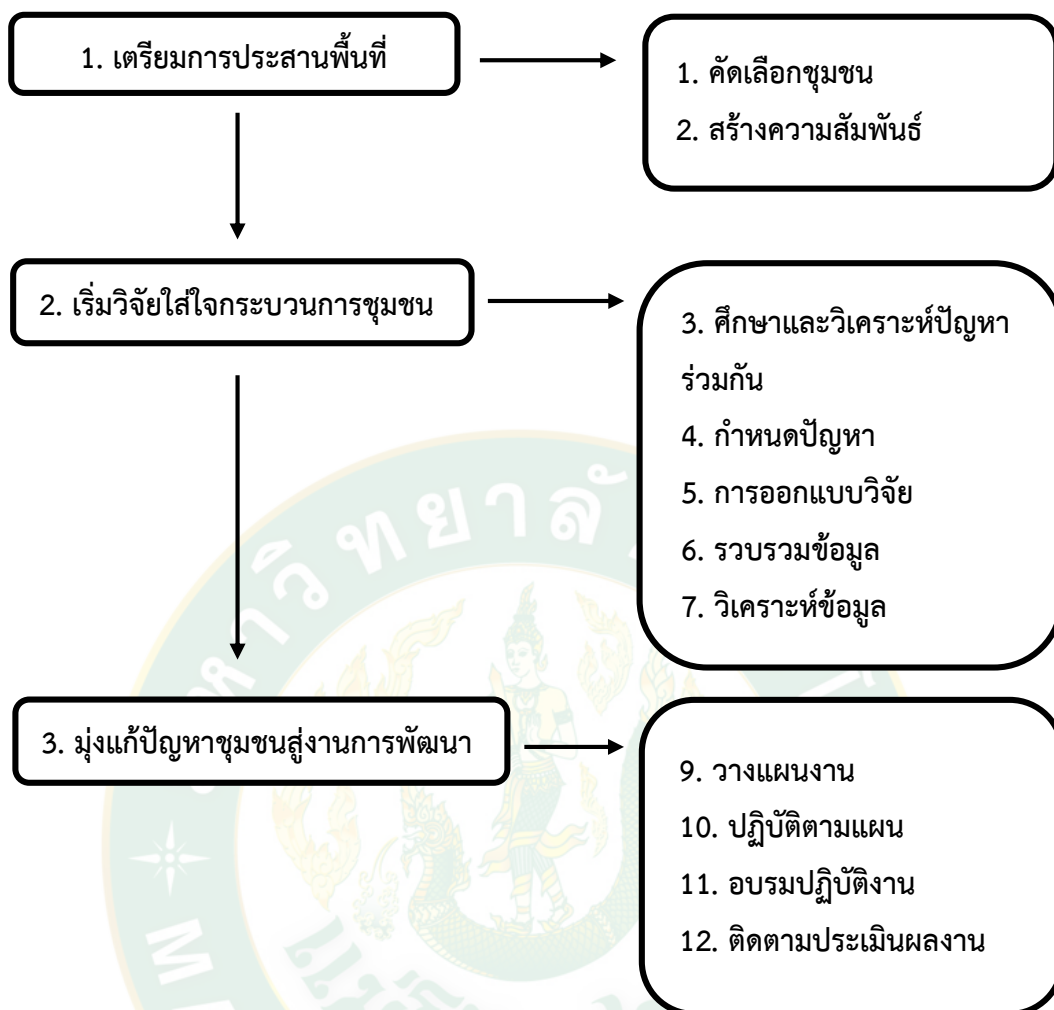
1. ศึกษาแผนและเตรียมขั้นตอนปฏิบัติ
2. ดำเนินการในภาคปฏิบัติ
3. ติดตามและทบทวนการปฏิบัติงาน
4. แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะปฏิบัติงาน
5. จัดการผลผลิตและแบ่งสรรผลประโยชน์
6. ประเมินผลและรายงานต่อผู้เกี่ยวข้อง

9. การติดตามและประเมินผลอย่างมีส่วนร่วมที่กลุ่มเป้าหมายมีส่วนที่จะให้ข้อมูลย้อนกลับอย่างต่อเนื่องว่ากิจกรรมนั้น ๆ เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยครอบคลุมทุกปริมาณและคุณภาพ ปัจจัยป้อนที่ใช้และจำเป็น ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการผลลัพธ์ที่ได้ และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ และแม้แต่ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและธรรมชาติ

#### การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วมมี 5 ขั้นตอน

1. กำหนดจัดระบบและลำดับความสำคัญของเรื่องที่จะติดตามและประเมินผล
2. สร้างตัวชี้วัดที่บ่งชี้ถึงความเปลี่ยนแปลงตามจุดประสงค์ของโครงการ เช่น ตัวชี้วัดทางสังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ เป็นต้น
3. สร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผล และการแบ่งความรับผิดชอบ
4. การรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล โดยให้โอกาสอย่างเต็มที่แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ
5. การรายงานและเผยแพร่

การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชน หรือสมาชิกของชุมชนกับผู้วิจัย ได้มีการแลกเปลี่ยนความเห็น ประเมินปัญหาความต้องการของชุมชน ร่วมกันวิเคราะห์และศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหา การสำรวจทรัพยากรภายในและภายนอกชุมชน เพื่อวางแผนในการแก้ปัญหาดำเนินการ และประเมินผลในขั้นสุดท้าย โดยกระบวนการนี้ สมาชิกของชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจโดยตลอด ดังนั้น ขั้นตอนของการดำเนินงานของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม สามารถสรุปเป็นแผนดังแสดงในภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

โดยสรุปแล้ว PAR เป็นการวิจัยที่ให้โอกาสแก่กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหา โดยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ทางเลือก ตัดสินใจ และดำเนินการแก้ไขปัญหาดังที่เลือกไว้

PAR มีวิธีการประเมินความต้องการ (Needs Assessment) เพื่อวิเคราะห์ ความแตกต่างระหว่างสภาพปัจจุบันกับอนาคต ซึ่งเป็นการเรียนรู้ปัญหาของชุมชนหรือองค์กรเป้าหมายร่วมกัน มิใช่ให้ผู้แทนหรือทรงคุณวุฒิหรือนักวิจัยเป็นผู้ศึกษา จากนั้นจึงมีการสำรวจทรัพยากรการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและการบริการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเน้นที่ การหาแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนหรือองค์กรเป้าหมาย (อมรวิรัช และคณะ 2548)

## 8. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อม เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีการลงทุนในการดำเนินงานไม่สูง ทาง การดำเนินธุรกิจ ส่วนมากแล้วอยู่ในรูปของการดำเนินการภายในครอบครัว โดยมีหัวหน้าครอบครัวทำหน้าที่เป็น ผู้จัดการเอง และมีหน้าที่ในการตัดสินใจในการบริหารคน เงิน เครื่องจักร และวัสดุ โดยใช้หลักการ การบริหาร

### ความหมายและองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

ความหมายของการจัดการธุรกิจขนาดย่อม คำว่า “การจัดการ” โดยทั่วไปหมายถึง ลักษณะ ของการปฏิบัติงาน แต่คำว่า “การบริหาร” โดยทั่วไปใช้ในการกำหนดเป้าหมายให้พนักงานปฏิบัติตาม รวมถึงการบริหารราชการและการบริหารธุรกิจ อย่างไรก็ตาม คำทั้งสองได้ถูกนำมาใช้แทนกันอยู่เสมอ โดยที่การบริหารจะเน้นในเรื่องการบริหารหรือการจัดการที่เกี่ยวกับนโยบาย ชั้นสูง หรือส่วนราชการ การจัดการ จะเน้นในเรื่องการจัดการหรือดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้ หรือใช้กับกิจกรรมที่ ประกอบธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้จะเป็นการให้คำนิยาม “การจัดการ” ในเชิงธุรกิจเพื่อที่จะนำไปสู่ความหมาย ของการจัดการธุรกิจขนาดย่อมต่อไป โดยแสดงให้เห็นถึงกระบวนการหรือหน้าที่ในการจัดการ ดังต่อไปนี้

การจัดการ คือ การจัดทรัพยากรการบริหารมาใช้ในการดำเนินการ ให้สามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อันประกอบด้วยกระบวนการวางแผน การควบคุม การอำนวยการและประสานการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างราบรื่น เพื่อให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามแผนงานและโครงการที่วางไว้

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง กระบวนการวางแผนการจ้ดองค์การ การบริหารงาน ด้านต่าง ๆ ของธุรกิจขนาดย่อมที่ดำเนินการ อันประกอบไปด้วยขั้นตอนแรกในการนำวัตถุดิบเข้ามา ผ่านขบวนการผลิตหรือขั้นตอนการบริการต่าง ๆ ออกมาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นที่ ถูกใจและประทับใจลูกค้า

### องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

จากความหมายของการจัดการธุรกิจขนาดย่อมที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การจัดการ ธุรกิจขนาดย่อมมีองค์ประกอบที่สำคัญดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์และเป้าหมาย ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้าหรือ บริการจะต้องมีการ ตั้งวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการดำเนินกิจการไว้เสมอ อาจจะเป็นกำไร ความ ประทับใจของลูกค้า เป็นต้น

2. ทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ คน เครื่องจักร เงินทุน และวัตถุดิบ
3. กระบวนการจัดการธุรกิจขนาดย่อม การวางแผน การจัดการ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมงาน

### ความสำคัญของการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อม จะเป็นผู้วางแผนในการนำทรัพยากรทั้ง 4 หรือที่เรียกว่า 4 M ประกอบไปด้วย คน เงิน เครื่องจักร และวัตถุดิบมาผ่านกระบวนการบริหาร 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การจัดการ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวกและการควบคุมงาน เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อมบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้สินค้าที่ผลิตออกมาจำหน่ายหรือการบริการต่าง ๆ ก็ตามสิ่งที่สำคัญก็คือ ต้องเป็นที่ต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการต้องสร้างความประทับใจให้ลูกค้า และส่งงานตรงตามเวลาที่กำหนด ในส่วนธุรกิจที่ผลิตสินค้านั้น ผู้ควบคุมการผลิตจะต้องทราบถึงความต้องการของลูกค้าและพยายามพัฒนาสินค้าให้ มีคุณภาพ ตามความต้องการของลูกค้า

### การส่งเสริม SME: เพิ่มรายได้ ขยายโอกาส และลดความเหลื่อมล้ำ

แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนา SME ให้มีบทบาทมากขึ้นในการสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ โดยจะให้ความสำคัญทั้งในเรื่องการส่งเสริม SME เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยเร่งการเติบโตทางเศรษฐกิจ และเพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ดังนั้น แผนการส่งเสริม SME ฉบับนี้ จึงกำหนดแนวทาง การพัฒนา SME ไว้สำหรับ SME ทั้ง 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่ม SME ที่มีศักยภาพ ต้องได้รับการส่งเสริมให้เติบโตแบบก้าวกระโดด (Competitive Growth) เช่น กลุ่ม SME ที่มีนวัตกรรมเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (Innovative SME/Tech Startup/Creative SME) กลุ่ม SME ที่มีการเติบโตสูง (High Growth Firm) กลุ่ม SME ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added) โดยการส่งเสริม SME กลุ่มนี้จะเป็นกลไกที่ช่วยเร่งการเติบโตและสร้างที่ยั่งยืนในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ นำไปสู่การจ้างงานและการลงทุนที่มีคุณภาพมากขึ้น
2. กลุ่ม SME ฐานราก ต้องได้รับการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการเติบโต (Inclusive Growth) เช่น SME ที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) เจ้าของธุรกิจที่ไม่มีการจ้างงาน (Self-Employed) ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเพื่อการยังชีพ (Necessity Entrepreneur) และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ซึ่งเป็นเป้าหมายในการสร้างงาน สร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับคนส่วนใหญ่ของประเทศ การส่งเสริม SME กลุ่มนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2560)

### ประโยชน์ของการจัดการทางธุรกิจขนาดย่อม

ประโยชน์ของการจัดการทางธุรกิจขนาดย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถศึกษาวิเคราะห์ ตรวจสอบ และคาดคะเนเหตุการณ์ต่างๆ ในธุรกิจที่กำลังดำเนินการได้
2. ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าหรือบริการในด้านคุณภาพและรูปแบบ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. ช่วยประสานงานการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์การธุรกิจให้สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่นประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตั้งไว้

### ทรัพยากรการจัดการธุรกิจขนาดย่อม

การจัดการธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไป เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ย่อมประกอบไปด้วยทรัพยากร ในการจัดการธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากร 4 M มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. คน เป็นทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมเป็นอย่างมากเพราะการดำเนินงานการบริหารหรือจัดการธุรกิจ หรือควบคุมเครื่องจักรกลในการผลิตต่าง ๆ ต้องอาศัยคนเป็นหลักการทำงานและการสร้างสรรค์คุณภาพงาน
2. เครื่องจักร เป็นทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการต่าง ๆ แก่ลูกค้า
3. เงินทุน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ได้ ซึ่งทรัพยากรการจัดการอื่น ๆ ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างราบรื่น เพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินการจัดการธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จตาม วัตถุประสงค์และเป้าหมาย เงินทุนที่นำมาใช้ในรูปของการซื้อเครื่องจักร สร้างอาคาร และซื้อวัตถุดิบ เป็นต้น
4. วัตถุดิบ คือ วัตถุดิบและวัสดุสิ่งของต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในกระบวนการผลิต วัตถุดิบควร จะอยู่ใกล้กับสถานประกอบการ เพื่อความประหยัดในการขนส่ง และความมั่นใจในการมีวัตถุดิบป้อนให้โรงงานตลอดปี

จะเห็นว่าการประกอบธุรกิจขนาดย่อมนั้น ผู้จัดการมักจะเป็นเจ้าของธุรกิจเอง เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนก็มีน้อย ประกอบกับเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ฉะนั้นเครื่องจักรกลจึงใช้ไม่มากนัก และสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ คือวัตถุดิบที่ป้อนให้แก่โรงงานนั้นจะต้องเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และจัดหาได้ง่ายในบริเวณที่ประกอบธุรกิจนั้น ๆ ของธุรกิจขนาดย่อม

## 9. SWOT Analysis

ความหมายของ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต

ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ได้นำเทคนิคนี้ขึ้นมาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในช่วงปีคริสต์ศักราช 1960s and 1970s

SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้

1. Strengths – จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ
2. Weaknesses - จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
3. Opportunities – โอกาสที่จะดำเนินการได้
4. Threats - อุปสรรค ข้อจำกัด

### หลักการสำคัญของ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์โดยการสำรวจสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายใน จะช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อธุรกิจและจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ของหน่วยงานที่เหมาะสมต่อไป

### ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในหน่วยงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้เข้าใจว่ามีอิทธิพลต่อหน่วยงานอย่างไรบ้าง จุดแข็งของหน่วยงานจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนของหน่วยงานจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์และการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้หน่วยงานพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม

## ขั้นตอน/วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของหน่วยงาน ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งของหน่วยงาน แสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนของหน่วยงานให้มีน้อยที่สุด ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้นจะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกหน่วยงาน โดยมีขั้นตอนดังนี้

### การประเมินสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงานจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในหน่วยงานทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของหน่วยงาน แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายในคือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้านทั้งในด้านโครงสร้างระบบ ระเบียบ วิธีการปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน และทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

- จุดแข็งของหน่วยงาน เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในหน่วยงานนั้นว่าปัจจัยใดภายในหน่วยงานที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของหน่วยงานที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาได้และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของหน่วยงาน

- จุดอ่อนของหน่วยงาน เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในหน่วยงานนั้นว่าปัจจัยใดภายในหน่วยงานที่เป็นข้อเสียเปรียบหรือจุดอ่อนของหน่วยงานที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน

### การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงาน

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกหน่วยงานนั้นสามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานของหน่วยงานที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของหน่วยงาน เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตราการรู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะของชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ และวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึง กรรมวิธีใหม่ ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ



- โอกาสทางสภาพแวดล้อม เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกหน่วยงาน ปัจจัยใดที่จะสามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการของหน่วยงานในระดับมหภาค และสามารถนำข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้น

- อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกหน่วยงาน ปัจจัยใดที่จะสามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาคในทางที่ก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งหน่วยงานจำต้องหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพหน่วยงานให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกดดันดังกล่าวได้ (โครงการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง 2554)

## 10. TOWS Matrix

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดแล้วก็นำมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix โดย TOWS Matrix เป็นตารางวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์หรือยุทธวิธีประเภทต่างๆ

ในการนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์นั้นจะมีขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอนดังนี้

1. การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด โดยการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในหน่วยงานส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจะเป็นการประเมินภายนอกหน่วยงาน กล่าวได้ว่าประสิทธิผลของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดที่ละเอียดในทุกแง่มุม เพราะถ้าวิเคราะห์ไม่ละเอียดหรือมองไม่ทุกแง่มุม จะส่งผลให้การกำหนดกลยุทธ์ที่ออกมาจะขาดความแหลมคม

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก ตัวอย่างเช่น กรมธนารักษ์มีจุดแข็ง คือ ความสามารถในการผลิตเหรียญและมีโรงษาปณ์ที่ทันสมัย และมีโอกาส คือ สามารถหารายได้จากการผลิตเหรียญได้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรุก คือ ยุทธศาสตร์การรับจ้างผลิตเหรียญทุกประเภททั้งในและต่างประเทศ

2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันหน่วยงานก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ แต่หน่วยงานสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้ ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีจุดแข็ง คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดโอกาสการศึกษาให้แก่ประชาชนทั่วประเทศ ขณะเดียวกันมีข้อจำกัด คือ งบประมาณที่ได้รับ การสนับสนุนจากภาครัฐมีไม่เพียงพอที่จะสามารถจัดตั้งหน่วยงานของตนเองอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศได้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน คือ ยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนในพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ

3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานมีโอกาสที่จะนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่หน่วยงานมีอยู่ได้ ตัวอย่างเช่น ระบบราชการมักมีจุดอ่อน คือ มีขั้นตอนการทำงานที่ยาว ใช้เวลามาก ขณะเดียวกันก็มีโอกาส คือ โอกาสของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข คือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการและในกระบวนการทำงานของราชการให้มากขึ้น (e-Administration)

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากหน่วยงานเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ตัวอย่างเช่น ประเทศไทย จุดอ่อน คือ ต้องนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ ประกอบกับพบข้อจำกัด คือ ราคาน้ำมันในตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทั้งหมดนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรับ คือ ยุทธศาสตร์การรณรงค์ประหยัดพลังงานทั่วประเทศอย่างจริงจัง และยุทธศาสตร์การหาพลังงานทดแทนที่นำทรัพยากรธรรมชาติในประเทศที่มีอยู่มาใช้มากขึ้น (โครงการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง 2554)

## 11. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

อำเภอสะเมิง ตั้งอยู่บนพื้นที่สูงของจังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อที่ประมาณ 898 ตารางกิโลเมตร พื้นที่บางส่วนยังไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นภูเขาสูง ซึ่งอุดมไปด้วย ป่าไม้ ต้นน้ำ ทรัพยากรธรรมชาติ พื้นที่ปกครอง 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสะเมิงใต้ ตำบลสะเมิงเหนือ ตำบลยั้งเมิน ตำบลแม่สาบ และตำบลบ่อแก้ว ปัจจุบันสะเมิงมีจำนวน 45 หมู่บ้าน จำนวนประชากรมีจำนวน 19,487 คน รวม 4,869 ครัวเรือน

ประชากรส่วนใหญ่ ยังมีอาชีพเกษตรกรรมปลูกข้าวเพื่อการบริโภคของครัวเรือนมีการปลูก สตรอเบอร์รี่เป็นพืชเศรษฐกิจหลัก เกษตรกรส่วนใหญ่มีฐานะยากจน มีอาชีพรับจ้างเป็นอาชีพเสริม สภาพปัญหาชุมชนยังเป็นปัญหาเดิมที่สะสมอย่างต่อเนื่องนานมา เป็นปัญหาที่มีความสลับซับซ้อน เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนเป็นหลัก แม้จะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และพัฒนาเข้าไปในพื้นที่จำนวนมาก แต่ยังคงขาดการบูรณาการเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและร่วมมือกัน พัฒนาอย่างจริงจัง โดยเฉพาะเรื่องความต้องการของเกษตรกรที่ต้องการจะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการ ผลิตพืชผลทางการเกษตรปัญหาสำคัญ ได้แก่ ปัญหาพื้นที่เสื่อมโทรมจากระบบการผลิตที่ใช้สารเคมี การปนเปื้อนของสารเคมีการตกค้างในผลผลิตและสิ่งแวดล้อมทั้งดินและน้ำรวมถึงปัญหาสิทธิในพื้นที่ ทำกินเกษตรกรส่วนใหญ่ขาดองค์ความรู้ในการปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ขาดโอกาสในการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปัญหาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรน้ำ ที่ส่งผลต่อปัญหาสุขภาพอนามัยของตัวเกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตและ ผู้บริโภคด้วย ครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่อำเภอสะเมิงส่วนใหญ่ยังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลน แรงงานกำลังคนเยาวชนและคนวัยทำงานไม่สนใจทำการเกษตร และมีแนวโน้มอพยพไปประกอบ อาชีพในเมืองมากขึ้น (ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย 2560)

### ข้อมูลผลผลิตที่สำคัญ และภาพรวม ปัญหา ความต้องการของกลุ่มเกษตรกร

**หมู่บ้าน** ตำบลแม่สาบ ห่างจากตัวอำเภอสะเมิงราว 20 กม. เส้นทางถนนสะเมิง-บ่อแก้ว ทางหลวงหมายเลข 1349 ผ่านบ้านแม่สาบ ตำบลสะเมิงใต้ ก่อนพบกับทางแยกเพื่อเข้าสู่เขตพื้นที่ ตำบลแม่สาบ ทางบ้านงาแมง หมู่ที่ 3 และบ้านแม่ขานหมู่ที่ 1 ตำบลแม่สาบ มีกลุ่มบ้านทั้งหมด 10 หมู่บ้าน เป็นคนพื้นราบ 8 หมู่บ้านและมีกลุ่มชาติพันธุ์เป็นปกากะญอ 2 หมู่บ้านและสี่ขอบางส่วน ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม พืชผักที่นิยมปลูกกลายเป็นผลผลิตที่สร้างชื่อเสียงให้กับ ตำบล ได้แก่ หนุ่ยหวาน ซึ่งนิยมปลูกกันมากโดยเฉพาะในพื้นที่บ้านอมลองหมู่ที่ 2 และได้รับการ ยอมรับเป็นที่รู้จักในเรื่องปริมาณการผลิตและคุณภาพหนุ่ยหวานอินทรีย์ เกษตรกรกลุ่มอาชีพและ ผลิตภัณฑ์มีการผลิตเป็นแบบเกษตรอินทรีย์ใช้กระบวนการแปรรูปอบแห้งด้วยเทคโนโลยีสะอาดเป็น

มิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำรายได้ให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานและกลุ่มสมาชิกอย่างเห็นได้ชัด ความต้องการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามเพื่อจูงใจผู้บริโภค รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ และยังให้ความสนใจในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย

**สตรอเบอร์รี่** ในตำบลบ่อแก้ว ห่างจากตัวอำเภอสะเมิงราว 27 กม.จากบริเวณหน้าอำเภอใช้เส้นทางมุ่งหน้าสู่ทิศตะวันตกใช้ทางหลวงชนบทสาย 6021 ผ่านตำบลแม่สาบ ก่อนเลี้ยวเข้าแยกซ้ายใช้ทางหลวงชนบทสาย 5019 อีกประมาณ 2 กิโลเมตรก็จะถึงที่หมาย ตำบลบ่อแก้วมีจำนวนหมู่บ้านถึง 10 หมู่บ้าน ผู้อาศัยมีทั้งคนเมืองพื้นราบ กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ปาเกอะญอ ชาวบ้านส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรม นิยมปลูกพืชผักเมืองหนาว โดยเฉพาะสตรอเบอร์รี่ที่มีผลผลิตช่วงฤดูหนาวและเป็นพื้นที่ที่ปลูกสตรอเบอร์รี่มากที่สุดของอำเภอสะเมิง เป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้มากที่สุด ตำบลบ่อแก้วที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่สูง เต็มไปด้วยธรรมชาติ ป่าไม้ ต้นน้ำและพืชผักผลไม้เมืองหนาวเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่น่าสนใจ มีประเพณีวัฒนธรรมและเทศกาล แต่ข้อจำกัด คือ เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่ส่วนใหญ่ใช้สารเคมีเพื่อเร่งผลผลิตให้ได้ราคาในช่วงฤดูกาลผลิต ตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนกุมภาพันธ์ ส่งผลกระทบต่อตัวผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม ความต้องการพัฒนาที่สำคัญ คือ ลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ต้องการขายให้ได้ราคา การเพิ่มช่องทางการตลาด และพัฒนากระบวนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอร์รี่สดเป็นแยมสตรอเบอร์รี่

**ข้าว** ในอำเภอสะเมิง เป็นพืชหลักที่ปลูกเกือบทุกครัวเรือน อำเภอสะเมิงตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัดเชียงใหม่ บนถนนหลัก สะเมิง-แม่ริม 1096 ห่างจากตัวจังหวัดระยะทาง 51 กม. ประกอบด้วย 5 ตำบล 45 หมู่บ้าน ประชากร 23,642 คนพื้นเมือง ชนเผ่าต่างๆ ชนเผ่ากะเหรี่ยง ม้ง และลีซอ ตำบลสะเมิงเหนือ ห่างจากตัวอำเภอสะเมิงเพียง 20 กม.ใช้เวลาเดินทาง 30 นาที ใช้ทางหลวงสาย 1065 ผ่านตัวอำเภอเลี้ยวขวาขึ้นเหนือด้วยทางหลวงจังหวัดสาย 1023 ผ่านหมู่บ้าน ชุมชนตั้งริมถนนและทางเบี่ยงขวาของถนนจะมีที่ราบลาดเทสู่ลำน้ำสะเมิง เป็นพื้นที่เกษตรกรรมสลับกับหมู่บ้านที่อยู่อาศัย ในช่วงต้นฤดูฝน กล้าข้าวในนาจะเขียวข่ม ตัดกับสีคล้ำของลำน้ำคดโค้ง มีวิวทุ่งข้าวสีทองให้ชมในช่วงต้นฤดูหนาว พร้อมสภาพความสามัคคีของกลุ่มชาวบ้านในธรรมเนียม “การเอามือ” หรือลงแขกทำนา คือ มนต์เสน่ห์ความน่ารักในวิถีชีวิตที่เกื้อกูล พึ่งพาอาศัยกัน ที่หาชมได้ยากในยุคสมัยนี้ เกษตรกรผู้ปลูกข้าว ปลูกเพื่อการบริโภค ส่วนที่ปลูกข้าวอินทรีย์ยังมีน้อย มีสายพันธุ์ข้าวที่หลากหลาย เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง ความต้องการพัฒนาที่สำคัญ คือ ต้องการผลิตข้าวอินทรีย์ให้ได้ปริมาณที่มากขึ้น ขาดแผนทางการตลาด การรวมกลุ่มผลิตข้าวภายในชุมชนให้มีความยั่งยืนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ต้องการเพิ่มผลผลิตที่มีคุณภาพ สามารถจำหน่ายออกสู่ตลาดในชุมชน

นอกชุมชน และต่างประเทศ เพื่อสามารถผลิตข้าวคุณภาพสู่ตลาดภายนอกได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวสะเมิงที่มีได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวที่ทันสมัยมากขึ้น

**สมุนไพร** มีการปลูกในทุกตำบลทุกหมู่บ้านของอำเภอสะเมิง ทั้ง 5 ตำบล ตำบลสะเมิงใต้ ตำบลสะเมิงเหนือ ตำบลบ่อแก้ว ตำบลแม่สาบ และตำบลยั้งเมิน จากข้างต้นได้ให้ข้อมูลที่ตั้งของตำบลบ่อแก้วตำบลสะเมิงเหนือและตำบลแม่สาบแล้ว ยังมี ตำบลสะเมิงใต้ เปรียบได้กับห้องรับแขกของอำเภอสะเมิง ด้วยถนนสายหลัก ทางหลวงหมายเลข 1096 สะเมิง-แม่ริม ภายในตำบลมีสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งพักผ่อนมากมาย เป็นจุดศูนย์รวมสินค้า OTOP จากทุกตำบลในอำเภอสะเมิงและยังมีร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ตลาดเทศบาล ธนาคารและหน่วยงานราชการ และตำบลยั้งเมิน คือตำบลที่อยู่ห่างไกลจากอำเภอสะเมิงมากที่สุด ด้วยระยะทางกว่า 30 กม. แต่เป็นหนึ่งในตำบลที่มีพืชผลทางการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเช่นกัน การเดินทางจากตัวอำเภอสะเมิง ระยะทางใกล้ที่สุดต้องใช้เส้นทางผ่านตำบลแม่สาบ ตำบลยั้งเมิน มีหมู่บ้านทั้งหมด 7 หมู่บ้าน แบ่งเป็นคนเมืองพื้นราบ 4 หมู่บ้าน และมีกลุ่มป่าเกาะภูเขา 4 หมู่บ้าน ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม สมุนไพรจึงปลูกทุกครัวเรือนทุกหมู่บ้าน แต่กระบวนการผลิตยังใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิม ใช้สมุนไพรจากธรรมชาติ ไม่ใช้สารเคมี นอกจากกระเทียมแล้วยังหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีไม่ได้ สามารถทำได้แบบเกษตรปลอดภัย กำลังผลิตจึงมีน้อย กระเทียมต้องการสร้างตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย คือ กระเทียม มะกรูด และรางจืด เป็นต้นซึ่งเป็นไปตามฤดูกาลผลิต ดังนี้

ตารางที่ 2 ฤดูกาลผลผลิต ปลูกในรอบปี

ฤดูกาลปลูก ในรอบปี	ฤดูหนาว					ฤดูร้อน		ฤดูฝน				
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
ข้าว	☀	☀	●						◆	■	★	☀
สตอเบอรี่	★	☀	☀	●	●						◆	■
หญ้าหวาน	สามารถปลูกและเก็บเกี่ยวได้ตลอดทั้งปี											
สมุนไพร	สามารถปลูกและเก็บเกี่ยวได้ตลอดทั้งปี											

◆ เติร์ยมแปลง/พื้นที่ ■ ปลูกต้นกล้า ★ การปลูก ● การเก็บเกี่ยว/ผลผลิตออก ☀ ดูแล/บำรุงต้นพืช

## 12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาวิจัยการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษางานวิจัยที่ได้ ดังนี้

**(กอบปริญญา อุตรงค์ 2542)** ได้ศึกษาเรื่อง สภาพการผลิต การจัดจำหน่าย และวิธีการตลาดของสตอเบอรี่สดในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนสำรวจปัญหาของเกษตรกร โดยสัมภาษณ์เกษตรกรตัวอย่างจำนวน รวม 98 ราย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถม มีพื้นที่ในการเพาะปลูกขนาด 1-5 ไร่ นิยมปลูกพันธุ์พระราชทานมากที่สุดโดยหาซื้อกล้าจากภายนอกพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สารเคมี (ร้อยละ58) การคลุมแปลงปลูกยังนิยมใช้ใบตองตึง(ร้อยละ83)ผลผลิตที่ได้เฉลี่ย 3,516 กิโลกรัมต่อไร่ ต้นทุนผลิตเฉลี่ย 26,073 บาท/ไร่ รายได้จากการขายผลผลิตเฉลี่ยไร่ละ 47,048.50 บาทผลตอบแทนจากการผลิตเฉลี่ย 20,975.33 บาท ส่วนวิธีการตลาด พบว่าเกษตรกรส่งขายให้โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูป โดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 65 ส่งผู้บริโภคต่างจังหวัดร้อยละ 28 และมีเพียงร้อยละ 7 ที่ขายตรงให้แก่ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวภายในจังหวัด ปัญหาที่สำคัญด้านการผลิตที่พบได้แก่ โรคและแมลงศัตรูพืช คุณภาพของกล้าพันธุ์ (ไหล) ราคา และผลผลิตต่ำ ปัญหาการใช้สารเคมีเกษตรกรจึงมีความต้องการให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพดีขึ้น โดยผ่านการจัดอบรมหรืออย่างน้อยได้รับการถ่ายทอดจากนักวิชาการเกษตรในพื้นที่ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ ควรให้เกษตรกรได้รับรู้ผลกระทบของสารเคมีที่ตกค้างอันเกิดจากการผลิตสตอเบอรี่ในพื้นที่และผลเสียที่เกิดขึ้นทั้งต่อผู้ผลิต ผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของชุมชนในระยะยาว

**(ชัยยุทธ์ ชำนาญเลิศกิจ 2558)** ได้ศึกษาเรื่อง กิจการเพื่อสังคมในระบบตลาดเป็นฐานเพื่อผลตอบแทนทางสังคมต่อการลงทุนที่ยั่งยืน การวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขที่จะสนับสนุนความสำเร็จของการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมที่อยู่ภายใต้บริบทของระบบตลาดเป็นฐาน ให้สามารถสร้างผลตอบแทนการลงทุนทางสังคมอย่างยั่งยืน โดยได้มีการพัฒนาตัวแบบโมโนทัศน์ซึ่งแบ่งออกเป็น ตัวแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นและตัวแบบการวัดเพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา ภายในตัวแบบได้แสดงถึงปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จ 3 ประการ คือ การกิจเพื่อสังคมนวัตกรรมสังคม และผลกระทบทางสังคม ทั้งนี้เมื่อนำตัวแบบดังกล่าวไปทำการศึกษาด้วยวิธีการ 3 วิธี คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก กรณีศึกษา และทดสอบค่าทางสถิติ ผลสรุปคือ ตัวแบบที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลจากการศึกษาตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ ตามกรณีศึกษา และตามข้อมูลเชิงประจักษ์ทางสถิติ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ในกรณีของการสัมภาษณ์เชิงลึก จะเป็นผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านการสนับสนุนการพัฒนากิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน

และภาคประชาชน ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแบบกรณีศึกษาและการทดสอบค่าทางสถิตินั้นเป็นผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ในกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย 3 แห่ง คือ โครงการพัฒนาตอยตุ้ง, บริษัทซูพรีมรีนิวเอเบิล, เอ็นเนอร์ยี่จำกัด, และบริษัทเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านจำกัด

**(ปฐวี ศรีโสภกา 2553)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงครามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ 1. ศึกษาแนวทางการนำปัจจัยได้เปรียบทางเศรษฐกิจชุมชนมาใช้เป็นแนวคิดในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าประเภทอาหาร ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2. ศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนประจำ จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ 3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทอาหารประจำ จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อสร้างเป็นแม่แบบ (Models) ให้ผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้ แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาวิเคราะห์จากปัจจัยได้เปรียบทางเศรษฐกิจของชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ทุน(ที่ไม่ใช่เงินตรา)องค์ความรู้ และตลาดในชุมชน ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าชุมชนประเภทอาหารออกเป็น 64 กลุ่ม แล้วจึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับขอบเขตพื้นที่ในการจำหน่าย ภายใต้หลักทฤษฎีใหม่ ได้แก่ 1. บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่เหมาะสมสำหรับการจำหน่ายเฉพาะในชุมชน มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 7 กลุ่มรูปแบบ และ 2. บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่เหมาะสมสำหรับการนำไปจำหน่ายนอกชุมชนหรือส่งออก มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 1 กลุ่มรูปแบบ ด้วยรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการใช้งานและสอดคล้องกับผลการศึกษาข้อมูลด้านเอกลักษณ์ประจำชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม และที่ถูกเลือกลำดับแรกมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากร คือ ปลาหู (ร้อยละ 26.9) ด้านผลงานหัตถศิลป์ คือ หลวงพ่อบ้านแหลม (ร้อยละ 40.4) และด้านกิจกรรม สถานที่สำคัญ คือ ตลาดน้ำ (ร้อยละ 34.4)

**(นิตาชล ลีรัตนกร 2556)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริโภคสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสีเขียว การจำแนกส่วนตลาดและนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาด โดยทำการสำรวจ 1,200 ตัวอย่างจากผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด ร้านค้า และพื้นที่ที่มีการจำหน่ายสินค้าปลอดสารพิษ ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 83 ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าสีเขียว ทำให้ละเลยการบริโภคสีเขียว ขณะที่การจัดกลุ่มเฉพาะผู้ที่มีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมด้วยวิธี Cluster Analysis พบว่ามีความเข้มข้นของการบริโภคสีเขียวอยู่ในระดับกลางเป็นส่วนใหญ่ การประมาณค่าปัจจัยที่มีผลต่อความถี่ในการบริโภคสินค้าสีเขียวทั้งวิธี OLS และ Random Effects ที่ควบคุมความเข้มข้นของการบริโภคสีเขียวพบว่าให้ผลสอดคล้องกันว่าประกอบไปด้วยจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ระดับการศึกษา รายได้ของครัวเรือน และการให้ความสำคัญต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคสีเขียวรายใหม่คือการส่งเสริมการตลาดขณะที่กลยุทธ์สำหรับผู้บริโภครายเดิมให้เพิ่มปริมาณการซื้อ คือ ราคาและผลิตภัณฑ์คณะกรรมการ

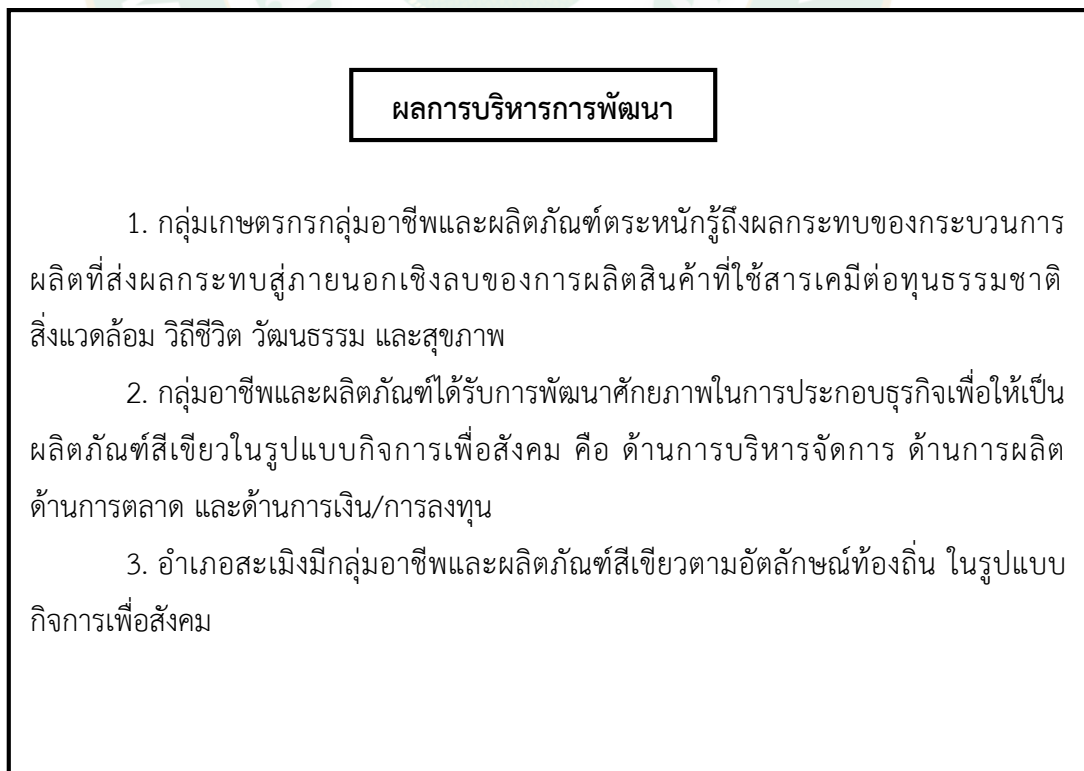
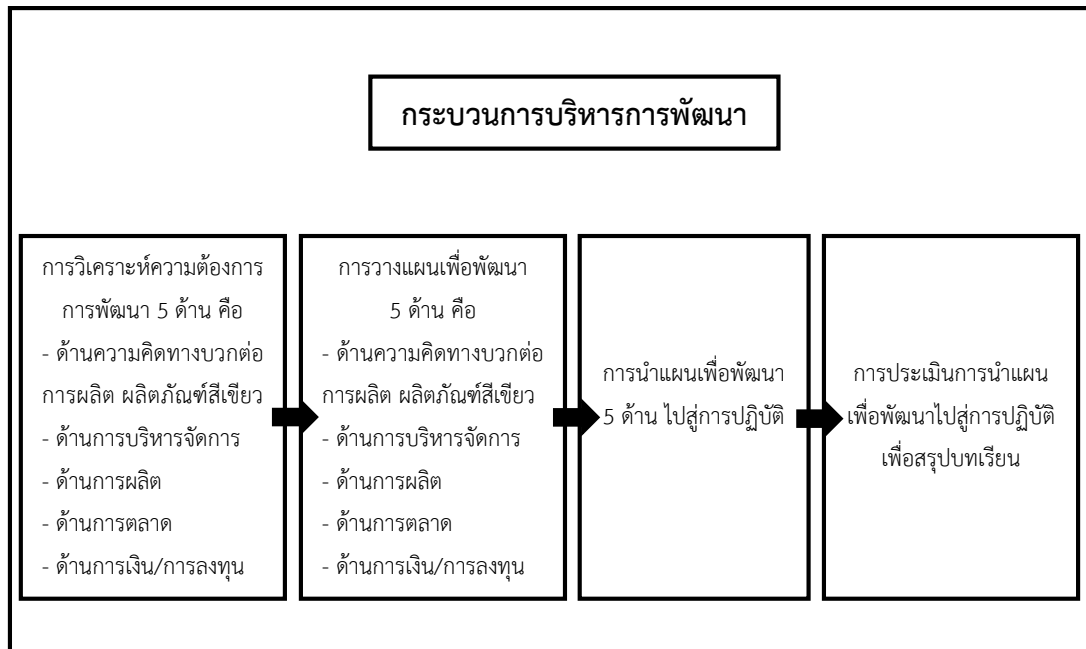
มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) การจัดทำโครงการกิจกรรมร่วมกัน และการปรับปรุงกระบวนการ ประกอบด้วยการจัดทำกิจกรรมแก้ไขปัญหาาร่วมกัน เช่น การจัดทำกิจกรรมเรื่องการบริโภค และกิจกรรมด้านเกษตร การเผยแพร่แนวคิด ขยายผล และการประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะชน ผ่านกิจกรรมการณรงค์ต่าง ๆ การผลักดันเป็นนโยบายผู้ผลิต-ผู้บริโภค และการประเมินผล

**(ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ 2556)** งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การดำเนินงานในแต่ละด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ผ่านการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณท์ระดับ 5 ดาว และ 4 ดาว (ที่มีระดับคะแนนใกล้เคียง 5 ดาว) ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายทอดการสร้างแผนธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณท์ทั้งหมดจำนวน 13 ราย ผลของการวิจัยพบว่า ทุกธุรกิจมีการวางแผนปฏิบัติตามแผน และทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีการคัดเลือกสมาชิกเป็นคนในพื้นที่ และมีประสบการณ์ มีการถ่ายทอดความรู้แบบไม่เป็นทางการ มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิตจัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด และเงินเชื่อใช้แหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น มีการตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงาน ทุกธุรกิจมีการทำงานสมดุล งบกำไรขาดทุน งบกำไรสะสมและบัญชีครัวเรือน ลูกค้ำหลัก คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ลูกค้ำรอง คือ ผู้บริโภคในพื้นที่ใช้เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน ซึ่งมีช่องทางการจำหน่ายตั้งแต่ 1-10 ช่องทางและทุกธุรกิจใช้การส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน

**(พรศิริ กองนวล 2558)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิจัยและพัฒนาการจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเองและเื้อื่อต่อการแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ: การศึกษาผลิตภัณท์อาหารแปรรูป อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย การศึกษาสภาพแวดล้อมกระบวนการพัฒนา การประสานงาน การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเครือข่ายความร่วมมือ และกลุ่มวิสาหกิจ ควรมีลักษณะดังนี้ คือ มีความต้องการพัฒนา มีคุณลักษณะที่สามารถพัฒนาได้ ได้ต้นทุนทางด้านทรัพยากร กระบวนการพัฒนาพบว่า มีการทำงานในลักษณะของการบูรณาการ 2 ลักษณะ คือ การบูรณาการภายในหน่วยงานและบูรณาการระหว่างหน่วยงานและมีเครือข่ายต่าง ๆ ได้แก่ เครือข่ายการพัฒนา เครือข่ายการเรียนรู้ เครือข่ายวัตถุดิบ และเครือข่ายผลิตภัณท์ และส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจเกิดองค์ความรู้ มีอาชีพเสริมและรายได้เพิ่ม มีเครือข่ายในการสนับสนุน ซึ่งเป็นศักยภาพที่นำไปสู่การพึ่งพาตนเอง และแก้ไขปัญหาความยากจน การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มแม่บ้านแหลมฟ้าผ่า ประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณท์ การแปรรูปอาหารจากเห็ดนางฟ้า 4 ชนิด ได้แก่ น้ำพริกเผาเห็ด น้ำพริกเห็ดกุ้งสด น้ำพริกเห็ดกุ้งแห้ง และเห็ดหยอง การพัฒนา บรรจุภัณท์และตราสัญลักษณ์ ได้แก่ บรรจุภัณท์และตราสัญลักษณ์กลุ่มตราสัญลักษณ์ผลิตภัณท์ทั้ง 4 ชนิด การบริหารจัดการ ได้แก่ การรวมกลุ่ม การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมแก้ปัญหา และการกำหนดระเบียบของกลุ่ม



### 13. กรอบแนวคิดการวิจัย



### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายภายใต้กรอบดำเนินงาน มีดังนี้

#### สถานที่ดำเนินการวิจัย

อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

#### ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยมีหน่วยการวิเคราะห์ 2 ระดับ คือ หน่วยการวิเคราะห์ระดับองค์กรและระดับบุคคล ดังนั้นประชากรที่ใช้ในการวิจัย จึงแบ่งตามระดับหน่วยวิเคราะห์ ดังนี้

1. **ระดับองค์กร** ได้แก่ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการในอำเภอสะเมิง หน่วยงานราชการที่ให้ความร่วมมือและเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน สำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิง สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสะเมิง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสะเมิง

2. **ระดับบุคคล** ได้แก่ เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 ราย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพรร

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกตามกิจกรรมในการวิจัย ดังนี้

**แบบสัมภาษณ์** แบบมีโครงสร้างซึ่งได้กำหนดประเด็นคำถามต่าง ๆ เกี่ยวกับกลุ่มอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม โดยการลงพื้นที่จริงเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มอาชีพ กลุ่มเกษตรกรตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาความต้องการการพัฒนาอาชีพ สภาพปัจจุบัน ปัญหาสาเหตุ และจัดกระบวนการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางการวางแผน การบริหารการพัฒนา และเพื่อนำแผนการบริหารการพัฒนา ไปประเมินผล การนำแผนการบริหารการพัฒนาไปสู่การปฏิบัติ ให้ได้ผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม โดยแบ่งเป็น ขั้นตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลเกษตรกร ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ปลูก สภาพปัญหาด้านอาชีพในปัจจุบัน

**ตอนที่ 2** สัมภาษณ์เกี่ยวกับเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สินค้าที่ผลิต ปัญหาด้านอาชีพ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่ายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพ 5 ด้าน เป็นคำถามปลายเปิด ใช้เกณฑ์กำหนดคะแนนเพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ตามคะแนนที่ได้ เพื่อนำไปจัดทำแผนพัฒนา

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะ ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากิจการเพื่อสังคม เกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงินการลงทุน เป็นคำถามปลายเปิด

**แบบสัมภาษณ์กลุ่ม** ใช้เพื่อในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ สภาพปัญหาปัจจุบัน ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพ 4 ด้าน เพื่อการวางแผนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ของการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่

โดยแบ่งเป็น ขั้นตอน ดังนี้

1. ความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่อยากพัฒนา เป็นคำถามปลายเปิด
2. ความต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน เป็นคำถามปลายเปิด
3. หาแนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะ

**แบบสนทนากลุ่ม** เก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน

**ประเด็นที่ 1** พิจารณาปัญหาร่วมกันจากความต้องการพัฒนาอาชีพในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

**ประเด็นที่ 2** การวางแผนเพื่อพัฒนา

**ประเด็นที่ 3** การจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนา

**ประเด็นที่ 4** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น

**ประเด็นที่ 5** การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ ผลของการบริหารการพัฒนา เกษตรกรมีทัศนคติเชิงบวกต่อการผลิตที่เป็นมิตรกับทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสุขภาพ การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เลือกใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีเทคนิคและเครื่องมือ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก จัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนา สนทนากลุ่ม การสังเกต จากนั้นนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้หลักการ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยข้อมูลเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์กลุ่ม และสนทนากลุ่ม สอบถาม สังเกต เสนอความคิดเห็น ร่วมกันวางแผน ร่วมกันพัฒนา และเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา ความต้องการ การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวรูปแบบกิจการเพื่อสังคมอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนการวิจัยแบบเชิงปริมาณได้มาจากแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกร 20 ราย จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ ประชากรในการศึกษาวิจัย ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบเจาะจง 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หนุ่ยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวจากวิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก และแจกแบบสัมภาษณ์ถามให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอำเภอสะเมิง เกษตรอำเภอสะเมิง พัฒนาชุมชนอำเภอสะเมิง

2. นำแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยพร้อมสำเนาหนังสืออนุญาตเก็บข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆในอำเภอสะเมิง เพื่อลงสัมภาษณ์เชิงลึกจากแบบสัมภาษณ์ด้วยตัวเองและลงปฏิบัติถ่ายทอดความรู้มีการอบรมและพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

3. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าแหล่งข้อมูลสารสนเทศ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ตำราวิชาการ บทความเผยแพร่ สถิติหน่วยงาน สถิติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการทำวิจัยและแนวคิดทฤษฎีที่ใช้อธิบายในการศึกษาวิจัย พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้มาอธิบายปรากฏการณ์ สภาพปัญหาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง ตลอดจนถึง ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน การรับรองมาตรฐานต่าง ๆ รวมไปถึงกำไรของกิจการเพื่อจะนำมาสู่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์กลับคืนสู่เพื่อชุมชน นอกจากนี้ยังนำแนวคิดที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยภาคสนามตามวัตถุประสงค์ที่ได้ระบุไว้

4. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Action Research) ลงพื้นที่ปฏิบัติงานวิจัยจริง โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความสนใจและต้องการพัฒนาที่ได้ทำการวิจัยศึกษาวิจัย เพื่อค้นคว้าหาคำตอบและเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพตามที่ได้ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ โดยเกี่ยวข้องกับประเด็น

5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายใช้การวิเคราะห์โดยยึดหลักความพร้อมของกลุ่มอาชีพและเกษตรกร 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร ผลการวิเคราะห์ คือ กลุ่มที่ทำการศึกษาอ้างอิงมาจากเกษตรกรส่วนหนึ่งของกลุ่มสมาร์ตสะเมิงและกลุ่มตลาดสีเขียวซึ่งเกษตรกรมีความสนใจในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงให้ความสนใจต้องการร่วมกันวางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีคุณภาพดีขึ้น จึงมีกลุ่มเกษตรกรที่สนใจมาเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ คือ กลุ่มอาชีพและเกษตรกร 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) คือ อ่านข้อมูลเนื้อหา บริบทของอำเภอสะเมิง แบบแผน เชื่อมโยงแบบแผนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อแยกกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงความต้องการในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในการจัดกระบวนการบริหารการพัฒนา เพื่อให้ได้คำถามและข้อมูลที่ชัดเจนในการตอบตามวัตถุประสงค์งานวิจัยรวมถึงการจัดการสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อการวางแผนสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการรวบรวมข้อมูลให้ได้มาเพื่อนำมาสรุปผลตามต้องการ ปัญหาต่าง ๆ ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนา และการสนทนากลุ่ม เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. การจดยรายละเอียดการสัมภาษณ์กลุ่ม สอบถามข้อมูลเชิงลึก สังเกต สอบถามจัดพิมพ์ในรูปแบบเอกสาร
2. จัดระบบความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่เกิดขึ้นให้ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน
3. พิมพ์รายละเอียดจากการสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อการวางแผน และกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนา ตามข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

4. เรียบเรียงและเขียนเป็นรายงานการวิจัยให้ครอบคลุมและมีข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเชิงคุณภาพ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือสามารถดำเนินการได้ 2 วิธี มีดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความครบถ้วน ความพอเพียง เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมานั้น สามารถอธิบายตัวแปรต่าง ๆ ของการวิจัยได้ครบสมบูรณ์มากแค่ไหน จำเป็นอย่างยิ่งต้องสอดคล้องกับตัวแปรต่าง ๆ ที่ปรากฏในวัตถุประสงค์การวิจัย หรือกรอบแนวความคิดรวบยอดในการวิจัย

2. การตรวจความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งมีวิธีการตรวจสอบหลายแบบ ดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลหลายด้าน ได้แก่ ด้านเวลา ด้านสถานที่ และด้านบุคคลที่ให้ข้อมูล โดยตรวจสอบดูว่าข้อมูลเดียวกันได้จากจาก เวลา สถานที่ และผู้ให้ข้อมูล ที่ต่างกันจะสอดคล้องกัน หรือไม่

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านนักวิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลเดียวกันจากนักวิจัยคนละคนกันว่าแตกต่างกันหรือสอดคล้องกัน หรือไม่

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีเก็บ (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลเดียวกันจากนักวิจัยคนเดียวกันแต่ใช้วิธีต่างกันจะแตกต่างกันหรือสอดคล้องกัน หรือไม่

4. การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลเดียวกันแต่ใช้ทฤษฎีต่างกัน จะสอดคล้องกัน หรือไม่ (สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล 2558)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิจัยแบบเชิงปริมาณได้มาจากแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกร 20 ราย จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยใช้การวิเคราะห์เครื่องมือ ในการรวบรวมข้อมูล จำแนก แยกแยะ คำวลี และประโยคตามคำสำคัญ หรือตัวแปร ตลอดจน ตีความ สรุป และอภิปรายผล

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1. เพื่อจัดกระบวนการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม และ 2. เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน โดยมีกระบวนการสำคัญอยู่ 4 ขั้นตอน คือ 1. การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม 2. การวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง 3. การนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ และ 4. การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ และเพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปเป็นผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

**ตอนที่ 1 จัดกระบวนการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม**

**1. การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม มีดังนี้**

1.1 ด้านความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง ในมุมมองของเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 ราย

ความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์สีเขียว พบว่าความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม เรื่องผลิตภัณฑ์สีเขียวในมุมมองของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างการรับรู้ความเข้าใจในของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ว่าเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีทัศนคติเป็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม พบว่า

### ตารางที่ 3 ความคิดเห็นผลิตภัณฑ์สีเขียว ในมุมมองของเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. ใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	10(50)	8(40)	2(10)	-	-
2. รู้สึกว่าซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวสามารถช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้	8(40)	9(45)	3(15)	-	-
3. อุปสรรคทางการเกษตรที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ทุกครั้งที่มีโอกาส	5(25)	8(40)	6(30)	1(5)	-
4. รู้สึกเฉยต่อการใช้สารเคมีทางการเกษตร	1(5)	-	-	8(4)	11(55)
5. ใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพราะต้องการสร้างความแตกต่างและโดดเด่น	7(35)	10(50)	2(10)	-	1(5)
6. แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ/ใช้ ผลิตภัณฑ์สีเขียวทุกครั้งที่มีโอกาส	10(50)	7(35)	2(10)	1(5)	-
7. ความเชื่อมั่นต่อระบบสมาชิกและจัดสรรประโยชน์แบบสหกรณ์	4(20)	9(45)	6(30)	1(5)	-
8. ความเชื่อมั่นต่อกิจการซื้อขายสินค้าเกษตรในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม	2(10)	13(65)	4(20)	-	1(15)
9. โอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาดสากล	5(25)	12(60)	2(10)	1(5)	-
10. ปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	8(40)	10(50)	1(5)	1(5)	-

จากตารางที่ 3 พบว่าความเห็นของสมาชิกกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเด็นคำถาม ดังนี้

1. เรื่อง การใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ในภาพรวมเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมากที่สุดในการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนความคิดเห็นที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีทัศนคติที่ดีมากต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รองลงมา เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนความคิดเห็นที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยปานกลางกับการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 10 ของจำนวนความคิดเห็นที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. เรื่อง รู้สึกว่าซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวสามารถช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ พบว่า ในภาพรวมเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมากกับการเลือกซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวสามารถช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ คิดเป็นร้อยละ 45 ของจำนวนความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวสามารถช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีทัศนคติ







9. เรื่อง โอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาด พบว่า ในภาพรวมเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 60 ของจำนวนความคิดเห็นในเรื่องโอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาด แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีทัศนคติที่ดีในเรื่องโอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาด รองลงมาเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25 ของจำนวนความคิดเห็นในเรื่องโอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาด เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10 ของจำนวนความคิดเห็นในเรื่องโอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาด และเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนความคิดเห็นในเรื่องโอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาดตามลำดับ

10. เรื่อง ปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า ในภาพรวมเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนความคิดเห็นต่อปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีทัศนคติที่ดีต่อปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รองลงมาเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนความคิดเห็นต่อปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนความคิดเห็นต่อปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 5 ของจำนวนความคิดเห็นต่อปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามลำดับ

1.2 ข้อมูลความต้องการการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ และสถานการณ์ปัจจุบันของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

### 1. กลุ่มหญ้าหวาน

จากการสถานการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการพัฒนาของกลุ่มหญ้าหวาน มีดังนี้

**ด้านการบริหารจัดการ** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านบริหารและการจัดการ ปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานในอำเภอสะเมิง มีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานบ้านอมลองและมีเกษตรกรบางรายไม่มีการเข้าร่วมกลุ่ม เนื่องจากต้องการใช้สารเคมีในการผลิตเพื่อป้องกันต้นหญ้าหวานเป็นโรคเชื้อรา โรครากเน่าตาย ทำให้เสียต้นทุนการผลิตเพิ่ม ง่ายต่อการผลิต ลดเวลาการผลิตได้มากขึ้นแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวาน

บ้านอมลองไม่ใช้สารเคมีในการผลิต เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์จึงได้หญ้าหวานที่มีคุณภาพ ปลอดภัยไม่มีสารเคมี ทำให้ขายผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ได้ในราคาสูงขึ้น การขนส่งผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน ในฤดูฝนจะมีปัญหาทางด้านเชื้อรา และการเก็บรักษา จะนำหญ้าหวานมาตากแห้ง ทำให้ใบหญ้าหวานมีสีเหลือง ทำให้ราคาต่ำลงและทำให้ได้ผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ โดยด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ดังนี้

**การกำหนดรูปแบบของกลุ่ม** เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมกันผลิต แปรรูป และจำหน่ายร่วมกัน เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งในการปลูกหญ้าหวานอินทรีย์การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานบ้านอมลอง ประเภทวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชนและเครือข่าย ตั้งอยู่เลขที่ 94 หมู่ที่ 2 ต.แม่สาบ อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 รหัสทะเบียน: 6-50-08-03/1-0010 เบอร์โทรศัพท์ 084-3659616

**การจัดโครงสร้างองค์กร** องค์กรของกลุ่ม มีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 7 ราย

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	บทบาทหน้าที่
1. นางละออง ศรีวรรณะ	ประธาน	ด้านบริหารจัดการ
2. นางจันทร์แสง สาธูเม	รองประธาน	ด้านตลาด
3. นางศรีเพ็ญ ศรีวรรณะ	เลขานุการ	ติดต่อประสานงาน
4. นางสาววาลย์ สิงทร	เหรัญญิก	ด้านการเงิน/การลงทุน
5. นางบัวบาน ยะมะโน	กรรมการ	ด้านการผลิต
6. นางสมจิตร แก้วเจริญ	กรรมการ	การแปรรูป
7. นางสาวพิญ อินเหลือละ	กรรมการ	การจัดจำหน่าย

**ระเบียบข้อบังคับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานบ้านอมลอง**

**ชื่อกลุ่ม:** กลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานบ้านอมลอง

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีงานทำมีรายได้มากขึ้น
2. กระจายรายได้สู่คนในชุมชนและสมาชิกกลุ่มหญ้าหวานที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้
3. สามารถสร้างสร้างหญ้าหวานอินทรีย์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยไม่มี
4. สร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มหญ้าหวาน
5. สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพให้แก่กลุ่มสมาชิก

**สมาชิกภาพ :** ผู้ได้รับเลือกเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มตามข้อบังคับที่ได้ลงลายมือชื่อไว้คุณสมบัติและลักษณะของสมาชิกกลุ่มทรายนุพัฒนา ดังนี้

1. เป็นบุคคลธรรมดา มีสัญชาติไทยและบรรลุนิติภาวะ
2. ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่

3. ชัยน อดทน มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

### สิทธิสมาชิกมีดังนี้

1. เข้าร่วมประชุมใหญ่ เพื่อเสนอความคิดเห็นได้
2. เข้าชื่อเรียกประชุมใหญ่ เสนอหรือได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการของกลุ่ม หรือตรวจสอบกิจการของกลุ่ม

### หน้าที่ของสมาชิกมีดังนี้

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติ และคำสั่งของกลุ่ม
2. เข้าร่วมการประชุมทุกครั้ง ที่ กลุ่มทราียมูลพัฒนาได้นัดหมาย
3. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มเข้มแข็ง
4. สอดส่อง ดูแล กิจการของกลุ่ม
5. ร่วมมือกับคณะกรรมการดำเนินการพัฒนากลุ่มให้เจริญรุ่งเรือง และมั่นคง

### การดำเนินงาน

1. ดำเนินการในเรื่องขยายจำนวนสมาชิก
2. พิจารณาดำเนินการเรื่องการส่งเสริมสมาชิกกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. พิจารณาการดำเนินงานการจัดการให้มีเครื่องมือที่ทันสมัย ครบวงจร
4. พิจารณาดำเนินการส่งเสริมและสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มสมาชิกหมู่บ้าน

### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มเพื่อกำหนดความต้องการพัฒนา

ความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้รู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หมู่บ้าน มีดังนี้

### การวิเคราะห์ SWOT Analysis (หมู่บ้าน)

**S = Strengths** คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของหมู่บ้าน

1. มีการรวมกลุ่มอาชีพเป็นวิสาหกิจชุมชนและเห็นประโยชน์ภายในกลุ่ม สร้างความเข้มแข็งสามัคคีภายในกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หมู่บ้าน
2. การมีอำนาจในการต่อรองราคาและผลผลิตหมู่บ้าน

3. จำหน่ายผลผลิตที่เป็นหญ้าหวานอินทรีย์ ทำให้สามารถขายได้ราคาสูงกว่าผลผลิตที่มาจาก การใช้สารเคมี
4. การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์หญ้าหวานที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานการรับรอง Organic Thailand
5. ความอุดมสมบูรณ์ของดิน สภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกหญ้าหวาน ทำให้ ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพปราศจากสารพิษเจือปนเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ
6. เกษตรกรมีการขยายพันธุ์ต้นหญ้าหวานเองและนำไปขายให้ผู้บริโภคหญ้าหวานที่สนใจ ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์
7. สมาชิกในกลุ่มมีความสนใจที่พัฒนาผลิตภัณฑ์

#### **W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของหญ้าหวาน**

1. เกษตรกรขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ที่จะนำมาผลิตให้ดีขึ้น
2. การแปรรูปผลิตภัณฑ์หญ้าหวานยังไม่มีหลากหลายตามความต้องการของตลาด
3. ผลิตภัณฑ์หญ้าหวานไม่มีความหลากหลาย บรรจุภัณฑ์ไม่มีความน่าสนใจ อีกทั้งยังขายใน ปริมาณมาก ไม่มีการแบ่งขาย
4. เกษตรกรบางรายไม่มีการบันทึกรายรับ รายจ่ายในการผลิตหญ้าหวาน ทำให้เกษตรกรไม่ ทราบต้นทุนการผลิต รายรับ รายจ่าย ที่เกิดขึ้นจากการปลูกหญ้าหวานว่าใช้ทุนไปเท่าไร ขายได้ เท่าไร และได้กำไรเท่าไร ยกเว้นเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานที่ได้รับมาตรฐานรับรองมีการจดบันทึก
5. ผลผลิตหญ้าหวานยังมีไม่มาก ในขณะที่ตลาดของกลุ่มผู้รักสุขภาพมีความต้องการสูงขึ้น ทำให้การตลาดขาดความต่อเนื่องไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทำให้ต้องเสียลูกค้า ไป

#### **O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของหญ้าหวาน**

1. ความต้องการผลผลิตจากหญ้าหวานอินทรีย์ ปลอดภัยของผู้บริโภคที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ในปัจจุบันมีมากขึ้น
2. มีหลายหน่วยงานให้ความสนใจส่งเสริมและให้การสนับสนุนเรื่องการปลูกหญ้าหวาน อินทรีย์ ไม่ทำลายต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
3. มีผู้บริโภคและตลาดมีความต้องการสูงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้
4. หน่วยงานภาครัฐทั้งระดับจังหวัด อำเภอ และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ร่วมส่งเสริมสนับสนุน สินค้าอินทรีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่มีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต และสามารถต่อยอด

เป็นแบบอย่างให้กับเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานเคมี ให้หันความสนใจมาปลูกหญ้าหวานอินทรีย์มากขึ้น

### T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของหญ้าหวาน

1. มีเกษตรกรบางรายที่ไม่ได้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์แอบอ้างขายผลผลิตหญ้าหวานอินทรีย์
2. มีผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ปลอมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีเกษตรกรบางรายที่ไม่ได้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์นำไปแอบอ้างขายผลผลิตหญ้าหวานอินทรีย์

**การกำหนดวิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าหมายของกลุ่ม** วิสัยทัศน์ของกลุ่ม เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ที่มีคุณภาพของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พันธกิจของกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หญ้าหวานให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สมาชิก เป้าหมายของกลุ่มเพื่อสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มสมาชิก สมาชิกในกลุ่มสามารถพึ่งพาตัวเองได้ และเป็นแหล่งรายได้สำคัญของกลุ่มสมาชิก

**ด้านการผลิต** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิต กระบวนการผลิตไม่มีปัญหา เนื่องจากได้รับมาตรฐานรับรอง มีการตรวจแปลงประจำทุก ๆ ปี ใช้แรงงานในครอบครัว ไม่มีแรงงานจ้าง ทำให้ไม่มีต้นทุนในการผลิต หญ้าหวานเป็นพืชที่ดูแลรักษาง่าย เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าเอง ขายในขนาดเดียวถุงละ 2 กิโลกรัม ขายถุงละ 800 บาท และมีบรรจุภัณฑ์ที่ขายในปริมาณที่น้อย แต่ผลิตภัณฑ์ยังไม่สวยงามและโดดเด่น หญ้าหวานของกลุ่มอาชีพเกษตรกรได้รับมาตรฐานในการผลิต Organic Thailand เป็นหญ้าหวานอินทรีย์ ส่วนใหญ่เกษตรกรจะขายผ่านพ่อค้าคนกลางและผลิตเอง ขายเอง แต่เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานมีการรวมกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ในการขายหญ้าหวานภายในกลุ่ม เพื่อที่จะได้มีอำนาจในการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางเพิ่มขึ้น ต้องการราคาที่เป็นธรรม แต่สิ่งที่เกษตรกรต้องการเพิ่มศักยภาพในการผลิตคือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเกษตรกรมีผลิตภัณฑ์ที่ไม่หลากหลายไม่น่าสนใจ เป็นแบบเดิม ๆ ขายใส่ถุงพลาสติกใส ถุงละ 2 กิโลกรัม ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจ ไม่มีความน่าเชื่อถือกับผู้บริโภค จึงต้องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน โดยด้านการผลิตประกอบด้วย ดังนี้

**การเพาะปลูก** เกษตรกรนิยมปลูกหญ้าหวานด้วยการปักชำกิ่ง เลือกตัดกิ่งพันธุ์ที่สมบูรณ์แข็งแรง ตัดความยาวประมาณ 12-15 ซม. ริดใบออกเพื่อลดการคายน้ำ นำกิ่งพันธุ์มาปักชำในถุงเพาะหรือกระบะ รดน้ำพอประมาณ ใช้เวลา 2 อาทิตย์ รากก็จะงอกพร้อมที่จะย้ายลงไปปลูกในแปลง และยังมีการเก็บเมล็ดมาเพาะปลูกหญ้าหวานออกดอกช่วงเดือนตุลาคมและติดเมล็ดช่วง

เดือนพฤศจิกายน ถ้าเก็บเมล็ดมาเพาะในช่วง เดือนมีนาคม ถึง เดือนเมษายน จะมีอัตราการงอกที่ดีได้ ดีกว่าการเก็บเมล็ดในช่วงอื่น

**การดูแลรักษา** ดูแลรักษาโดยการถอนหญ้า รอบ ๆ ต้นหญ้าหวาน ไม่มีการจ้างแรงงานในการถอนหญ้า แต่ใช้แรงงานคนในครอบครัวแทน หญ้าหวานจะให้ผลดีต้องหมั่นดายหญ้า ใช้แหล่งน้ำจากธรรมชาติ ใช้ปุ๋ยขี้ไก่ที่ทำเองภายในครัวเรือน เพื่อเร่งการแตกใบใหม่ หลังการเก็บเกี่ยว ต้องอาศัยการดูแลค่อนข้างสูง ทั้งการให้น้ำใส่ปุ๋ยบำรุงดิน

**การเก็บเกี่ยว** หญ้าหวานเริ่มเก็บเกี่ยวใบครั้งแรก หลังจากปลูกได้ 25 วัน หรือในราวปลายเดือนมกราคม หลังจากนั้นก็เก็บเกี่ยวไปได้เรื่อย ๆ ปีละ 7-10 ครั้ง ขึ้นอยู่กับการดูแล แต่ผลผลิตจะสูงสุดในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง เดือนกรกฎาคม หลังจากนั้นต้นหญ้าหวานจะเริ่มแก่ และออกดอก ชะงักการเจริญเติบโต และให้ผลผลิตต่ำสุดในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม การเก็บเกี่ยว ให้ฉีกพ่นน้ำล้างฝุ่นออกเสียก่อน ค่อยตัดกิ่งเอาไปเก็บใบ ถ้าตัดแล้วเอาไปล้างน้ำ ความหวานจะละลายไปกับน้ำ ทำให้คุณภาพต่ำลง ไม่เหมาะสำหรับการแปรรูป

**การแปรรูป** นำกิ่งที่ตัดมารูดใบ แล้วนำไปตากแดด 2-3 วัน แล้วยกไปให้ทั่วระหว่งที่ตาก เมื่อแห้งสนิทแล้วจึงเก็บในภาชนะบรรจุ มีโรงอบแห้งใบหญ้าหวานแบบเตาถ่านในชุมชน

**การออกแบบผลิตภัณฑ์** จากการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์เป็นวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกหญ้าหวานบ้านอมลองได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากพัฒนาชุมชนอำเภอสะเมิง และโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี รวมถึงนักวิจัยมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผศ.ดร.นพวรรณ บุญธรรม เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนในการออกแบบผลิตภัณฑ์มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง เป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานยังต้องการเพิ่มการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทันสมัย น่าสนใจมากขึ้น

**การบรรจุภัณฑ์หีบห่อ** บรรจุในถุงจีบพลาสติกใสขนาดเดียวแล้วติดสติ๊กเกอร์ที่ได้รับการสนับสนุนจากพัฒนาการอำเภอสะเมิง แต่ยังต้องการเพิ่มบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะดวกสบาย เก็บง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและนำมาใช้งานในครั้งต่อไปสะดวกมากขึ้น

**การรับรองมาตรฐานการผลิต** เกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกหญ้าหวานอมลองได้รับการรับรองมาตรฐานจาก Organic Thailand สร้างความเชื่อมั่นภายในกลุ่มและผู้บริโภค และสามารถดึงดูดเกษตรกรที่ยังใช้สารเคมีปรับเปลี่ยนวิถีคิดมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช้สารเคมีในการผลิต เป็นต้นแบบที่ดีแก่เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานรายอื่น ๆ

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของหญ้าหวานให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้



## การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการผลิต

### S = Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของหญ้าหวาน

1. การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์หญ้าหวานที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานการรับรอง Organic Thailand
2. ความอุดมสมบูรณ์ของดิน สภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกหญ้าหวาน ทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพปราศจากสารพิษเจือปนเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ
3. เกษตรกรมีการขยายพันธุ์ต้นหญ้าหวานเองและนำไปขายให้ผู้บริโภคหญ้าหวานที่สนใจปลูกหญ้าหวานอินทรีย์
4. สมาชิกในกลุ่มมีความสนใจที่พัฒนาผลิตภัณฑ์

### W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของหญ้าหวาน

1. เกษตรกรขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ที่จะนำมาผลิตให้ดีขึ้น
2. การแปรรูปผลิตภัณฑ์หญ้าหวานยังไม่มีหลากหลายตามความต้องการของตลาด
3. ผลิตภัณฑ์หญ้าหวานไม่มีความหลากหลาย บรรจุภัณฑ์ไม่มีความน่าสนใจ อีกทั้งยังขายในปริมาณมาก ไม่มีการแบ่งขาย

### O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของหญ้าหวาน

1. มีหลายหน่วยงานให้ความสนใจส่งเสริมและให้การสนับสนุนเรื่องการปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ ไม่ทำลายต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ
2. หน่วยงานภาครัฐทั้งระดับจังหวัด อำเภอ และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ร่วมส่งเสริมสนับสนุนสินค้าอินทรีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่มีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต และสามารถต่อยอดเป็นแบบอย่างให้กับเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานเคมี ให้หันความสนใจมาปลูกหญ้าหวานอินทรีย์มากขึ้น

### T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของหญ้าหวาน

1. มีเกษตรกรบางรายที่ไม่ได้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์แอบอ้างขายผลผลิตหญ้าหวานอินทรีย์
2. มีผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ปลอมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีเกษตรกรบางรายที่ไม่ได้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์นำไปแอบอ้างขายผลผลิตหญ้าหวานอินทรีย์

**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า

1. มีหลายหน่วยงานให้ความสนใจที่จะส่งเสริมและให้การสนับสนุนเรื่องกระบวนการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีในการผลิตเพื่อให้ได้หญ้าหวานอินทรีย์ที่มีคุณภาพ

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมเกษตรกรที่ไม่ได้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ให้หันมาสนใจปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ที่มีคุณภาพและได้รับมาตรฐานการรับรอง Organic Thailand เหมือนกลุ่มหญ้าหวานอินทรีย์

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. ภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ให้ความสนใจเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน การแปรรูปหญ้าหวานให้มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของตลาดรวมไปถึงเครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิตที่เหมาะสมจะทำให้ศักยภาพการผลิตหญ้าหวานมีคุณภาพมากขึ้น

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรที่ไม่มีการปลูกหญ้าหวานอินทรีย์เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ที่มีคุณภาพ และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์หญ้าหวานให้มีบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายโดดเด่นน่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

### **สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความสนใจให้เกษตรกรปลูกหญ้าหวานอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งสนับสนุนเรื่องเทคโนโลยีเครื่องมือการผลิตที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปหญ้าหวานอินทรีย์ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพในการผลิตที่มีคุณภาพมากขึ้น

**ด้านการตลาด** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาด เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนเริ่มมีตลาดที่กว้างขวางมากขึ้น เกษตรกรเริ่มให้ความสนใจในการขายผ่านออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น แต่ยังคงต้องการลูกค้าที่ซื้อทุเรียนให้มากขึ้นกว่าเดิม เนื่องจากลูกค้าที่มาซื้อยังมีน้อย ส่วนมากจะเป็นลูกค้าทั่วไปและขายผ่านพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อเพื่อนำทุเรียนไปส่งขายอีกทอดหนึ่ง ขาดความรู้ทางด้านการตลาด การโฆษณาที่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง โดยด้านการตลาด ประกอบด้วย ดังนี้

**การกำหนดกลุ่มลูกค้า** เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป เริ่มมีการขายผ่านออนไลน์เจาะกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ

**การตั้งราคา** เกษตรกรจะเป็นคนกำหนดราคาเอง ผ่านกลุ่ม กำหนดราคาที่เป็นธรรมเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุเรียน และภาพลักษณ์ของการเป็นทุเรียนอินทรีย์

**การกำหนดช่องทางการจำหน่าย** ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้มากขึ้นและให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับการขายผลิตภัณฑ์ทุเรียน

**การส่งเสริมการขาย** เกษตรกรยังไม่มีส่งเสริมการขายยังใช้วิธีการขายแบบเดิมคือ ให้ลูกค้าติดต่อเข้ามาซื้อสินค้าเอง จาก ปากต่อปาก ทำให้ขายผลิตภัณฑ์ทุเรียนได้จำนวนไม่มากนัก

**การสร้างตราสินค้า** เกษตรกรมีตราสินค้าในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตนเอง แต่มีบางรายที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มยังไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง

**การขนส่ง** ผู้ซื้อมารับซื้อถึงที่ผลิตภัณฑ์ทุเรียนจากหน้าสวนและที่แปรรูปผลิตภัณฑ์ทุเรียน มีขนส่งผ่านหลายช่องทาง เช่น ไปรษณีย์ เคอรี่เอ็กเพรส เป็นต้น

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของทุเรียนให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็ต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้

### การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการตลาด

**S = Strengths** คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของเรา

1. การมีอำนาจในการต่อรองราคาและผลผลิตทุเรียน
2. จำหน่ายผลผลิตที่เป็นทุเรียนอินทรีย์ ทำให้สามารถขายได้ราคาสูงกว่าผลผลิตที่มาจากการใช้สารเคมี

**W = Weaknesses** คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของเรา

1. มีผู้บริโภคและตลาดมีความต้องการสูงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

**O = Opportunities** คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้

1. ความต้องการผลผลิตจากหญ้าหวานอินทรีย์ ปลอดภัยของของผู้บริโภคที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพในปัจจุบันมีมากขึ้น

**T = Threats** คือ อุปสรรคต่าง ๆ

1. องค์กรมีความรู้ความเข้าใจในด้านการตลาดที่ดี

**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า

1. ความต้องการผลผลิตหญ้าหวานอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นสามารถจำหน่ายได้ราคาสูง

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมด้านองค์ความรู้และความเข้าใจด้านการตลาดของหญ้าหวานอินทรีย์ให้มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูง

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกหญ้าหวานอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรมีองค์ความรู้และความเข้าใจในด้านการตลาดที่ดีเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้หลากหลายมากขึ้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการหญ้าหวานอินทรีย์

**สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว  
ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ส่งเสริมเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานด้านการตลาดที่ดีให้มีช่องทางการจัดจำหน่าย และให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตหญ้าหวานอินทรีย์ที่มีคุณภาพได้ผลผลิตสูงสามารถจัดจำหน่ายได้ในราคาที่สูงตรงกับความต้องการของตลาด

**ด้านการเงิน/การลงทุน** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการเงิน/การลงทุน ส่วนใหญ่มีการลงทุนด้วยเงินทุนส่วนตัว มาจากการออมเงินของตัวเองภายในครอบครัว ไม่มีการกู้ยืมเงิน โดยการหาแหล่งเงินทุน ส่วนใหญ่มาจากโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน ที่นำมาลงทุนในการเพาะปลูกหญ้าหวาน และนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หญ้าหวานเอง

**2. สตอเบอร์รี่**

จากการสถานการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการพัฒนาของกลุ่มสตอเบอร์รี่ มีดังนี้

**ด้านการบริหารจัดการ** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านบริหารและการจัดการเกษตรกรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่นิยมปลูกสตอเบอร์รี่ 2 สายพันธุ์คือ พันธุ์329 และพันธุ์พระราชทาน80 พันธุ์392 เป็นสตอเบอร์รี่เพื่อการบริโภคและแปรรูป ลักษณะผลของสายพันธุ์392 มีลักษณะผลใหญ่ เนื้อแข็งกรอบ มีรสชาติเปรี้ยวอมหวาน สามารถเก็บผลผลิตได้นาน เหมาะสำหรับการขนส่ง ซึ่งเป็นพันธุ์ที่กรมส่งเสริมการเกษตรแนะนำให้ปลูก เนื่องจากให้ผลผลิตมาก ประมาณ 3,500กรัม/ไร่ และพันธุ์พระราชทาน80 เป็นสตอเบอร์รี่รับประทานผลสด กลิ่นหอมรสชาติหวาน อร่อย ผิวค่อนข้างบาง คล้ายพันธุ์พระราชทาน70 และ72 เนื้อแน่นละเอียดเป็นสายพันธุ์ที่มาจากประเทศญี่ปุ่น ชื่อพันธุ์ Royal Queen อายุการเก็บเกี่ยวสั้นไม่เหมาะสำหรับการขนส่ง เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มอาชีพ แต่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อการแปรรูปผลผลิตสตอเบอร์รี่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่เกษตรกรมีการเพาะปลูกสตอเบอร์รี่เพื่อจำหน่ายเอง มีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อ บางรายมาลงทุนในด้านต้นทุนการผลิตให้ ผลผลิตออกมาก็ต้องจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลางที่มาลงทุนให้ ดังนั้น ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านบริหารและการจัดการต้องการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดให้มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มความสามารถในการต่อรองราคาสตอเบอร์รี่ ขายผลผลิตได้ในราคาสูง โดยด้านการบริหารจัดการประกอบด้วย ดังนี้

**การกำหนดรูปแบบของกลุ่ม** เกษตรกรผู้ผลิตยังไม่มีมีการรวมกลุ่มอาชีพผลิตใครผลิตมัน ต่างคนต่างจำหน่ายผลผลิตของตัวเอง มีเพียงการรวมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกันเท่านั้น แต่มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตอเบอร์รี่ เป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม

ทรายมูลพัฒนา ประเภทวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชนและเครือข่าย ตั้งอยู่เลขที่ 79/1 หมู่ 5 ต.สะเมิงใต้ อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 รหัสทะเบียน: 6-50-08-01/1-0014 เบอร์โทรศัพท์ 085-6524978

**การจัดโครงสร้างองค์กร** องค์กรของกลุ่ม มีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 8 ราย

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	บทบาทหน้าที่
1. นาง ชนิดา เฟื่องชูชาติ	ประธาน	ด้านบริหารจัดการ
2. นาย บุญยง สิทธิกุล	รองประธาน	ด้านตลาด
3. นางสาว ชนิดาภา เฟื่องชูชาติ	เลขานุการ	ติดต่อประสานงาน
4. นางสาว ธนพร จินาโส	เหรัญญิก	ด้านการเงิน/ลงทุน
5. นางฉนิษฐ์ สิงห์พันธ์	กรรมการ	ด้านการผลิต
6. นางวันดา ไชยเลิศ	กรรมการ	การแปรรูป
7. นางสาวจินต์นิภา เกิดนาค	กรรมการ	การจัดจำหน่าย
8. นายอารัญ กาวิละ	กรรมการ	การขนส่งสินค้า

**ระเบียบข้อบังคับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทรายมูลพัฒนา**

**ชื่อกลุ่ม:** วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทรายมูลพัฒนา

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีงานทำ สร้างอาชีพ สร้างรายได้ สามารถพึ่งพาตัวเองได้
2. มีความเข้มแข็งภายในกลุ่ม ช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่โดยตรง
3. มีองค์ความรู้ในการแปรรูปที่ทันสมัย
4. มุ่งสู่กิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**สมาชิกภาพ :** ผู้ได้รับเลือกเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มตามข้อบังคับที่ได้ลงลายมือชื่อไว้คุณสมบัติและลักษณะของสมาชิกกลุ่มทรายมูลพัฒนา ดังนี้

1. เป็นบุคคลธรรมดา มีสัญชาติไทยและบรรลุนิติภาวะ
2. ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่
3. ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

**สิทธิสมาชิกมีดังนี้**

1. เข้าร่วมประชุมใหญ่ เพื่อเสนอความคิดเห็นได้
2. เข้าชื่อเรียกประชุมใหญ่ เสนอหรือได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการของกลุ่ม หรือตรวจสอบกิจการของกลุ่ม

**หน้าที่ของสมาชิกมีดังนี้**

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติ และคำสั่งของกลุ่ม

2. เข้าร่วมการประชุมทุกครั้ง ที่ กลุ่มทรายมูลพัฒนาได้นัดหมาย
3. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มเข้มแข็ง
4. สอดส่อง ดูแล กิจการของกลุ่ม
5. ร่วมมือกับคณะกรรมการดำเนินการพัฒนากลุ่มให้เจริญรุ่งเรือง และมั่นคง

#### การดำเนินงาน

1. แปรรูปผลผลิตทางเกษตรที่มาจากแหล่งผลิตสตอเบอร์รี่โดยตรง
2. แปรรูปผลผลิตสตอเบอร์รี่เพื่อการจำหน่ายและมีคุณภาพ
3. เป็นแหล่งกระจายผลิตภัณฑ์แปรรูปของอำเภอสะเมิงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต

#### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มเพื่อกำหนดความต้องการพัฒนา

ความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้รู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สตอเบอร์รี่ มีดังนี้

#### การวิเคราะห์ SWOT Analysis (สตอเบอร์รี่)

**S = Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของเรา**

1. สตอเบอร์รี่เป็นพืชเศรษฐกิจและมีชื่อเสียงในอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
2. มีพื้นที่ในการเพาะปลูกสตอเบอร์รี่มากที่สุดในประเทศไทยและมีคุณภาพ รสชาติดี
3. ผลผลิตสตอเบอร์รี่ขายได้ราคาค่อนข้างสูง
4. เกษตรกรมีความรู้ด้านการผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ช่วยให้ผลผลิตสตอเบอร์รี่มีคุณภาพ

**W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของเรา**

1. เป็นผลไม้ที่สามารถปลูกได้ฤดูกาลเดียว คือ ฤดูหนาวเพียงปีละครั้ง จึงทำให้เกษตรกรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่ไม่มีผลผลิตที่จะนำมาขายได้ตลอดทั้งปี และผลผลิตที่นำมาแปรรูปมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

2. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสตอเบอร์รี่สดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ใส่สตอเบอร์รี่ ยังเป็นรูปแบบเดิม ซึ่งจะบรรจุลงในตะกร้าผลไม้เพื่อนำมาส่งขายทันที ทำให้ไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค อีกทั้งยังไม่มีตราสินค้าที่น่าเชื่อถือ

3. มีความเสี่ยงในการขาดทุนสูงมาก เนื่องจากเป็นผลไม้สดที่มีอายุการเก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน
4. เกษตรกรใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ทำให้ผลผลิตสตรอเบอร์รี่มียาที่มาจากการใช้สารเคมีติดพัน และไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. จากกระบวนการผลิตที่มีการใช้สารเคมี ทำให้เกิดปัญหาดินเสื่อมโทรมและผลผลิตไม่มีคุณภาพ
6. เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่มีหน้าที่ปลูกสตรอเบอร์รี่เพื่อขายส่งพ่อค้าคนกลางเพียงอย่างเดียว ทำให้ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ทำให้ต้องขายผลผลิตในราคาต่ำ
7. เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มอาชีพกัน ทำให้เกษตรกรไม่สามารถเป็นผู้กำหนดราคาผลผลิตได้จึงถูกกดราคาผลผลิตสตรอเบอร์รี่

#### **O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้**

1. เพิ่มโอกาสในการประกอบธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น จากการแปรรูปผลผลิตจากสตรอเบอร์รี่สดให้เป็นสตรอเบอร์รี่แปรรูป น้ำสตรอเบอร์รี่ แยมสตรอเบอร์รี่ เป็นต้น
2. มีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องของคอยช่วยเหลือสนับสนุนให้ความรู้เรื่องการผลิตสตรอเบอร์รี่ให้ได้คุณภาพและได้รับรองมาตรฐาน
3. มีช่องทางการตลาดมากขึ้นเพราะ สตรอเบอร์รี่เป็นผลไม้ที่มีรสชาติดี เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มวัย
4. สำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิงต้องการส่งเสริมสนับสนุนและโปรโมทการท่องเที่ยวของอำเภอสะเมิงให้มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคทั่วประเทศ
5. หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะมีการจัดงานทุก ๆ ปี เช่น งานสตรอเบอร์รี่ของดีอำเภอสะเมิง ทำให้เกษตรกรมีโอกาสพบกับผู้บริโภคโดยตรงสามารถติดต่อซื้อขายสินค้ากันได้สะดวกและเป็นการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

#### **T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ**

1. สตรอเบอร์รี่มีอายุการเก็บรักษาสั้น หลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตอาจช้า ทำให้เน่าเสียง่าย ช่วงเวลาการวางขายสั้น ทำให้ขนส่งสินค้าลำบาก เสี่ยงต่อการขาดทุนหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต
2. ใช้เงินลงทุนสูงในการปลูกสตรอเบอร์รี่แต่ละครั้ง
3. สตรอเบอร์รี่มีการใช้สารเคมีในการผลิตจำนวนมากจึงจะได้ผลผลิตที่ดีและมีคุณภาพตามต้องการ
4. พื้นที่เพาะปลูกอยู่ห่างไกล ขนส่งลำบาก จึงจำเป็นต้องขนส่งโดยพ่อค้าคนกลาง



**การกำหนดวิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าหมายของกลุ่ม** วิสัยทัศน์ของกลุ่มแปรรูปผลผลิตของสตรเบอร์รี่ ช่วยเกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่ สมาชิกกลุ่มอยู่ได้ เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่อยู่ได้ พึ่งพาอาศัยกัน นำสู่ความเข้มแข็ง มีรายได้ มีงาน พึ่งพาตัวเองได้ พันธกิจของกลุ่ม สนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มมีองค์ความรู้ในด้านการแปรรูปที่ทันสมัย มุ่งสู่กิจการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างงาน สร้างอาชีพ สู้งานและชุมชน เป้าหมายของกลุ่ม สมาชิกมีรายได้ สามารถพึ่งพาตัวเองได้

**ด้านการผลิต** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิต การผลิตสาเหตุหลักของปัญหาในด้านการผลิตสตรอเบอร์รี่ของเกษตรกร คือ เกษตรกร(ผู้ผลิต) ใช้พื้นที่ซ้ำ ๆ ในการเพาะปลูกเป็นเวลานานประกอบกับการใช้ปุ๋ยและสารเคมีป้องกันกำจัดแมลงและศัตรูพืชในปริมาณจนเกิดปัญหาดินเสื่อมโทรม ผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่ได้ ไม่ได้คุณภาพ มีปัญหาเชื้อโรคสะสม ปัญหาดินตาย เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจการผลิตสตรอเบอร์รี่ที่ถูกต้อง โดยด้านการผลิตประกอบด้วย ดังนี้

**การเพาะปลูก** เพาะปลูกระหว่าง เดือนกันยายน ถึง เดือนธันวาคม การใช้ไหลขยายต้นพันธุ์จากต้นแม่พันธุ์ ช่วงเดือนกันยายน-เดือนตุลาคม สำหรับการใช้ ต้นไหลมาปลูกสำหรับการปลูกในช่วงเวลาอื่นเป็นการปลูกพืชสร้างต้นแม่พันธุ์เพื่อผลิตไหลในการปลูกรุ่นต่อไป เริ่มตั้งแต่การเตรียมดิน แปลงปลูก ได้ไถตะ ไถแปร และไถพรวน ตากแดด 7-10 วัน เพื่อกำจัดโรคแมลงออกไป ยกร่องปลูกกว้างประมาณ 1 เมตร ระยะห่างระหว่างแปลงปลูก ห่างกัน 60 เซนติเมตร เพื่อให้เป็นร่องน้ำ คลุมแปลงด้วยผ้าพลาสติกพร้อมทั้งตัดเจาะพลาสติกให้เป็นวงกลม สำหรับขุดเป็นหลุมปลูก การเตรียมต้นพันธุ์หรือไหลสตรอเบอร์รี่ นำต้นไหลที่เพาะใส่ในถุงเพาะ รอให้มีรากแทงออกมาจาก (ต้นแม่พันธุ์) ต้นไหลคือต้นที่แตกแขนงออกจากต้นแม่ที่แข็งแรง สมบูรณ์ ปลอดโรค วางถุงเพาะได้ 15 วัน รากต้นไหลจะแทงลงในถุงเพาะ เมื่อรากเดินดีแล้วได้ปล่อยเลี้ยงให้แตกแขนงเป็นต้นไหล 4-5 ต้น จึงตัดแยกออกมาเพาะเลี้ยง ดูแล จนกระทั่งต้นไหล แข็งแรงปลอดโรคแล้วนำไปปลูกในแปลง วิธีการปลูก ขุดหลุม ปลูกกว้าง ยาว ลึกให้พอวางต้นพันธุ์ ปลูกเป็นแถวคู่ ตามแนวยาวของแปลง ให้หลุมปลูกทั้งสองข้างของแปลง ห่างจากริมแปลงเข้ามาข้างใน 20 เซนติเมตร วางต้นไหลลงปลูก กลี่ยดินกลบรดน้ำพอชุ่ม จากนั้นดูแลรักษาตามลำดับ

**การดูแลรักษา** เพื่อให้ได้ผลสตรอเบอร์รี่ที่มีคุณภาพ หลังการปลูก 15 วัน ได้ใส่ปุ๋ยสูตร 15-15-15 ในอัตรา 75 กิโลกรัมต่อไร่ อีก 15 วันจะใส่ปุ๋ยสูตร 13-13-21 ในอัตรา 75 กิโลกรัมต่อไร่ เว้นระยะห่างออกไปอีก 20 วัน จะใส่ปุ๋ยสูตร 8-24-24 ในอัตรา 50 กิโลกรัมต่อไร่ จะช่วยให้สตรอเบอร์รี่มีรสชาติ หวาน หอม อร่อย การให้น้ำ สตรอเบอร์รี่เป็นพืชที่ระบบรากตื้น การให้น้ำควรให้อย่างสม่ำเสมอต่อวัน โดยให้ไม่มากแต่ให้บ่อย ๆ เพื่อให้รากได้รับความชื้นอย่างเหมาะสม หากมากเกินไปจะทำให้รากเน่า ถ้าน้อยไปจะทำให้ต้นหยุดการเจริญเติบโต สตรอเบอร์รี่ควรได้รับน้ำที่เพียงพอช่วยให้ออกดอกติดผลได้คุณภาพ ศัตรูพืชสตรอเบอร์รี่ ได้แก่ เพลี้ยอ่อน, ไรแดง, หนอนกระทู้ เป็นต้น เลือกใช้

สารสกัดจากธรรมชาติในการป้องกันโรคที่เกิดกับสตรอเบอร์รี่ ได้แก่ โรคแอนแทรคโนส, โรคใบจุด, โรค รากเน่าโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัส ที่มีพาหะมาจากเพลี้ยไฟ หรือเพลี้ยอ่อน กรณีที่ต้นสตรอเบอร์รี่แตกกอ ออกมาเพิ่มให้ตัดกอออกให้เหลือแค่ 3-5 กอต่อต้นพออุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของ สตรอเบอร์รี่ คือ ช่วงกลางวัน 25 องศา C และช่วงกลางคืน 18 องศา C

**การเก็บเกี่ยว** ผลผลิตเก็บเกี่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนเมษายน จนหมด ฤดูกาลที่ให้ผลผลิต ควรเก็บผลผลิตในตอนเช้า อากาศยังไม่ร้อน เลือกผลที่มีสีแดงเพียงบางส่วนใช้มีด เด็ดขั้วหรือใช้กรรไกรในการตัด ตัดขั้วแล้ววางผลเบา ๆ ลงในตะกร้าหรือภาชนะบรรจุ ที่มีทรงเตี้ย เพื่อสามารถมองเห็นผลได้ง่าย ไม่ควรใส่ผล สตรอเบอร์รี่เยอะจนเกินไป เพราะจะทำให้ลูกช้ำ เมื่อ รวบรวมได้ปริมาณตามที่ต้องการ จึงนำมาคัดเลือกผล แยกตามขนาดของสตรอเบอร์รี่ มีขนาด 6 ขนาด จัมโบ้ ใหญ่ กลาง เล็ก จิว และลูกที่มีตำหนิหรือลูกที่ตกเกรด ราคาขึ้นอยู่กับขนาดของสตรอเบอร์รี่

**การแปรรูป** ถ้าเป็นเกษตรกรผู้ผลิตจะจำหน่ายผลสดเพื่อการบริโภคและเพื่อส่งกลุ่ม วิชาหกิจชุมชนเพื่อการแปรรูปผลิตจากสตรอเบอร์รี่ อาทิเช่น สตรอเบอร์รี่อบแห้ง น้ำสตรอเบอร์รี่ แยม สตรอเบอร์รี่ เป็นต้น ในรูปแบบวิชาหกิจชุมชนรวมกลุ่มกันเพื่อมาแปรรูปสตรอเบอร์รี่

**การออกแบบผลิตภัณฑ์** จะมีในส่วนของเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันเป็นวิชาหกิจชุมชน จะออกแบบผลิตภัณฑ์เองเพื่อการจำหน่ายโดยเฉพาะ แต่ในส่วนของเกษตรกรผู้ผลิต จะผลิตเพื่อ จำหน่ายผลสดเพียงอย่างเดียว ไม่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ใส่ตะกร้าบรรจุ พร้อมส่งขายวันต่อวัน

**การบรรจุภัณฑ์หีบห่อ** ผลสดของสตรอเบอร์รี่จะบรรจุลงในตะกร้าสี่เหลี่ยม ตะกร้า 8 กิโลกรัม จะแยกตามขนาดของสตรอเบอร์รี่สด จำนวน 5 ขนาด จัมโบ้ ใหญ่ กลาง เล็ก จิว ซึ่งราคา จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับขนาดของสตรอเบอร์รี่สดและความต้องการของตลาดในแต่ละวัน

**การรับรองมาตรฐานการผลิต** เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน การผลิต เป็นแบบเกษตรปลอดภัย เนื่องจากเกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจปลูกเพื่อจำหน่ายเพียง อย่างเดียว บางรายทำการเกษตรปลูกสตรอเบอร์รี่ในพื้นที่บนภูเขาสูงห่างไกล จึงไม่ได้ให้ความสนใจใน การรับรองมาตรฐานการผลิต แต่กลุ่มแปรรูปสตรอเบอร์รี่ได้รับมาตรฐานการรับรองจากสำนัก คณะกรรมการอาหารและยา ออย. เป็นมาตรฐานด้านการผลิตอาหาร

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสตรอเบอร์รี่ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบ เมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้

## การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการผลิต

**S = Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของสตรอเบอร์รี่**

1. มีพื้นที่ในการเพาะปลูกสตรอเบอร์รี่มากที่สุดในประเทศไทยและมีคุณภาพ รสชาติดี
2. เกษตรกรมีความรู้ด้านการผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ช่วยให้ผลิตสตรอเบอร์รี่มีคุณภาพ

**W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของสตรอเบอร์รี่**

1. เป็นผลไม้ที่สามารถปลูกได้ฤดูกาลเดียว คือ ฤดูหนาวเพียงปีละครั้ง จึงทำให้เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่ไม่มีผลผลิตที่จะนำมาขายได้ตลอดทั้งปี และผลผลิตที่นำมาแปรรูปมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด
2. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอร์รี่สดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ใส่สตรอเบอร์รี่ ยังเป็นรูปแบบเดิม ซึ่งจะบรรจุลงในตะกร้าผลไม้เพื่อนำมาส่งขายทันที ทำให้ไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค อีกทั้งยังไม่มีตราสินค้าที่น่าเชื่อถือ
3. มีความเสี่ยงในการขาดทุนสูงมาก เนื่องจากเป็นผลไม้สดที่มีอายุการเก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน
4. เกษตรกรใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ทำให้ผลผลิตสตรอเบอร์รี่มียาที่มาจากการใช้สารเคมีฉีดพ่น และไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
5. จากกระบวนการผลิตที่มีการใช้สารเคมี ทำให้เกิดปัญหาดินเสื่อมโทรมและผลผลิตไม่มีคุณภาพ

**O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของสตรอเบอร์รี่**

1. เพิ่มโอกาสในการประกอบธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น จากการแปรรูปผลผลิตจากสตรอเบอร์รี่สดให้เป็นสตรอเบอร์รี่แปรรูป น้ำสตรอเบอร์รี่ แยมสตรอเบอร์รี่ เป็นต้น
2. มีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องของคอยช่วยเหลือสนับสนุนให้ความรู้เรื่องการผลิตสตรอเบอร์รี่ให้ได้คุณภาพและได้รับรองมาตรฐาน

**T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของสตรอเบอร์รี่**

1. สตรอเบอร์รี่มีอายุการเก็บรักษาสั้น หลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตอาจช้า ทำให้เน่าเสียง่าย ช่วงเวลาการวางขายสั้น ทำให้ขนส่งสินค้าลำบาก เสี่ยงต่อการขาดทุนหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต
2. สตรอเบอร์รี่มีการใช้สารเคมีในการผลิตจำนวนมากจึงจะได้ผลผลิตที่ดีและมีคุณภาพตามต้องการ

**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า

1. มีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องคอยช่วยเหลือสนับสนุนให้ความรู้ด้านการผลิตการเพาะปลูกสตรอเบอร์รี่ในพื้นที่ของอำเภอสะเมิงให้มีคุณภาพ รสชาติดี เพื่อเพิ่มโอกาสในการประกอบธุรกิจให้มีการแปรรูปผลผลิตจากสตรอเบอร์รี่ที่หลากหลาย

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมเกษตรกรลดการใช้สารเคมีในการผลิตและให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่ถูกวิธีเพื่อการเก็บรักษาสตรอเบอร์รี่ให้นานมากขึ้น

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. ภาครัฐและหน่วยงานต่างๆให้ความสนใจในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตจากสตรอเบอร์รี่ให้มีความหลากหลายได้คุณภาพและได้รับรองมาตรฐาน

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอร์รี่ การแปรรูปผลผลิตจากสตรอเบอร์รี่ให้มีความหลากหลายเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่

**สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว**

**ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่างๆที่ให้ความสนใจให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่ถูกวิธีเพื่อการเก็บรักษาสตรอเบอร์รี่ให้นานมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปสตรอเบอร์รี่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น

**ด้านการตลาด** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดประกอบด้วย ดังนี้

**การกำหนดกลุ่มลูกค้า** เกษตรกรมีกลุ่มลูกค้าที่มาจากการขายตรงจากหน้าสวน สตรอเบอร์รี่ ส่วนใหญ่ที่มารับซื้อจะเป็นพ่อค้าในท้องถิ่นและพ่อค้าคนกลางในต่างจังหวัด ที่มารับซื้อแล้วนำไปจำหน่ายต่อ

**การตั้งราคา** ในการขายสตรอเบอร์รี่แต่ละครั้ง พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้กำหนดราคาของสตรอเบอร์รี่ ซึ่งช่วงที่สตรอเบอร์รี่มีราคาสูง คือ เดือนธันวาคม ถึง เดือนมกราคม เพราะเป็นช่วงที่สตรอเบอร์รี่ได้ผลผลิตไม่มากนัก เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยพอใจในราคาที่ได้รับ เพราะพ่อค้าคนกลางเป็นคนกำหนดราคาแต่เพียงผู้เดียว ทำให้เกษตรกรไม่ได้รับราคาที่เป็นธรรม

**การกำหนดช่องทางการจำหน่าย** เกษตรกรผู้ปลูกส่วนใหญ่ เลือขายให้กับพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นและในต่างจังหวัด โดยการขายจากสวน จะมีพ่อค้าคนกลางมารับผลผลิตถึงสวน สตรอเบอร์รี่ ส่วนการสนับสนุนจากภาครัฐคือการจัดกิจกรรมให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมาพบปะกันโดยตรง เช่น งานสตรอเบอร์รี่จะจัดขึ้นทุกเดือนกุมภาพันธ์ของทุก ๆ ปี

**การส่งเสริมการขาย** เกษตรกรส่วนใหญ่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เป็นการขายแบบปากต่อปาก เนื่องจากมีพ่อค้าคนกลางมารับผลผลิตถึงหน้าสวนอยู่แล้ว มีภาครัฐมาสนับสนุนในด้าน การประชาสัมพันธ์ในส่วนของการจัดงานประจำปี งานสตรอเบอร์รี่

**การสร้างตราสินค้า** เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีตราสินค้า ส่วนมากจะเป็นชื่อของพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อผลผลิต ติดอยู่กับตะกร้าสตรอเบอร์รี่ ขนาดบรรจุ 8 กิโลกรัม

**การขนส่ง** มีการขนส่งโดยพาหนะส่วนตัว จัดส่งเองตามออเดอร์ที่ลูกค้าสั่ง ส่วนมากจะขายให้พ่อค้าคนกลางโดยตรง เนื่องจากพ่อค้าคนกลางมีพาหนะมารับผลผลิตเอง ทำให้เกษตรกรไม่ต้องกังวลในเรื่องการขนส่งผลผลิตสตรอเบอร์รี่เพื่อนำออกมาจำหน่าย

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสตรอเบอร์รี่ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบ เมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้

### การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการตลาด

**S = Strengths** คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของสตรอเบอร์รี่

1. ผลผลิตสตรอเบอร์รี่ขายได้ราคาค่อนข้างสูง

**W = Weaknesses** คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของสตรอเบอร์รี่

1. เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่มีหน้าที่ปลูกสตรอเบอร์รี่เพื่อขายส่งพ่อค้าคนกลางเพียงอย่างเดียว ทำให้ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ทำให้ต้องขายผลผลิตในราคาต่ำ

**O = Opportunities** คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของสตรอเบอร์รี่

1. มีช่องทางการตลาดมากขึ้นเพราะ สตรอเบอร์รี่เป็นผลไม้ที่มีรสชาติดี เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มวัย
2. สำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิงต้องการส่งเสริมสนับสนุนและโปรโมทการท่องเที่ยวของอำเภอสะเมิงให้มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วประเทศ
3. หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะมีการจัดงานทุก ๆ ปี เช่น งานสตรอเบอร์รี่ของดีอำเภอสะเมิง ทำให้เกษตรกรมีโอกาสพบปะกับผู้บริโภคโดยตรงสามารถติดต่อซื้อขายสินค้ากันได้สะดวกและเป็นการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

**T = Threats** คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของสตรอเบอร์รี่

1. พื้นที่เพาะปลูกอยู่ห่างไกล ขนส่งลำบาก จึงจำเป็นต้องขนส่งโดยพ่อค้าคนกลาง

**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า

1. มีสำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิงต้องการส่งเสริมสนับสนุนโปรโมทการท่องเที่ยวของอำเภอสะเมิงเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นและสามารถขายผลผลิตสตรอเบอร์รี่ได้ในราคาสูง

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรพื้นที่ห่างไกลให้มีการรวมกลุ่มการขนส่ง

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. มีสำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิงและหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องส่งเสริมสนับสนุนโปรโมทการท่องเที่ยวให้เกษตรกรผู้ผลิตพบปะผู้บริโภคโดยตรงทำให้เกษตรกรขายผลผลิตได้ในราคาสูงและเป็นธรรมต่อผู้บริโภคเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้ผลิตมากขึ้น

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มในการขนส่งสตรอเบอร์รี่เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองสินค้าขายผลผลิตได้ในราคาที่สูง

### **สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความสนใจให้เกษตรกรในเรื่องการลดใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต การแปรรูป การขนส่ง วิธีการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้อง เพื่อให้เกษตรกรมีศักยภาพในการตลาด

**ด้านการเงิน/การลงทุน** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการเงิน/การลงทุน เกษตรกรต้องการลดต้นทุนการผลิตต้องการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ค่าปุ๋ย ค่ายาในการผลิต เนื่องจากเกษตรกรใช้สารเคมีในการผลิตจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนในการผลิตแต่ละครั้งสูงขึ้น จึงต้องการความรู้และวิธีการในการลดการใช้สารเคมีในการผลิต มาปรับเปลี่ยนเป็นสารที่ทำจากธรรมชาติหรือที่สามารถผลิตเองได้ มีต้นทุนในการผลิตที่ไม่สูงมาก เพื่อที่จะลงทุนแต่ละครั้งใช้เงินลงทุนไม่มาก โดยการหาแหล่งเงินทุน เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่ส่วนใหญ่ กู้ยืมเงินจาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธ.ก.ส. และสหกรณ์การเกษตร รองลงมา เงินกู้ยืมนอกระบบ และทุนของตัวเองเพื่อใช้มาลงทุนการผลิต

### **3.ข้าว**

จากการสถานการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการพัฒนาของกลุ่มข้าว มีดังนี้

**ด้านการบริหารจัดการ** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวส่วนใหญ่จะผลิตข้าวเองในแต่ละครัวเรือนของตัวเอง ผลิตเพื่อการบริโภคภายในครัวเรือน

เหลือจากการบริโภคก็นำออกมาจำหน่าย ข้าวท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ภายในตัว คือเป็นข้าวพื้นเมืองและข้าวเหนียวพันธุ์ที่มีคุณภาพ เมล็ดสวย เหนียวนุ่ม มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว แต่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวยังขาดการบริหารจัดการที่ดี เนื่องจากการผลิตข้าวในแต่ละปีมีจำนวนผลผลิตข้าวไม่พอเพียงต่อการจำหน่าย สาเหตุปัญหามาจาก ความต้องการขยายการผลิตข้าวอินทรีย์ เพิ่มเครือข่ายผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ทำให้ไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิตร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมบริหารจัดการ ต่างคนต่างผลิตข้าวของตัวเอง ผลิตเอง จำหน่ายเอง ไม่มีการจัดการทางด้านการตลาด จึงทำให้ผลิตภัณธ์ข้าวที่ได้ ไม่คงที่ เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ไม่สามารถจัดการเงินทุนให้สอดคล้องกับการผลิตและการตลาดได้ รูปแบบผลิตภัณธ์ยังไม่มี ใช้บรรจุภัณธ์แบบเดิม นิยมขายกันเป็นลิตรหรือเป็นกิโลกรัมบรรจุในถุงกระสอบข้าว บรรจุภัณธ์ยังไม่ทันสมัยไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้

**การกำหนดรูปแบบของกลุ่ม** การเพาะปลูกจะปลูกข้าวอินทรีย์ของใครของมันนำมารวมกลุ่มเพื่อการแปรรูปข้าวอินทรีย์แล้วนำมาจำหน่ายร่วมกัน รวมถึงร่วมการจัดการความรู้ร่วมกัน การรวมกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนข้าวซ้อมมือसानฝัน ประเภทวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชนและเครือข่าย ตั้งอยู่เลขที่18 หมู่ที่ 3 ต.แม่สาบ อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 รหัสทะเบียน: 6-50-08-03/1-0015 เบอร์โทรศัพท์ 096-6973915

**การจัดโครงสร้างองค์** องค์กรของกลุ่ม มีสมาชิกกลุ่มจำนวน 7 ราย

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	บทบาทหน้าที่
1. นาง บุญนำ ยามาโมไต	ประธาน	ด้านบริหารจัดการ
2. นางสาวจิราพรรณ จุฬาลักษณ์นาค	รองประธาน	ด้านตลาด
3. นางสาวดวงสมร จุฬาลักษณ์นาค	เลขานุการ	ติดต่อประสานงาน
4. นายเคนจิ ยามาโมไต	เหรัญญิก	ด้านการเงิน/ลงทุน
5. นางสาววิมุตติ วงศ์มณีมา	กรรมการ	ด้านการผลิต
6. นางสาววิไลพร รักชาติดอย	กรรมการ	การแปรรูป
7. นางสาวนันทินี สีใส	กรรมการ	การจัดจำหน่าย

**ระเบียบข้อบังคับวิสาหกิจชุมชนข้าวซ้อมมือसानฝัน**

**ชื่อกลุ่ม:** วิสาหกิจชุมชนข้าวซ้อมมือसानฝัน

**วัตถุประสงค์**

1. ใช้ข้าวพันธุ์ของท้องถิ่นเป็นหลัก
2. ผลิตข้าวอินทรีย์ที่มีคุณภาพ
3. สร้างความรักความสามัคคีของคนในชุมชน เป็นรายได้พิเศษจนเจือจรรอบครัว
4. สร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน



**สมาชิกภาพ :** ผู้ได้รับเลือกเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มตามข้อบังคับที่ได้ลงลายมือชื่อไว้คุณสมบัติและลักษณะของสมาชิกกลุ่มทรายมูลพัฒนา ดังนี้

1. เป็นบุคคลธรรมดา มีสัญชาติไทยและบรรลุนิติภาวะ
  2. ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่
  3. ชยัน อดทน มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่
- สิทธิสมาชิกมีดังนี้
1. เข้าร่วมประชุมใหญ่ เพื่อเสนอความคิดเห็นได้
  2. เข้าชื่อเรียกประชุมใหญ่ เสนอหรือได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการของกลุ่ม หรือตรวจสอบกิจการของกลุ่ม

**หน้าที่ของสมาชิกมีดังนี้**

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติ และคำสั่งของกลุ่ม
2. เข้าร่วมการประชุมทุกครั้ง ที่ กลุ่มทรายมูลพัฒนาได้นัดหมาย
3. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มเข้มแข็ง
4. สอดส่อง ดูแล กิจการของกลุ่ม
5. ร่วมมือกับคณะกรรมการดำเนินการพัฒนาให้เจริญรุ่งเรือง และมั่นคง

**การดำเนินงาน**

1. ผลิตรายงานข่าวอินทรีต้องมาจากสมาชิกกลุ่มเท่านั้น
2. ข่าวจะต้องปลอดสารเคมีตั้งแต่กระบวนการผลิตถึงมือผู้บริโภค
3. พิจารณาการดำเนินงานการจัดการให้มีเครื่องมือที่ทันสมัย ครบวงจร

**การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มเพื่อกำหนดความต้องการพัฒนา**

ความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้รู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ข่าว มีดังนี้

## การวิเคราะห์ SWOT Analysis (ข้าว)

### S = Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของเรา

1. มีสายพันธุ์ข้าวที่หลากหลาย เช่น ข้าวพันธุ์พื้นเมือง
2. สภาพพื้นที่ปลูกข้าวไม่มีการใช้สารเคมีในพื้นที่เป้าหมายของกลุ่มเป้าหมาย
3. การทำนาข้าวยังมีฮีตฮอยประเพณีของข้าววัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีวิถีชีวิตการดำรงชีวิตพึ่งพิงกับธรรมชาติ เช่น ประเพณีการลงแขกดำนา การเอามือ การเกี่ยวข้าว การทำขวัญข้าว เป็นต้น
4. มีปราชญ์ชาวบ้านที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการทำนาข้าว
5. เกษตรกรมีวิธีการปลูกข้าวอินทรีย์

### W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของเรา

1. พื้นที่รอบข้าวยังใช้สารเคมีในการปลูกข้าว
2. เกษตรกรมีการรวมกลุ่มในการขายข้าว แต่กลุ่มยังไม่มีคามเข้มแข็ง
3. เกษตรกรผู้ปลูกข้าวขาดการบันทึก และการทำบัญชีค่าใช้จ่าย
4. มีราคาที่ไม่แน่นอน ขาดแผนทางการตลาดและเครือข่ายที่ชัดเจน

### O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้

1. มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมเรื่องข้าวอยู่ในพื้นที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้เรื่องการผลิตข้าว การตลาด การเงิน การลงทุน การบริหารจัดการ เช่น ศูนย์วิจัยข้าวไร่อำเภอสะเมิง, สถานีเกษตรหลวงปางดะ เป็นต้น
2. มีนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีความรู้ ความสามารถพร้อมจะถ่ายทอดความรู้ และช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว/กระบวนการผลิต ตลอดจนถึงช่องทางการจำหน่าย

### T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ

1. สภาพอากาศแปรปรวน เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม โรคและแมลงระบาด
2. ราคาข้าวผันผวนจากนโยบายของรัฐบาล
3. เกษตรกรปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่ทำให้เกิดการสะสมของสารเคมีส่งผลต่อการปลูกข้าวอินทรีย์

การกำหนดวิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าหมายของกลุ่ม วิสัยทัศน์ของกลุ่มเป็นกลุ่มข้าวอินทรีย์ที่มีคุณภาพ ธรรมชาติ สุขภาพดี พันธกิจของกลุ่มมีข้าวอินทรีย์ที่มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของ

ตลาด สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ เป้าหมายของกลุ่มเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ มีรายได้ มีความเข้มแข็งภายในกลุ่ม

**ด้านการผลิต** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิต เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์มีพื้นที่การผลิตน้อยลง สาเหตุมาจากเกษตรกรปลูกพืชที่มีบริษัทมาลงทุนให้ เช่น ยาสูบ กระเทียม เป็นต้น มีการผลิตแบบดั้งเดิม ต้นทุนการผลิตมากขึ้น ค่าเครื่องมือทำการเกษตร รวมถึงค่าจ้างในการผลิต บางราย แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการ เอามือกัน ทำให้ผลผลิตที่ได้ เพียงพอต่อการบริโภคในครัวเรือน เท่านั้น ต้นทุนตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก ดูแลรักษา เก็บเกี่ยว มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตที่สูง ดังนั้นเกษตรกรผู้ปลูกข้าวต้องการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตทุกระบวนการผลิต ต้องการให้การค้าขายที่เป็นธรรม ต้องการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตคือบรรจุภัณฑ์หีบห่อและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อที่สามารถสร้างการตลาดนำการผลิต ไม่ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งเกษตรกรต้องการมีอำนาจในการต่อรองราคามากขึ้น เพื่อจะได้มีการผลิตข้าวในแต่ละปีให้มากขึ้น ไม่ใช่แค่บริโภคภายในครัวเรือนได้อย่างเดียว แต่ต้องการขายผลผลิตข้าวของอำเภอสะเมิงออกสู่ตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มากขึ้น สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมีกำไรที่มากขึ้น เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและการผลิตข้าวในครั้งต่อไป โดยด้านการผลิตประกอบด้วย ดังนี้

**การเพาะปลูก** เกษตรกรผู้ปลูกข้าวแบบข้าวนาสวน นิยมทำนาดำเป็นวิธีการเพาะปลูกในรูปแบบดั้งเดิมที่ทำมาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีวิธีการทำนาที่มีการนำเมล็ดข้าวสายพันธุ์ที่ถูกเลือกแล้ว คือข้าวพันธุ์หรือภาษาทางเหนือ เรียกว่า (ข้าวเข็) ที่เก็บไว้ปีที่แล้ว นำมาหว่านลงแปลงที่เตรียมไว้ เรียกว่า (แปลงกล้า) ใ้ห่อกเป็นต้นกล้า แล้วถอนต้นกล้าไปปลูกลงในกระถางที่เตรียมไว้ ส่วนการปลูกข้าวแบบข้าวไร่ จะทำในรูปแบบดั้งเดิมเช่นกัน คือการหยอดข้าวลงหลุม (ข้าวหยอด) ไม่จำเป็นต้องใช้น้ำขังในนา แบบนาสวน ปลูกแบบง่าย ๆ รอเพียงฝนตกลงมาตามธรรมชาติเพื่อให้ข้าวรดตัวโดยธรรมชาติ ออกรวงเป็นเมล็ดข้าว ปลูกแบบธรรมชาติ ไม่มีขั้นตอนในการผลิตที่ซับซ้อน โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ **1. การเตรียมดิน** การเตรียมดินแบบข้าวนาสวน เกษตรกรผู้ปลูกข้าวจะคำนึงถึงสภาพแวดล้อม น้ำ ภูมิอากาศ ลักษณะพื้นที่และมีแบบวิธีการทำนาที่นิยมทำกันในอำเภอสะเมิง โดยทั่วไป คือการไถแปร เป็นการไถครั้งที่สองโดยไถขวางแนวไถตะ เพื่อย่อยดินและคลุกเคล้าฟางวัชพืช ฯลฯ ลงไปในดิน (การไถตะ คือ การไถพลิกหน้าดินครั้งแรกเพื่อกำจัดวัชพืช และตากดินให้แห้ง) การใช้คราด จะทำการกำจัดวัชพืชและทำให้ดินแตกตัวเพื่อที่จะพร้อมปักดำนาได้ การใช้เครื่องมือการเตรียมดิน จะแตกต่างกันออกไป เช่น รถไถนา คราด เป็นต้น สำหรับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในอำเภอสะเมิง ทำนาแบบนาดอน(น่าน้ำฝน) และนาที่สูงสำหรับข้าวไร่ การเตรียมดินแบบข้าวไร่ เกษตรกรจะมีพื้นที่บนเนินเขาหรือพื้นที่ชลประทานเข้าไม่ถึง ในไร่ ในสวนของตนเอง เริ่มจากการไถพรวนดิน 2-3 ครั้ง จะมีวัสดุอุปกรณ์ เส้นเอ็นสำหรับชิงวัดระยะความกว้างของหลุม ท่อนไม้ไผ่เหลา

ปลายแหลม ขนาดพอเหมาะ ใช้ในการ ขุดดินให้เป็นหลุมเพื่อหยอดข้าวเปลือกที่เตรียมเมล็ดพันธุ์ไว้

**2. การเตรียมเมล็ดพันธุ์** การเตรียมเมล็ดพันธุ์แบบข้าวนาสวน ต้องเป็นเมล็ดพันธุ์ที่บริสุทธิ์ ปราศจากสิ่งเจือปน มีเปอร์เซ็นต์ความงอกสูง ปราศจากการทำลายของโรคและแมลง คือข้าวพันธุ์หรือภาษาทางเหนือ เรียกว่า (ข้าวเชื้อ) ที่เก็บไว้ปีที่แล้วการแช่และหุ้มเมล็ดพันธุ์ นำเมล็ดข้าวที่คัดเลือกมาแล้วเตรียมไว้บรรจุในภาชนะ เช่น ตะกร้าไม้ไผ่สาน กระจอบป่านนำไปแช่ในน้ำสะอาด นาน 1 วัน จากนั้นนำเมล็ดพันธุ์ขึ้นมาวางบนพื้นดินที่น้ำไม่ขัง มีการถ่ายเทอากาศดี นำกระจอบป่านชุบน้ำจนชุ่มมาหุ้มเมล็ดพันธุ์โดยรอบ รดน้ำทุกเช้าและเย็น เพื่อรักษาความชุ่มชื้น หุ้มเมล็ดพันธุ์ไว้นานประมาณ 2 วัน เมล็ดข้าวจะงอกมียอดและรากเล็กน้อยโดยรากจะยาวกว่ายอดพร้อมที่จะนำไปหว่านได้ การเตรียมเมล็ดพันธุ์แบบข้าวไร่ ใช้เมล็ดพันธุ์ที่คัดเลือกไว้แล้ว เป็นข้าวเปลือก เตรียมลงหยอดในหลุมที่ขุดดินไว้ได้เลย

**3. การหว่านกล้า/การปลูก** การหว่านกล้าแบบข้าวนาสวน เกษตรกรจะปล่อยน้ำแปลงกล้าให้แห้ง ทำให้เรียบสม่ำเสมอ นำเมล็ดพันธุ์ที่เพาะงอกดีแล้วมาหว่านให้กระจายสม่ำเสมอตลอดแปลง หลังจากหว่านเมล็ดพันธุ์ไปแล้ว 1 วันจะปล่อยน้ำจากน้ำเข้าท่วมแปลง จะปล่อยให้แห้งเล็กน้อยทุกวัน ประมาณ 4 วัน เมื่อกกล้าสูงขึ้นจะค่อยเพิ่มระดับขึ้นเรื่อย ๆ ตามความสูงของต้นกล้าจนน้ำท่วมผิวดินตลอดให้แห้งเล็กน้อยตามความสูงของต้นกล้าจนกว่าจะถอนกล้าไปปักดำ การหว่านกล้าแบบข้าวไร่ เตรียมเมล็ดพันธุ์ที่เตรียมไว้ ทำการชิงเส้นเอ็นจากต้นแปลงพื้นที่ที่จะปลูกข้าวถึงสุดปลายแปลงโดยมีระยะห่างระหว่างแถวประมาณ 50 ซม. ใช้ไม้ไผ่ที่เตรียมไว้เป็นอุปกรณ์ในการขุดหลุม ระยะห่างระหว่างหลุมเท่ากับ 50 ซม.แล้วหยอดเมล็ดข้าวเปลือกใส่หลุม 3-5 เมล็ดต่อหลุม

**4. การปักดำ** การปักดำแบบข้าวนาสวน การปักดำ จะปักดำกันเป็นแนวจับ 3-5 ต้น ปักดำตึกลง ใช้น้ำในนา น้อย มีแรงงานเกษตรกรในการดำนา โดยการช่วยการดำนา ลงแขกดำนาเป็นธรรมเนียมในอำเภอสะเมิง คือการเอามือ การควบคุมระดับน้ำในนาข้าว เพื่อคลุมผิวดินปกป้องวัชพืชและประครองต้นข้าวไว้ไม่ให้ล้ม จากนั้นจะควบคุมระดับน้ำในนาข้าว ช่วงนี้จะดูแลเป็นพิเศษ เพราะถ้าระดับน้ำมา จะทำให้ข้าวแตกกออ่อน จะทำให้ได้ผลผลิตต่ำ ดังนั้น จึงต้องดูแลควบคุมระดับน้ำเป็นพิเศษ เกษตรกรจะมีวิธีดู ในการควบคุมน้ำ โดยใช้ ฝ่ามือในการวัดปริมาณน้ำอยู่ในระดับความลึกประมาณ 1 ฝ่ามือ

**การดูแลรักษา** การดูแลรักษาแบบข้าวนาสวน เกษตรกรจะหมั่นออกไปตรวจดูต้นข้าวที่ปลูกในแปลงที่ปลูกข้าวสม่ำเสมอ ควบคุมระดับน้ำให้เหมาะสมกับต้นข้าวที่กำลังเจริญเติบโต การดูแลรักษาแบบข้าวไร่ เมื่อข้าวเป็นกล้าและเจริญเติบโต จนกว่าข้าวจะเริ่มตั้งท้อง ใส่ปุ๋ยอินทรีย์ที่ร่วมกันทำจากกลุ่มผู้ปลูกข้าว สำหรับน้ำ ฟังพาน้ำฝนจากธรรมชาติ

**การเก็บเกี่ยว** การเก็บเกี่ยวแบบข้าวนาสวน เมื่อดอกข้าวบานมีการผสมเกสรแล้ว ระยะเวลา 3 สัปดาห์แบ่งในเมล็ดข้าวก็จะแข็งตัว เป็นรูปร่างของเมล็ดข้าว เหมาะที่จะเก็บเกี่ยวได้แล้ว วิธีการเก็บเกี่ยว เกษตรกรจะใช้ เคียวเกี่ยวข้าว ข้าวที่ถูกเกี่ยวจะถูกนำมากองรวมกัน เพื่อนำไปตีข้าว โดยใช้ ไม้หนีบในการฟาดข้าว การเก็บเกี่ยวแบบข้าวไร่ ช่วงเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม

ใช้เคียวเกี่ยวข้าว นำมารวมกันเป็นกอง ๆ เพื่อนำไปตีข้าวหรือทางเหนือเรียกว่า “ฟาดข้าว” ใช้ไม้หนีบในการฟาดข้าว

**การแปรรูป** เกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีการแปรรูปข้าวเพียงวิธีเดียวคือ การสีข้าวในโรงสีข้าวชุมชน เพื่อนำมาบริโภคภายในครัวเรือนและจำหน่าย มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว ออกมาในรูปแบบใหม่ ๆ ยังคงใช้วิธีการในการแปรรูปข้าวแบบเดิม โดยการนำข้าวเปลือกไปสีข้าวที่โรงสีข้าวชุมชน ใส่กระสอบ แล้วนำมาบริโภคภายในครัวเรือน ถ้าเหลือจากการบริโภคก็จะนำออกมาขาย มีการติดฉลาก สรรพคุณ เป็นลักษณะการผลิตแล้วจำหน่าย

**การออกแบบผลิตภัณฑ์** มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ แต่เกษตรกรยังต้องการให้พัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าวในชุมชนออกสู่ตลาดภายนอกได้ เพราะจะได้สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน มีเงินใช้จ่ายในครอบครัวมากขึ้น และอยากให้ผู้บริโภคให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของอำเภอสะเมิงมากขึ้น ไม่ใช่เพียงแต่เห็นว่า เป็นข้าว แต่ก็ยังมีอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายในตัว คือ การคัดเลือกสายพันธุ์ท้องถิ่นที่เก็บพันธุ์ไว้ในปีต่อปี เป็นเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ได้มาจากความใส่ใจ มีกลิ่นหอมรสชาติอร่อยเฉพาะตัว

**การบรรจุภัณฑ์หีบห่อ** ยังคงเป็นถุงพลาสติกใสสำหรับใส่บรรจุข้าว 1 ลิตร และกระสอบข้าวสำหรับบรรจุข้าวในจำนวน 20 กิโลกรัมต่อกระสอบ ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ข้าวในชุมชนของอำเภอสะเมิง

**การรับรองมาตรฐานการผลิต** ยังไม่มีการรับรองมาตรฐานการผลิตใด ๆ เพราะเกษตรกรยังไม่เห็นประโยชน์จากการรับรองมาตรฐานทางการผลิตที่จะนำไปสู่ การผลิตที่ได้มาตรฐาน การตลาดที่มากขึ้น อีกทั้งยังได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคมากขึ้น

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของข้าวให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้

### การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการผลิต

**S = Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของข้าว**

1. มีสายพันธุ์ข้าวที่หลากหลาย เช่น ข้าวพันธุ์พื้นเมือง
2. สภาพพื้นที่ปลูกข้าวไม่มีการใช้สารเคมีในพื้นที่เป้าหมายของกลุ่มเป้าหมาย
3. การทำนาข้าวยังมีสืตฮอยประเพณีของชาวล้านนาวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีวิถีชีวิตการดำรงชีวิตพึ่งพิงกับธรรมชาติ เช่น ประเพณีการลงแขกดำนา การเอามื้อ การเกี่ยวข้าว การทำขวัญข้าว เป็นต้น

4. มีปราชญ์ชาวบ้านที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการทำนาข้าว
5. เกษตรกรมีวิธีการปลูกข้าวอินทรีย์

**W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของข้าว**

1. พื้นที่รอบข้าวยังใช้สารเคมีในการปลูกข้าว

**O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของข้าว**

1. มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมเรื่องข้าวอยู่ในพื้นที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้เรื่องการผลิตข้าว การตลาด การเงิน การลงทุน การบริหารจัดการ เช่น ศูนย์วิจัยข้าวไร่อำเภอสะเมิง, สถานีเกษตรหลวงปางดะ เป็นต้น
2. มีนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีความรู้ ความสามารถพร้อมจะถ่ายทอดความรู้ และช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว/ กระบวนการผลิต ตลอดจนจนถึงช่องทางการจำหน่าย

**T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของข้าว**

1. สภาพอากาศแปรปรวน เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม โรคและแมลงระบาด
2. เกษตรกรปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่ทำให้เกิดการสะสมของสารเคมีส่งผลต่อการปลูกข้าวอินทรีย์

**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า

1. มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและให้ความรู้เรื่องข้าวเพิ่มเติมจากปราชญ์ชาวบ้าน กระบวนการผลิตที่ไม่ใช่สารเคมีจากความรู้ความสามารถของเกษตรกรที่มีอยู่เดิมช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวให้มีคุณภาพและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมเกษตรกรลดการปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่เพื่อลดการใช้สารเคมีในพื้นที่การปลูกข้าวอินทรีย์

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. ควรมีการถ่ายทอดความรู้จากหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนเรื่องข้าวให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปลูกข้าวอินทรีย์กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวบริเวณพื้นที่ปลูกข้าวอินทรีย์ลดการปลูกพืชเชิงเดี่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตรวมถึงแนะนำให้ความรู้แก่เกษตรกรให้รู้เท่าทัน สามารถแก้ไขปัญหาผลกระทบที่เกิดจากสภาพอากาศ

### **สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ที่ให้ความสนใจมีการถ่ายทอดความรู้เรื่องการปลูกข้าวอินทรีย์ส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ลดการปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่การปลูกข้าวอินทรีย์อีกทั้งร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกระบวนการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว

**ด้านการตลาด** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาด ส่วนใหญ่เกษตรกรเก็บไว้บริโภคเองภายในครัวเรือน รองลงมาเหลือจากการบริโภคภายในครัวเรือนนำออกมาจำหน่าย ขายให้กับพ่อค้าในตลาดเทศบาลอำเภอสะเมิง และมีบางส่วนจะนำข้าวไปสีที่โรงสีข้าวและมีพ่อค้ามารับซื้อภายในชุมชน ปัญหาและความต้องการระดับกลุ่มคือ การรวมกลุ่มผลิตข้าวภายในชุมชนเพื่อที่เกษตรกรจะได้มีอำนาจในการต่อรองราคากับคนกลางได้ ต้องการเพิ่มผลผลิตข้าว เพิ่มราคาข้าวให้มีราคาที่สูงขึ้น โดยด้านการตลาด ประกอบด้วยดังนี้

**การกำหนดกลุ่มลูกค้า** กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ คือ พ่อค้าที่มารับซื้อข้าวในโรงสีข้าวชุมชนและพ่อค้าในตลาดสดเทศบาลอำเภอสะเมิง แต่ต้องการเพิ่มฐานลูกค้าให้กว้างขวางขึ้น

**การตั้งราคา** มีราคากลางของกลุ่มข้าวอินทรีย์เป็นราคาตามท้องตลาด

**การกำหนดช่องทางการจำหน่าย** ช่องทางการจัดจำหน่ายของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ยังมีน้อย

**การส่งเสริมการขาย** ไม่มีการส่งเสริมการขาย เนื่องจากเกษตรกรขาดความรู้ในด้านนี้ ยังไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมขายเพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาด

**การสร้างตราสินค้า** มีตราสินค้า เป็นลักษณะการบรรจุข้าวแล้วขายทันทีไม่เก็บรักษาไว้

**การขนส่ง** ขนส่งโดยตัวเองภายในชุมชน ตลาดสี่เหลี่ยม ร้านขายของฝากของอำเภอ สะเมิง

**ด้านการเงิน/การลงทุน** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการพัฒนาการเงิน/การลงทุน เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ส่วนใหญ่ แหล่งเงินทุนมาจาก การระดมทุนของกลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ได้มาจากกำไรส่วนหนึ่งนำมาลงทุน ทางรัฐบาลสนับสนุนจากโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของข้าวให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้

### การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการตลาด

**S = Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของข้าว**

1. ความต้องการของตลาดข้าวในปัจจุบันที่มีเพิ่มสูงมากขึ้น

**W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของข้าว**

1. มีราคาที่ไม่แน่นอน ขาดแผนทางการตลาดและเครือข่ายที่ชัดเจน

**O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของข้าว**

1. มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมเรื่องข้าวอยู่ในพื้นที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้เรื่องการผลิตข้าว การตลาด การเงิน การลงทุน การบริหารจัดการ เช่น ศูนย์วิจัยข้าวไร่อำเภอสะเมิง, สถานีเกษตรหลวงปางดะ เป็นต้น

**T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของข้าว**

1. ราคาข้าวผันผวนจากนโยบายของรัฐบาล

**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สี่เหลี่ยมในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า



1. มีสำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิงและหน่วยงานต้องการส่งเสริมสนับสนุนพร้อมถ่ายทอดความรู้เรื่องการผลิตข้าวอินทรีย์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการข้าวอินทรีย์ที่เพิ่มขึ้น

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรควรมีความรู้ด้านตลาดในเรื่องราคาข้าวที่ผันผวนเพื่อเตรียมรับมือกับปัญหาราคาข้าวผันผวนให้มีผลกระทบต่อกลุ่มน้อยที่สุด

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. มีการส่งเสริมให้ความรู้เรื่องแผนการตลาด การตั้งราคาข้าวที่เป็นธรรม การผลิตข้าวและช่องทางการจัดจำหน่ายรวมถึงการสร้างเครือข่ายข้าวที่ชัดเจน

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. มีสำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิงและหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องส่งเสริมแนะนำความรู้ความเข้าใจเรื่องราคา แผนการตลาดและการสร้างเครือข่ายข้าวที่ชัดเจน

#### **สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ส่งเสริมสนับสนุนถ่ายทอดความรู้เรื่องการผลิตข้าวอินทรีย์ด้านการผลิต ด้านการตลาด เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว

#### **4. สมุนไพร**

จากการสถานการณ์ปัจจุบัน ความต้องการการพัฒนาของกลุ่มหมู่บ้าน มีดังนี้

**ด้านการบริหารจัดการ** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านบริหารและการจัดการ เกษตรผู้ปลูกสมุนไพรปลูกแบบปล่อยตามธรรมชาติ มีผลผลิตก็จำหน่าย เนื่องจากเกษตรกรมีตลาดรองรับในการจำหน่ายสมุนไพรในกลุ่มผู้รักสุขภาพ แต่ต้องการแปรรูปสมุนไพรที่ถูกต้อง อีกทั้งเกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และกระเทียมมีการรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อจัดการ

ความร่วมมือกันแต่กลุ่มยังไม่เข้มแข็ง ผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนและจากการบริโภคจึงนำออกมาจำหน่าย

**การกำหนดรูปแบบของกลุ่ม** แปรรูปสมุนไพรจากธรรมชาติเป็นผู้ประกอบรายเดียว ยังไม่มีการรวมกลุ่ม ส่วนกระเทียมมีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเกษตรทำสวนบ้านทรายมูลแต่กลุ่มไม่มีความเข้มแข็ง การรวมกลุ่ม เป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรทำสวนทรายมูล มีสมาชิกเครือข่าย 20 ราย ปัจจุบันมีเกษตรกรที่ทำแบบจริงจัง จำนวน 7 ราย ทางกลุ่มกำลังดำเนินการปรับเปลี่ยนสมาชิกกลุ่ม ประเภทวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชนและเครือข่าย ตั้งอยู่เลขที่ 113 หมู่ที่ 5 ต.สะเมิงใต้ อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน รหัสทะเบียน : 6-50-08-01/1-0009 พ.ศ. 2548 เบอร์โทรศัพท์ 089-2644708

#### การจัดโครงสร้างองค์กรของกลุ่ม องค์กรของกลุ่มมีสมาชิกจำนวน 7 ราย

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	บทบาทหน้าที่
1. นายประสิทธิ์ อินตา	ประธาน	ด้านบริหารจัดการ
2. นายสุวรรณ จันทรมณีโชติ	รองประธาน	ด้านตลาด
3. นางจันทร์หอม เกติมา	เลขานุการ	ติดต่อประสานงาน
4. นายสุรินทร์ ซอหนองบัว	เหรัญญิก	ด้านการเงิน/ลงทุน
5. นายเจริญ จันทรมณีโชติ	กรรมการ	ด้านการผลิต
6. นายนันท์วัฒน์ ไชยเลิศ	กรรมการ	การแปรรูป
7. นางบุญศรี จินาโส	กรรมการ	การจัดจำหน่าย

#### ระเบียบข้อบังคับวิสาหกิจชุมชนเกษตรทำสวนบ้านทรายมูล

**ชื่อกลุ่ม:** วิสาหกิจชุมชนเกษตรทำสวนบ้านทรายมูล

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีงานทำมีรายได้มากขึ้น
2. กระจายรายได้สู่คนในชุมชนและสมาชิกกลุ่ม
3. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตของคนในชุมชนที่รับซื้อมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
4. สร้างความรักความสามัคคีของคนในชุมชน เป็นรายได้พิเศษจนเจือครอบครัว
5. สร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน

**สมาชิกภาพ :** ผู้ได้รับเลือกเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มตามข้อบังคับที่ได้ลงลายมือชื่อไว้คุณสมบัติและลักษณะของสมาชิกกลุ่มทรายมูลพัฒนา ดังนี้

1. เป็นบุคคลธรรมดา มีสัญชาติไทยและบรรลุนิติภาวะ
2. ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่
3. ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

### สิทธิสมาชิกมีดังนี้

1. เข้าร่วมประชุมใหญ่ เพื่อเสนอความคิดเห็นได้
2. เข้าชื่อเรียกประชุมใหญ่ เสนอหรือได้รับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการของกลุ่ม หรือตรวจสอบกิจการของกลุ่ม

### หน้าที่ของสมาชิกมีดังนี้

1. ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติ และคำสั่งของกลุ่ม
2. เข้าร่วมการประชุมทุกครั้ง ที่ กลุ่มทราียมูลพัฒนาได้นัดหมาย
3. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มเข้มแข็ง
4. สอดส่อง ดูแล กิจการของกลุ่ม
5. ร่วมมือกับคณะกรรมการดำเนินการพัฒนากลุ่มให้เจริญรุ่งเรือง และมั่นคง

### การดำเนินงาน

1. ดำเนินการในเรื่องรับสมาชิก
2. พิจารณาดำเนินการเรื่องการส่งเสริมสมาชิกร่วมการซื้อของในการแปรรูปของกลุ่ม
3. พิจารณาดำเนินการเรื่องการส่งเสริมให้สมาชิกร่วมกันขายผลิตภัณฑ์
4. พิจารณาการดำเนินงานการจัดการให้มีเครื่องมือที่ทันสมัย ครบวงจร
5. พิจารณาดำเนินการส่งเสริมและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มเพื่อกำหนดความต้องการพัฒนา

ความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้รู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท ซึ่งการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีดังนี้

### การวิเคราะห์ SWOT Analysis (สมุนไพร)

**S = Strengths** คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของเรา

1. เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรมีองค์ความรู้ในการเพาะปลูกและรู้จักใช้ประโยชน์จากสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มี
2. ต้นทุนในการผลิตและค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ

3. สมุนไพรไม่มีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตจึงปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. มีพืชสมุนไพรท้องถิ่นที่หลากหลายและมีสรรพคุณทางยา อีกทั้งพืชสมุนไพรบางชนิดยังเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น กระเทียม เป็นต้น

**W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของเรา**

1. ไม่มีตลาดรองรับในการจำหน่ายสมุนไพร
2. เกษตรกรที่ปลูกสมุนไพรเพื่อจำหน่ายยังมีน้อย ส่วนมากปลูกเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน
3. ขาดประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร
4. เกษตรกรไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายสมุนไพร

**O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้**

1. จากกระแสใส่ใจสุขภาพทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจเรื่องสมุนไพรที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น
2. ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพการเติบโตด้านตลาดในอนาคต
3. มีหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีความรู้ความสามารถที่พร้อมจะถ่ายทอดและช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของอำเภอสะเมิงให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติและเป็นที่ต้องการของตลาดในอนาคต
4. สภาพอากาศและพื้นที่ในอำเภอสะเมิงเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชสมุนไพร เนื่องจากดินมีความอุดมสมบูรณ์ อากาศเหมาะแก่การปลูกพืช เพราะมีแหล่งน้ำตลอดทั้งปี

**T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ**

1. เกษตรกรมีปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากปลูกแล้วไม่มีที่นำไปขาย
2. เนื่องจากปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรจำนวนมากทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่าย
3. ผู้บริโภคมีความกังวลในคุณภาพและมาตรฐานการผลิต

**การกำหนดวิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าหมายของกลุ่ม** วิสัยทัศน์ของกลุ่มสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน พันธกิจของกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่สมาชิกบ้านทรายมูล เป้าหมายของกลุ่มสมาชิกกลุ่มมีงาน มีรายได้ คืบหน้าไปสู่สังคม

**ด้านการผลิต** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิต เกษตรกรปลูกพืชสมุนไพรไว้ในครัวเรือน ปลูกตามธรรมชาติ การปลูกพืชสมุนไพรมีความจำเป็นมาก เพราะสมุนไพรในอดีตเป็นการเก็บจากธรรมชาติ แต่ไม่มีการปลูกเพื่อทดแทนจึงทำให้จำนวนสมุนไพรมีจำนวนน้อยลง แต่ในขณะที่พืชสมุนไพรในปัจจุบัน ได้รับความนิยม และเป็นที่ต้องการของตลาดจำนวนมากเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสมุนไพร คือ เป็นแหล่งขยายพันธุ์ และเป็นแหล่งวัตถุดิบเพื่อใช้เป็นยาและบริโภคอาหารได้ การผลิต เพาะปลูกจึงเป็นสิ่งสำคัญ ควรมีการเพาะปลูกที่มีคุณภาพมาตรฐาน ควรมีวิธีการที่ดีในการเพาะปลูก เพื่อเพิ่มคุณภาพในการผลิตสมุนไพรจากกระเทียมและมีปริมาณมากพอต่อความต้องการของตลาดมากขึ้น โดยด้านการผลิตประกอบด้วย ดังนี้

**การเพาะปลูก** ปลูกไร่รอบบ้าน ปล่อยให้ขึ้นเองตามธรรมชาติ ที่นำมาแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมุนไพร เช่น มะกรูด รากจืด และกระเทียม เป็นต้น พืชสมุนไพรที่มีความโดดเด่นของอำเภอสะเมิง คือ กระเทียม ที่ถูกจัดพืชสมุนไพร การเตรียมดินเพาะปลูกกระเทียม ปลูกเดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนมกราคม แต่สามารถเริ่มทำการปลูกได้ตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงสิ้นเดือนมีนาคม เลือกดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ ร่วนซุย ปราศจากวัชพืช นำเอาเกลือกระเทียมไปเพาะให้มีรากงอกออกมาก่อน จากนั้นก็นำไปปักลงในดินลึกประมาณ 2 นิ้ว แล้วกลบอาจจะใช้ฟางคลุมเพื่อป้องกันวัชพืช และรักษาความชื้นให้หน้าดิน รดน้ำเมื่อดินแห้ง

**การดูแลรักษา** การดูแลกระเทียมให้น้ำและให้ปุ๋ย หลังจากปลูกลงในแปลงแล้วควรทำการรดน้ำอย่างสม่ำเสมอ อย่าให้ดินขาดความชื้นได้และเมื่อหัวเริ่มแก่ควรงดการให้น้ำ การดูแลและกำจัดวัชพืชนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญเพราะหากไม่กำจัด วัชพืชก็จะแย่งปุ๋ยและน้ำ ในการกำจัดวัชพืชนั้นควรทำตอนที่เริ่มลงหัวหรือตอนเตรียมแปลง เพราะหากทำหลังจากนั้นก็จะถูกแย่งปุ๋ยและน้ำได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อหัวกระเทียม

**การเก็บเกี่ยว** กระเทียม ที่จะดูว่าควรเก็บเกี่ยวในช่วงเวลา ถ้าหากอากาศร้อนก็ให้รีบเก็บ ถ้าอากาศเย็นก็ไม่ต้องรีบ และการสังเกตว่าหัวกระเทียมจะพร้อมสำหรับการเก็บเกี่ยวหรือยังก็ให้ดูจากส่วนล่างสุดของต้นว่ากลายเป็นสีน้ำตาลแล้วหรือยัง ถ้าเป็นสีน้ำตาลแล้วก็พร้อมสำหรับการเก็บเกี่ยว แม้ว่าด้านบนจะเป็นสีเขียวอยู่ก็ตาม ก่อนที่จะเก็บเกี่ยว ไม่ควรรดน้ำ ปล่อยให้ดินแห้งขุดออกให้หลวม ๆ แล้วค่อย ๆ ดึงเอาหัวกระเทียมออกมาจากดิน

**การแปรรูป** เกษตรกรมีการแปรรูปพืชสมุนไพรจากธรรมชาติ นำมาแปรรูป สร้างผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติภายในท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูป แชมพู สบู่ ผลิตภัณฑ์ซักผ้า และล้างจาน นำมาแปรรูปใช้ภูมิปัญญาภายในท้องถิ่น ผลิตเอง ทดลองเอง และจัดจำหน่ายเอง ส่วนกระเทียมยังไม่มีมีการแปรรูปนิยมขายเป็นแบบกระเทียมสด

**การออกแบบผลิตภัณฑ์** มีการออกแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำหน่ายตามชื่อสมุนไพรที่นำมาจำหน่ายแชมพู แต่กระเทียมยังไม่มีมีการออกแบบผลิตภัณฑ์

**การบรรจุภัณฑ์ที่บ่อ** ยังคงใช้ถุงพลาสติกใส บรรจุแล้วพร้อมจำหน่าย ในกระเทียม ส่วนพืชสมุนไพรจากธรรมชาติที่นำมาแปรรูป เป็นแชมพู สบู่ มีบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

**การรับรองมาตรฐานการผลิต** กระเทียมยังไม่มี การรับรองมาตรฐานการผลิต เนื่องจากมีการผลิตพืชสมุนไพร ส่วนผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากธรรมชาติ เช่น แชมพู สบู่ มีมาตรฐานการรับรอง ได้รับจดแจ้งจากสาธารณสุขจังหวัด อย.

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสมุนไพรให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้

### การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการผลิต

**S = Strengths** คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของสมุนไพร

1. เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรมีองค์ความรู้ในการเพาะปลูกและรู้จักใช้ประโยชน์จากสมุนไพรจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มี
2. สมุนไพรไม่มีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตจึงปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**W = Weaknesses** คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของสมุนไพร

1. ขาดประสบการณ์ในการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร

**O = Opportunities** คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของสมุนไพร

1. มีหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีความรู้ความสามารถที่พร้อมจะถ่ายทอดและช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของอำเภอสะเมิงให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติและเป็นที่ต้องการของตลาดในอนาคต
2. สภาพอากาศและพื้นที่ในอำเภอสะเมิงเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชสมุนไพร เนื่องจากดินมีความอุดมสมบูรณ์ อากาศเหมาะแก่การปลูกพืช เพราะมีแหล่งน้ำตลอดทั้งปี

**T = Threats** คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของสมุนไพร

1. ผู้บริโภคมีความกังวลในคุณภาพและมาตรฐานการผลิต

**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า

1. มีหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีความรู้ความสามารถพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการเพาะปลูกและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของอำเภอสะเมิง

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. ส่งเสริมเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรเห็นประโยชน์จากสมุนไพรภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีให้ได้คุณภาพและได้รับมาตรฐานการผลิต

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. ควรมีหน่วยงานส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกตามสภาพอากาศพื้นที่และ การทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านองค์ความรู้ในการผลิต การแปรรูป และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน

### **สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ควรมีหน่วยงานส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับองค์ความรู้ในการผลิต การแปรรูป และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน

**ด้านการตลาด** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาด การปลูกพืชสมุนไพรในท้องถิ่นของเกษตรกรจะต้องใช้ระยะเวลา สภาพภูมิอากาศในการเพาะปลูกเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยด้านการตลาดประกอบด้วย ดังนี้

**การกำหนดกลุ่มลูกค้า** มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ เป็นลูกค้าทั่วไป

**การตั้งราคา** ราคาและปริมาณขึ้นอยู่กับผลผลิตขึ้นอยู่กับฤดูกาล

**การกำหนดช่องทางการจำหน่าย** ซึ่งช่องทางในการจำหน่ายยังมีไม่หลากหลาย

**การส่งเสริมการขาย** ไม่มีการส่งเสริมการขาย เป็นการขายแบบปากต่อปากและชาวบ้านที่มาซื้อเพื่อนำไปบริโภคและใช้เป็นยาในครัวเรือน

**การสร้างตราสินค้า** กระเทียมยังไม่มีตราสินค้า เป็นลักษณะบรรจุพร้อมขายทันที ส่วนพืชสมุนไพรที่นำมาแปรรูป เป็นแชมพู สบู่ มีตราสินค้า

**การขนส่ง** จำหน่ายผลผลิตมีการขนส่งโดยพาหนะส่วนตัวของตัวเอง และมีมาซื้อถึงที่บ้าน และบริษัทขนส่ง เคอรี่ เอ็กเพลส เป็นต้น

หลังจากวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของสมุนไพรให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะต้องนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางวิเคราะห์ที่เรียกว่า TOWS Matrix มีดังนี้

#### การวิเคราะห์ TOWS Matrix ด้านการตลาด

**S = Strengths คือ จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของสมุนไพร**

1. มีพืชสมุนไพรท้องถิ่นที่หลากหลายและมีสรรพคุณทางยา อีกทั้งพืชสมุนไพรบางชนิดยังเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น กระเทียม มะรุม และรางจืด เป็นต้น

**W = Weaknesses คือ จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบของสมุนไพร**

1. ไม่มีตลาดรองรับในการจำหน่ายสมุนไพร
2. เกษตรกรที่ปลูกสมุนไพรเพื่อจำหน่ายยังมีน้อย ส่วนมากปลูกเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน

**O = Opportunities คือ โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้ของสมุนไพร**

1. จากกระแสใส่ใจสุขภาพทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจเรื่องสมุนไพรที่มาจากธรรมชาติมากขึ้น
2. ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพการเติบโตด้านตลาดในอนาคต

**T = Threats คือ อุปสรรคต่าง ๆ ของสมุนไพร**

1. เกษตรกรมีปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากปลูกแล้วไม่มีที่จะนำไปขาย
2. เนื่องจากปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรจำนวนมากทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่าย



**กลยุทธ์ (S+O)** กลยุทธ์ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับโอกาส พบว่า

1. ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเริ่มมีการขยายตัวส่งเสริมให้เกษตรกรพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องถิ่นให้ตรงตามความต้องการของตลาด

**กลยุทธ์ (S+T)** กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดแข็งกับอุปสรรค พบว่า

1. สร้างพืชสมุนไพรในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของอำเภอสะเมิง

**กลยุทธ์ (W+O)** กลยุทธ์เร่งพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับโอกาส พบว่า

1. ควรมีหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีความสามารถพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้สร้างตลาดรองรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

**กลยุทธ์ (W+T)** กลยุทธ์แก้วิกฤติในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการวิเคราะห์จุดอ่อนกับอุปสรรค พบว่า

1. เสริมสร้างโอกาสให้เกษตรกรมีพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

**สรุปแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่**

1. ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในท้องถิ่นให้ตรงตามความต้องการของตลาดพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

**ด้านการเงิน/การลงทุน** ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพด้านการเงิน/การลงทุน โดยการพัฒนาแหล่งเงินทุนนั้นมาจากทุนของเกษตรกรเอง เนื่องการปลูกพืชสมุนไพรใช้ต้นทุนในการผลิตค่อนข้างต่ำ จึงใช้เงินลงทุนในการผลิตไม่มาก

## 2. การวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง

ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) ในการจัดทำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงที่สอดคล้องกับความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอรี่ ข้าวและสมุนไพร เริ่มตั้งแต่การศึกษาความต้องการพัฒนาในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงครอบคลุม 5 ด้าน คือ ความต้องการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน โดยการสร้างความเข้าใจกับเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดทำแผนการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจากการสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม โดยร่วมกันวางแผนวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ประเด็นกิจกรรมการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมของแต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์และเปิดโอกาสให้เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จากกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่ช่วยกันร่วมกันคิด ร่วมกันทำ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่ม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม มีการตัดสินใจร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 กลุ่มอย่างจริงจัง รวมถึงการเรียนรู้ร่วมกันและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดการวางแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นอำเภอสะเมิงให้ไปสู่การปฏิบัติ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ กิจกรรมอบรมและสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อพัฒนา และแผนงานความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง จำนวน 4 แผนงานจากการลงพื้นที่การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เป็นการถามตอบระหว่างผู้สัมภาษณ์กับกลุ่มเกษตรกร โดยมีผู้สัมภาษณ์เป็นศูนย์กลางของการสื่อสารภายในกลุ่ม การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในลักษณะของการตรวจสอบเส้าเชิงวิธีการ เรื่อง การพัฒนา

เพื่อการวางแผนพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ มีดังต่อไปนี้

แผนความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง วิธีการจัดทำแผนพัฒนา วิเคราะห์ปัญหากับความต้องการ ดังนั้นการวางแผนจึงจำเป็นต้องมีการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของปัญหาเพื่อจะทราบว่า จะดำเนินการแก้ไขปัญหาไหนก่อน-หลัง ในการวางแผนพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมต่อไป เมื่อได้ดำเนินการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนา จากการวิเคราะห์ความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) ในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาเพื่อการวางแผนพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 21 เดือนตุลาคม พ.ศ.2560 ถึง 20 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### วัตถุประสงค์

1.1 มุ่งศึกษาปัญหาและความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สู่การพัฒนา โดยการวางแผนอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สตรอเบอร์รี่ กล้วย้าหวาน ข้าว และสมุนไพร

1.2 เพื่อต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

### การเข้าพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 3 ครั้ง คือ

**ครั้งที่ 1** วันที่ 21 เดือน ตุลาคม พ.ศ.2560 ระหว่างเวลา 9.30-16.00 น. กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ข้าวและสมุนไพร ตำบลสะเมิงใต้ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

**ครั้งที่ 2** วันที่ 7 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2560 ระหว่างเวลา 9.30-16.00 น. กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์กล้วย้าหวาน ตำบลแม่สาบ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

**ครั้งที่ 3** วันที่ 23 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 ระหว่างเวลา 9.30-16.00 น. กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ ตำบลบ่อแก้ว อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### การวางแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

- 2.1 การพิจารณาปัญหา ความต้องการ ร่วมกันวิเคราะห์และศึกษาแนวทางในการแก้ไข ปัญหา เพื่อจำแนกปัญหา
- 2.2 การสัมภาษณ์กลุ่ม/ตามกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เพื่อหาประเด็นของปัญหาตามความ ต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 ด้าน
- 2.3 จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลร่วมกันและคัดเลือกข้อมูล
- 2.4 เตรียมแผนปฏิบัติเพื่อพัฒนา

### ขั้นตอนการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดหัวข้อคำถาม วัตถุประสงค์
2. ประชากรเป้าหมายและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. แนวคำถามเกี่ยวกับ มโนทัศน์ คำถาม
4. การจัดการสัมภาษณ์กลุ่ม/ผู้ดำเนินการ มีดังต่อไปนี้

#### หัวข้อคำถาม

##### หัวข้อคำถาม

1. ความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่อยากพัฒนา
2. ความต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน
3. หาแนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะ

**ประชากรเป้าหมาย และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง** เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และ สมุนไพร การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพมีลักษณะยืดหยุ่นตามข้อมูลที่ได้เพิ่มเติมจาก ภาคสนาม ทำให้บางครั้งจำเป็นต้องเพิ่มกลุ่มสัมภาษณ์ตามตัวแปรที่เพิ่งค้นพบด้วย คือการวางแผนแต่ เดิมมีเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร แต่จากการปฏิบัติในภาคสนามพบว่า มีปราชญ์ชุมชนที่เป็นภูมิปัญญาด้านท้องถิ่นในด้านหญ้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร มีบทบาทที่สำคัญ สามารถเป็นผู้เชื่อมโยงประสานระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้ด้านการปลูกหญ้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร ช่วยถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับหญ้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร ในท้องถิ่นให้กับเกษตรกรผู้ผลิตได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็น

ความสำคัญของปราชญ์ชุมชนที่มีองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาความรู้ที่มีมาปรับใช้ใน กระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกับผลิตภัณฑ์ของตัวเอง

### แนวคำถามเกี่ยวกับ มโนทัศน์ คำถามและรายงานเพื่อการซักถามต่อ

**แนวคำถามการสัมภาษณ์กลุ่ม** เกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มอาชีพและ ผลิตภัณฑ์สู่การพัฒนา โดยการวางแผนอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สตรอเบอรี่ กล้วยหวาน ข้าว และสมุนไพร และความต้องการเพิ่มศักยภาพในการ ประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สี่เขี้ยวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และ ด้านการเงิน/การลงทุน เพื่อให้แผนไปพัฒนาตามความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

#### คำถามที่ใช้เป็นประเด็นในการสัมภาษณ์กลุ่ม

1. ความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่อยากพัฒนามีอะไรบ้าง
2. ความต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ สี่เขี้ยวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้าน การบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ต้องการพัฒนาด้านไหน มากที่สุดเพื่อตรงตามความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์
3. หาแนวทางแก้ไขและข้อเสนอแนะ

### การจัดการสัมภาษณ์กลุ่ม

#### การเริ่มต้นการสัมภาษณ์กลุ่ม

สร้างสัมพันธภาพ โดยเริ่มต้นจากเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์กล้วยหวาน สตรอเบอรี่ ข้าว และสมุนไพร ทอยเข้ามาในพื้นที่แปลงข้าวและสมุนไพร พบปะเกษตรกรตามเวลา นัดหมาย เนื่องจากการสัมภาษณ์กลุ่มของผู้วิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจึงจัด การสัมภาษณ์กลุ่มในพื้นที่ปฏิบัติการจริง เพื่อเข้าถึงเกษตรกรและได้ข้อมูลการวางแผนอย่างมีส่วนร่วมตามความเป็นจริง คณะผู้วิจัยต้อนรับพูดคุยอย่างเป็นกันเอง ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์กลุ่ม อธิบาย รายละเอียดการสัมภาษณ์กลุ่มและแนะนำให้ความรู้ เรื่องการวางแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยนางสาวสิริณัฐ เพื่องชูชาติ และนายอนินชา ปาระมีสัก แนะนำให้ความรู้ เรื่องการวางแผน ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งนำมาจากแนวคิดการมีส่วนร่วม มาปรับเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ใช้เวลาไม่ นาน สะดวกต่อความเข้าใจของเกษตรกรที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที สรุปได้ว่า การที่ประชาชนได้กล่าว เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง โดยเริ่มตั้งแต่ การรับรู้ถึงสภาพปัญหา การร่วมคิด ร่วมกัน วางแผน เสนอแนวทางการแก้ปัญหา ร่วมปฏิบัติการแก้ปัญหาของชุมชนร่วมรับผลประโยชน์และร่วม

ติดตามประเมินผล ซึ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจและองค์ประกอบทางสังคมอื่น ๆ ส่วนประโยชน์ของการมีส่วนร่วมเป็นการเสริมสร้างความผูกพัน ความสามัคคี ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของโครงการและให้ความร่วมมือมากขึ้น การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานของเครือข่าย หมายถึง การที่สมาชิกของเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ร่วมปฏิบัติการ ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมติดตามประเมินผล อธิบายวัตถุประสงค์ กระบวนการ ตามกำหนดการที่แจกให้แก่กลุ่มเกษตรกร ปรึกษาหารือเพื่อร่วมกันปฏิบัติ และจัดบันทึกเพื่อรวบรวมข้อมูลระหว่างการประชุมสัมภาษณ์กลุ่ม

#### การดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่ม

เริ่มการสัมภาษณ์กลุ่ม จำแนกประเภทข้อมูลความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ครอบคลุม 5 ด้าน คือ ความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน เพื่อแสดงความต้องการในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในการจัดกระบวนการบริหารการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ คือ ด้านการเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน เพื่อให้ได้คำถามและข้อมูลที่ชัดเจนในการตอบ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมถึงการรวบรวมข้อมูลให้ได้มาเพื่อนำมาสรุปผลตามต้องการ ปัญหาต่าง ๆ ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้ 1.การจดรายละเอียดการประชุม จากหัวข้อคำถามในการสัมภาษณ์กลุ่ม จัดพิมพ์ในรูปแบบเอกสาร 2. จัดระบบความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน/การลงทุน 3. พิมพ์รายละเอียดจากการสัมภาษณ์กลุ่มแบบมีส่วนร่วมในการร่วมคิดร่วมทำ ร่วมจัดการความรู้ด้วยกันเพื่อการพัฒนาตามความต้องการนำข้อมูลที่ได้มาออกมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม 4. นำความต้องการเพื่อพัฒนามาเรียบเรียงและเขียนเป็นการวางแผนให้ครอบคลุมและมีข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ดังนี้

#### ประเด็นสำหรับการซักถามและตอบในการสัมภาษณ์กลุ่ม

##### จากการสัมภาษณ์กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน ดังต่อไปนี้

ประธานกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานบ้านอมลอง เล็งเห็นความสำคัญในเรื่องการตลาด การแปรรูปผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์เป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการปลูกหญ้าหวานแบบอินทรีย์เพราะมีจุดเด่นในด้านผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานในการรับรอง Organic Thailand เป้าหมายเพื่อการวางแผนของกลุ่มอาชีพในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ใน

อนาคตต้องการขยายการผลิตหญ้าหวานอินทรีย์ให้กว้างขวางมากขึ้นในชุมชนเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการตลาดของคนรักสุขภาพมากขึ้น และต้องการเพิ่มมูลค่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยส่วนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานบ้านอมลอง สภาพปัญหาด้านอาชีพในปัจจุบัน ต้องการเพิ่มศักยภาพในเรื่องการตลาด มีปัญหาในเรื่องผลิตหญ้าหวานอินทรีย์มาแล้วไม่มีตลาดรองรับที่เพียงพอ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมาส่งเสริมในด้านการผลิต การตลาด จำนวนมาก แต่ก็ยังช่วยสนับสนุนได้ไม่ตลอดทำให้มีปัญหาสินค้าหญ้าหวานจำนวนมากที่ไม่ได้ขาย ผลิตมาแล้วไม่ได้ขาย ทำให้ไม่มีทุนในการปลูกหญ้าหวานในครั้งต่อไป รวมไปถึงต้องการร่วมกันวางแผน การรวมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน ต้องการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดขายผลิตภัณฑ์หญ้าหวานที่แน่นอน ขายผลิตภัณฑ์หญ้าหวานได้อย่างต่อเนื่อง และต้องการราคาขายหญ้าหวานที่เป็นธรรม การรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างตลาด ตั้งแต่ กระบวนการผลิต แปรรูป และถึงการจัดจำหน่าย มีความต้องการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นที่สนใจของลูกค้า และที่สำคัญต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงเพิ่มช่องทางทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

#### **จากการสัมภาษณ์กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ ดังต่อไปนี้**

ต้องการเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต การบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และที่สำคัญที่สุด ต้องการให้ทุกมิติในสังคมสนับสนุนในเรื่องเกษตรปลอดภัย การปรับเปลี่ยนจากการใช้สารเคมีในการเพาะปลูกสตรอเบอร์รี่ ให้เป็นเกษตรอินทรีย์ให้ได้มากที่สุด และต้องการเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต ร่วมกันวางแผนเพาะปลูกที่ถูกต้องเพื่อให้ได้สตรอเบอร์รี่ที่มีคุณภาพ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอร์รี่ และต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอร์รี่ รวมไปถึงระยะการปรับเปลี่ยนจากสตรอเบอร์รี่เคมีไปเป็น สตรอเบอร์รี่แบบปลอดภัย และถ้าสามารถทำได้ก็จะทำเป็นสตรอเบอร์รี่อินทรีย์ในอนาคต ปัญหาและความต้องการหลักๆเลยต้องการความรู้ทักษะที่ดีจากการอบรมเพื่อให้มีความรู้มาจัดการกับสตรอเบอร์รี่ที่ถูกต้อง ต้องการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่และการออกแบบผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ที่ทันสมัย จำหน่ายได้ในราคาที่สูง

อีกทั้งต้องการเพิ่มศักยภาพในด้านการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ รวมถึงช่องทางทางการจัดจำหน่าย เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่อินทรีย์ ต้องการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาด มีผลผลิตสตรอเบอร์รี่สด แต่ไม่มีตลาดในการจำหน่าย การขนส่งลำบากเนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกมีระยะทางไกล ทำให้ต้องมีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

#### **จากการสัมภาษณ์กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ข้าว ดังต่อไปนี้**

ต้องการเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดในผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ และด้านการผลิตในเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าว เป็นปราชญ์ชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการปลูกข้าวอินทรีย์กระบวนการปลูกทุกขั้นตอนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป้าหมายเพื่อการวางแผนต้องการ





ต่ำ ความต้องการในการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรที่ต้องการช่องทางการจัดจำหน่าย มีที่จำหน่ายแน่นอน และจำหน่ายได้ในราคาที่เป็นธรรม อยากรให้สร้างตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สามารถดึงดูดผู้บริโภคมาซื้อได้ในปริมาณที่มากขึ้น

### พิจารณาปัญหา/ความต้องการร่วมกัน

ประเด็นที่ได้จากการวิเคราะห์กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์กับปัญหาความต้องการ สามารถสรุปได้ ดังนี้ ว่าเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ต้องการร่วมกันวางแผนพัฒนาในด้านการผลิต และด้านการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการวางแผนเพื่อพัฒนาในด้านต่าง ๆ ควบคู่กันไป และที่ควรให้ความสำคัญควรมีการวางแผนเพื่อพัฒนาในด้านการผลิต คือ การแปรรูป การออกแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ที่ีบห่อ และด้านการตลาด คือ การตั้งราคา การกำหนดช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การสร้างตราสินค้า

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัญหาและความต้องการของแต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์
2. เพื่อวางแผนในการพัฒนาที่สามารถนำไปจัดทำแผนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม

**ระยะเวลาการดำเนินการ** วันที่ 21 เดือนตุลาคม 2560 ถึง 20 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561  
การให้คะแนนเพื่อเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในประเด็นแผนพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมแต่ละด้านที่มีความสัมพันธ์กับตัวเกณฑ์แต่ละตัวเพื่อจัดลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ตามคะแนนที่ได้ เพื่อนำไปจัดทำแผนพัฒนา ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สเกลการวัด ใช้ Interval Scale

### ตารางที่ 4 คะแนนลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์

ความต้องการฯ/4ด้าน	5	4	3	2	1	คะแนนรวม
1.ด้านการบริหารจัดการ						
2.ด้านการผลิต						
3.ด้านการตลาด						
4.ด้านการเงิน/การลงทุน						

หมายเหตุ: 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2= น้อย 1 = น้อยที่สุด

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 ราย มีคะแนนลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ สรุปผลตามระดับความต้องการ ดังนี้

**ตารางที่ 5** ลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์

ความต้องการฯ/4ด้าน	ลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์					คะแนนรวม
	5	4	3	2	1	
ด้านการบริหารจัดการ	3(15)	3(15)	9(45)	4(20)	1(15)	63
ด้านการผลิต	2(10)	11(55)	4(20)	3(15)	-	72
ด้านการตลาด	8(40)	12(60)	-	-	-	88
ด้านการเงิน/การลงทุน	1(5)	8(40)	5(25)	4(20)	2(10)	62

จากตารางที่ 5 ลำดับความสำคัญของความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 ราย พบว่า ในภาพรวมความต้องการพัฒนาด้านตลาดมีความต้องการมากที่สุด คะแนนรวม เท่ากับ 88.00 คิดเป็นร้อยละของจำนวนเกษตรกรทั้งหมด 20 ราย แสดงว่า กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความต้องการพัฒนาด้านตลาดมากที่สุด รองลงมา ความต้องการด้านการผลิต เท่ากับ 72.00 คิดเป็นร้อยละของจำนวนเกษตรกรทั้งหมด 20 ราย ความต้องการด้านการบริหารจัดการ 63.00 คิดเป็นร้อยละของจำนวนเกษตรกรทั้งหมด 20 ราย และความต้องการด้านการเงินการลงทุน 62.00 คิดเป็นร้อยละของจำนวนเกษตรกรทั้งหมด 20 ราย ตามลำดับ ดังนี้

**ความต้องการด้านการบริหารจัดการ** พบว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความต้องการในระดับปานกลาง จำนวนความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ของความต้องการเพื่อวางแผนพัฒนาในด้านการบริหารจัดการ

**ความต้องการด้านการผลิต** พบว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความต้องการในระดับมาก จำนวนความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 55 เปอร์เซ็นต์ของความต้องการเพื่อวางแผนพัฒนาในด้านการผลิต

**ความต้องการด้านการตลาด** พบว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความต้องการในระดับมาก จำนวนความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 60 เปอร์เซ็นต์ของความต้องการเพื่อวางแผนพัฒนาในด้านการตลาด

**ความต้องการด้านการเงิน/การลงทุน** พบว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความต้องการในระดับมาก จำนวนความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ คิดเป็น 40 เปอร์เซ็นต์ของความ ต้องการเพื่อวางแผนพัฒนาในด้านการเงิน/การลงทุน

### **การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกันเพื่อพัฒนา**

ในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกันเพื่อพัฒนานั้นจะประกอบด้วยด้านการบริหารจัดการด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ซึ่งมี 4 แผนงาน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร โดยมีรายละเอียดการวางแผน ดังนี้

## **1. กล้วยหวาน**

### **1.1 แผนด้านการบริหารจัดการกล้วยหวาน**

#### **ปัญหา/ความต้องการ**

ต้องการขยายกลุ่มสมาชิกให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในอนาคต

#### **แนวทางแก้ไข**

มีการบริหารจัดการกลุ่มที่เข้มแข็งมีศักยภาพในการขยายกลุ่มสมาชิกให้เพิ่มมากขึ้นโดยสร้างโอกาสให้แก่เกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมในการปลูกกล้วยหวานอินทรีย์

#### **ข้อเสนอแนะ**

ควรมีการสร้างเว็บไซต์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มอาชีพทั้ง 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

### **1.2 แผนด้านการผลิตกล้วยหวาน**

#### **ปัญหา/ความต้องการ**

ปัญหาและความต้องการในเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทันสมัย น่าสนใจมากขึ้น การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย เก็บง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

#### **แนวทางแก้ไข**

สร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่นำมาแปรรูป ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย น่าซื้อ การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย เก็บง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

#### **ข้อเสนอแนะ**

ควรมีแบบสตอรี่เกอร์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด คือ สตอรี่เกอร์กล้วยหวานอินทรีย์ โดยการเพิ่มเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและมีความทันสมัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

### 1.3 แผนด้านการตลาดหญ้าหวาน

#### ปัญหา/ความต้องการ

การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้มากขึ้น การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และเข้าถึงได้ง่าย

#### แนวทางแก้ไข

สร้างตราสินค้า คือ โลโก้ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ที่บ่งบอกกลิ่นอายของอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายในตัวของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะ

ควรมีตราสินค้าที่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดออกมาให้เป็นที่รู้จักเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่สนใจให้มากขึ้น

### 2. สตรอเบอร์รี่

#### 2.1 แผนด้านการบริหารจัดการสตรอเบอร์รี่

#### ปัญหา/ความต้องการ

1. ผลิตใครผลิตมันแล้วจำหน่ายเอง ปัญหาความต้องการด้านการตลาดมีตลาดที่ไม่แน่นอน
2. ไม่มีการบริการจัดการภายในกลุ่มทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้าในการจำหน่าย

#### แนวทางแก้ไข

1. มีการรวมกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เพื่อแปรรูปผลิตสตรอเบอร์รี่ และผู้ผลิตสตรอเบอร์รี่ต้องร่วมมือเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด โดยการนำเอาผลิตภัณฑ์ของตัวเองที่ผลิตได้นั้นส่งต่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ สร้างความเข้มแข็งและได้ราคาที่เป็นธรรม
2. การตั้งราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สินค้า ในราคาของผู้จำหน่ายและผู้บริโภคพึงพอใจ

#### ข้อเสนอแนะ

ควรมีการสร้างเว็บเพจในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มอาชีพทั้ง 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

#### 2.2. แผนด้านการผลิตสตรอเบอร์รี่

#### ปัญหา/ความต้องการ

ปัญหาและความต้องการในเรื่อง การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทันสมัย น่าสนใจมากขึ้น การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย ใช้ง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการผลิตสตรอเบอร์รี่แบบปลอดภัย

### แนวทางแก้ไข

สร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่นำมาแปรรูป ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย น่าซื้อ การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย ใช้ง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

### ข้อเสนอแนะ

ควรมีแบบสติกเกอร์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด คือ สติกเกอร์สตอรี่ โดยการเพิ่มเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและมีความทันสมัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

### 2.3. แผนด้านการตลาดสตอรี่

#### ปัญหา/ความต้องการ

การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้มากขึ้น การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และเข้าถึงได้ง่าย

### แนวทางแก้ไข

สร้างตราสินค้า คือ โลโก้ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ที่บ่งบอกกลิ่นอายของอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายในตัวของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

ควรมีตราสินค้าที่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดออกมาให้เป็นที่รู้จักเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่สนใจให้มากขึ้น

### 2.4. แผนด้านการเงิน/การลงทุนสตอรี่

#### ปัญหา/ความต้องการ

ต้องการเพิ่มศักยภาพการกู้ยืมเงินที่ให้ดอกเบี้ยต่ำและการจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายในการผลิตที่ถูกต้องเพื่อให้ทราบต้นทุนในการผลิต

### แนวทางแก้ไข

จัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาความต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการเงิน/การลงทุนเพื่อให้เกษตรกรสามารถนำมาปรับใช้เองในการประกอบอาชีพและผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

เกษตรกรควรศึกษาหรือหาข้อมูลแหล่งกู้ยืมเงินที่น่าเชื่อถือและควรทำบัญชีค่าใช้จ่ายรายรับ-รายจ่ายในแต่ละครั้งของการผลิตจะทำให้เกษตรกรรู้ค่าใช้จ่ายของตนเอง ช่วยลดปัญหาการกู้ยืมและมีกำไรในการขายผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มมากขึ้น

### 3. ข้าว

#### 3.1. แผนด้านการบริหารจัดการข้าว

##### ปัญหา/ความต้องการ

มีกลุ่มผู้ผลิตข้าวอินทรีย์แต่เป็นของใครของมัน เป็นการจัดกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน ต้องการขยายพื้นที่ในการผลิตข้าวอินทรีย์มากขึ้น

##### แนวทางแก้ไข

ต้องการโรงสีชุมชนเพิ่มขึ้นในแต่ละพื้นที่ของการปลูกข้าวอินทรีย์

##### ข้อเสนอแนะ

ควรมีการสร้างเว็บไซต์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มอาชีพทั้ง 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

#### 3.2. แผนด้านการผลิตข้าว

##### ปัญหา/ความต้องการ

ปัญหาและความต้องการในเรื่อง การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทันสมัย น่าสนใจมากขึ้น การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย เก็บง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

มีกลุ่มผู้ผลิตข้าวอินทรีย์แต่เป็นของใครของมัน เป็นการจัดกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน ต้องการขยายพื้นที่ในการผลิตข้าวมากขึ้น

##### แนวทางแก้ไข

สร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่นำมาแปรรูป ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย น่าซื้อ การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย เก็บง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

##### ข้อเสนอแนะ

ควรมีแบบสติกเกอร์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด คือ สติกเกอร์หู้ข้าวหวาน สติกเกอร์สตอเบอรี่ สติกเกอร์ข้าว และสติกเกอร์สมุนไพร โดยการเพิ่มเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและมีความทันสมัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

#### 3.3. แผนด้านการตลาดข้าว

##### ปัญหา/ความต้องการ

การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้มากขึ้น การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และเข้าถึงได้ง่าย

##### แนวทางแก้ไข

สร้างตราสินค้า คือ โลโก้ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ที่บ่งบอกกลิ่นอายของอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายในตัวของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะ

ควรมีตราสินค้าที่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดออกมาให้เป็นที่รู้จักเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่สนใจให้มากขึ้น

## 4. สมุนไพร

### 4.1 แผนด้านการบริหารจัดการสมุนไพร

#### ปัญหา/ความต้องการ

ผลิตใครผลิตมันแล้วจำหน่ายเอง ปัญหาความต้องการด้านการตลาดมีตลาดที่ไม่แน่นอน  
ไม่มีการบริหารจัดการภายในกลุ่มทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้าในการจำหน่าย

#### แนวทางแก้ไข

ต้องมีการรวมกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็ง โดยการนำเอาผลิตภัณฑ์ของตัวเองที่ผลิตได้นั้น นำมารวมกันจำหน่ายเพื่อสร้างจุดศูนย์กลางในการกระจายสินค้า เช่น การขายผ่านสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บเพจ เป็นต้น

การตั้งราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สินค้า ในราคาที่ยุ่จำหน่ายและผู้บริโภคพึงพอใจ

### ข้อเสนอแนะ

ควรมีการสร้างเว็บเพจในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มอาชีพทั้ง 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

### 4.2. แผนด้านการผลิตสมุนไพร

#### ปัญหา/ความต้องการ

ปัญหาและความต้องการในเรื่อง การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทันสมัย น่าสนใจมากขึ้น การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย เก็บง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

#### แนวทางแก้ไข

สร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่นำมาแปรรูป ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย น่าซื้อ การบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย สะดวกสบาย เก็บง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

### ข้อเสนอแนะ

ควรมีแบบสติกเกอร์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด คือ สติกเกอร์หญ้าหวาน สติกเกอร์สตรอเบอร์รี่ สติกเกอร์ข้าว และสติกเกอร์สมุนไพร โดยการเพิ่มเรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและมีความทันสมัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

#### 4.3. แผนด้านการตลาดสมุนไพร

##### ปัญหา/ความต้องการ

การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้มากขึ้น การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และเข้าถึงได้ง่าย

##### แนวทางแก้ไข

สร้างตราสินค้า คือ โลโก้ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ที่บ่งบอกกลิ่นอายของอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายในตัวของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

##### ข้อเสนอแนะ

ควรมีตราสินค้าที่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดออกมาให้เป็นที่รู้จักเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่สนใจให้มากขึ้น

#### 4.4. แผนด้านการเงิน/การลงทุนสมุนไพร

##### ปัญหา/ความต้องการ

ต้องการเพิ่มศักยภาพการกู้ยืมเงินที่ให้ดอกเบี้ยต่ำและการจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายในการผลิตที่ถูกต้องเพื่อให้ทราบต้นทุนในการผลิต

##### แนวทางแก้ไข

จัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาความต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการเงิน/การลงทุนเพื่อให้เกษตรกรสามารถนำมาปรับใช้เองในการประกอบอาชีพและผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

##### ข้อเสนอแนะ

เกษตรกรควรศึกษาหรือหาข้อมูลแหล่งกู้ยืมเงินที่น่าเชื่อถือและควรทำบัญชีค่าใช้จ่ายรายรับ-รายจ่ายในแต่ละครั้งของการผลิตจะทำให้เกษตรกรรู้ค่าใช้จ่ายของตนเอง ช่วยลดปัญหาการกู้ยืมและมีกำไรในการขายผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มมากขึ้น

### 3. การนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ

สิ่งสำคัญของการทำแผนพัฒนามีใช่การได้มาซึ่งรายงานหรือเอกสารที่เป็นเล่มที่มีรายละเอียดของแผนงานและโครงการ แต่การนำแผนเพื่อพัฒนาจะต้องอาศัยความพร้อมของกลุ่มและงบประมาณที่ใช้ในงานวิจัยของผู้วิจัยที่จะสามารถทำได้ การนำสิ่งที่ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันค้นหา แก้ไขปัญหาความต้องการร่วมกัน และร่วมมือกันเพื่อการพัฒนาไปสู่การปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน และอยู่ในพื้นฐานความเป็นจริงที่แต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ร่วมมือการพัฒนาอาชีพและ



ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จากแผนงานที่ได้จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปและสภาพปัจจุบันของการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ความต้องการ การพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม การวิเคราะห์ SWOT ความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดแล้วก็นำมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดย TOWS Matrix เป็นตารางวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นแนวทางการพัฒนาตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ และจากการวางแผนเพื่อพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม โดยมุ่งเน้นไปยังประเด็นที่เป็นปัญหาสำคัญที่สุดในแต่ละพันธกิจหรือระบบงาน กำหนดเรื่องที่จะพัฒนาหรือเรื่องที่จะช่วยปูพื้นฐานไปสู่การปรับปรุงในเรื่องการพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ของอำเภอสะเมิง คือ

### 3.1 การนำแผนเพื่อพัฒนา 8 แผนงาน จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis

### 3.2 การวางแผนเพื่อพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง

### 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ 14 แผนงาน

### 3.3 การจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาที่ผู้วิจัยสามารถจัดทำได้ตามงบประมาณที่มีจำกัด 1 กิจกรรม

### 3.4 กิจกรรมเพื่อพัฒนา 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

### 3.1 การนำแผนเพื่อพัฒนา 8 แผนงาน จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis มีดังต่อไปนี้

#### กลุ่มหญ้าหวาน

1. แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความสนใจให้เกษตรกรปลูกหญ้าหวานอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งสนับสนุนเรื่องเทคโนโลยีเครื่องมือการผลิตที่เหมาะสมเพื่อการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปหญ้าหวานอินทรีย์ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพในการผลิตที่มีคุณภาพมากขึ้น

2. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ส่งเสริมเกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานด้านการตลาดที่ดีให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตหญ้าหวานอินทรีย์ที่มีคุณภาพได้ผลผลิตสูงสามารถจัดจำหน่ายได้ในราคาที่สูงตรงกับความต้องการของตลาด

### กลุ่มสตรี

3. แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความสนใจให้เกษตรกรลดใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่ถูกต้องเพื่อการเก็บรักษาสตรอเบอร์รี่ให้นาน รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น สวยงาม การแปรรูปสตรอเบอร์รี่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น

4. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความสนใจให้เกษตรกรในเรื่องการลดใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตสตรอเบอร์รี่ การแปรรูป การขนส่ง วิธีการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้อง เพื่อให้เกษตรกรมีศักยภาพในการตลาด

### กลุ่มชาว

5. แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความสนใจมีการถ่ายทอดความรู้เรื่องการปลูกข้าวอินทรีย์ส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ลดการปลูกพืชเชิงเดี่ยวในพื้นที่การปลูกข้าวอินทรีย์อีกทั้งร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดจากกระบวนการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวให้มีความหลากหลายมากขึ้น

6. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ส่งเสริมสนับสนุนถ่ายทอดความรู้เรื่องการผลิตข้าวอินทรีย์ด้านการผลิต ด้านการตลาด เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว

### กลุ่มสมุนไพรมะนาว

7. แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ควรมีหน่วยงานส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับองค์ความรู้ในการผลิต การแปรรูป และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรมะนาวให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน

8. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดตามความต้องการการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรมะนาวในท้องถิ่นให้ตรงตามความต้องการของตลาดพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมะนาวมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น

## 3.2 การวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง

### 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ 14 แผนงาน มีดังต่อไปนี้

#### กลุ่มหญ้าหวาน

1. แผนด้านการบริหารจัดการ
2. แผนด้านการผลิต
3. แผนด้านการตลาด

#### กลุ่มสตรอเบอร์รี่

4. แผนด้านการบริหารจัดการ
5. แผนด้านการผลิต
6. แผนด้านการตลาด
7. แผนด้านการเงิน/การลงทุน

#### กลุ่มข้าว

8. แผนด้านการบริหารจัดการ
9. แผนด้านการผลิต
10. แผนด้านการตลาด

#### กลุ่มสมุนไพรมะนาว

11. แผนด้านการบริหารจัดการ
12. แผนด้านการผลิต

13. แผนด้านการตลาด

14. แผนด้านการเงิน/การลงทุน

### 3.3 การจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาที่ผู้วิจัยสามารถจัดทำได้ตามงบประมาณที่มีจำกัด 1 กิจกรรม มีดังต่อไปนี้

กิจกรรมอบรมเรื่อง จัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตาม อัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบ กิจกรรมเพื่อสังคมวันที่ 29 เดือน มิถุนายน พ.ศ.2561 ระหว่างเวลา 9.30-16.00น. ณ ห้องประชุม ร.ร.สะเมิงพิทยาคม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

#### กำหนดการ

09.30 น. ลงทะเบียน

10.00 - 11.00 น.

ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบ ธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/ การลงทุน โดย ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล

11.00 - 12.00 น.

เรื่อง การบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม โดย อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ หน่อรัตน์

13.00 - 16.00 น.

สร้างการรับรู้ให้แก่เกษตรกรใน เรื่อง ผลิตภัณฑ์สีเขียว และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดย ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์



ภาพที่ 2 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอบรม

**สรุปกิจกรรมอบรมเรื่อง** จัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมวันที่ 29 เดือน มิถุนายน พ.ศ.2561 ระหว่างเวลา 9.30 - 16.00 น.ณ ห้องประชุม โรงเรียนสะเมิงพิทยาคม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

**เรื่อง** จัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาดและด้านการเงิน/การลงทุน ให้แก่ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับ เรื่อง การบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ให้แก่ กลุ่มอาชีพ

และผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

3. สร้างการรับรู้ให้แก่เกษตรกรในเรื่อง ผลิตภัณฑ์สีเขียว และการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### เป้าหมายเชิงปริมาณ

เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร

### เป้าหมายเชิงคุณภาพ

เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร มีความพึงพอใจในรูปแบบการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### สถานที่จัดอบรม

ณ ห้องประชุมโรงเรียนสะเมิงพิทยาคม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### วิทยากร

1. ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล
2. อาจารย์ ดร.ชัยวิชช์ หน่อรัตน์
3. ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์

### วิธีการดำเนินการ

เรื่อง จัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมมี การดำเนินการ ดังนี้

1. ประสานงานด้วยหนังสือราชการเพื่อขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่การจัดกิจกรรมอบรม ณ ห้องประชุมโรงเรียนสะเมิงพิทยาคม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 29 เดือน มิถุนายน พ.ศ.2561 ระหว่างเวลา 9.30-16.00 น. ออกหนังสือเชิญ ผู้บรรยาย และหนังสือเชิญเกษตรกรกลุ่ม อาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ประสานงานวิทยากรบรรยายโดยตรง คือการใช้หนังสือ ราชการในการเชิญวิทยากรบรรยาย

2. จัดเตรียมเอกสารจัดกิจกรรมอบรม เนื้อหาข้อมูลสำหรับวิทยากรที่จะบรรยาย เพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดกิจกรรม

3. มีการโทรศัพท์นัดหมายกับกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ที่ต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ของตัวเอง ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่มีความสนใจในงานวิจัยเรื่องนี้

### ผลการดำเนินการจัดกิจกรรมอบรม

การบรรยาย โดย อาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล

ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ได้บรรยายในที่อบรมว่าแนะนำการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ยกตัวอย่างจากงานวิจัยเรื่องการศึกษาคือความเป็นไปได้ในการประกอบการลงทุนในการประกอบธุรกิจ เลี้ยงหมูหลุม ครอบคลุมความเป็นไปได้ 4 ด้าน ดังนี้

1. การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านองค์กรและการบริหารจัดการ
2. การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านตลาดและการตลาด
3. การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านการเงินและการลงทุน
4. การศึกษาคือความเป็นไปได้ด้านการผลิตหรือเทคนิคส่งเสริม และตัวอย่างกิจการเพื่อสังคม

ในประเทศและต่างประเทศให้แก่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความเข้าใจมองเห็นภาพรวมที่ชัดเจนยิ่งขึ้น การรวมกลุ่มให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ได้หรือไม่ได้ขึ้นอยู่กับกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง ได้มีการยกตัวอย่าง ในเรื่องการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งกิจการในท้องถิ่น เช่น “บริษัทสะเมิง” โดยผูกกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นจุดแข็งของอำเภอสะเมิง ร่วมกันวางแผนสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว มีจุดแลนด์มาร์ก ท่องเที่ยวที่ไหน สวนสตรอเบอร์รี่ อำเภอสะเมิง ปางช้างทางขึ้นอำเภอสะเมิง พักที่ไหน รีสอร์ทอำเภอสะเมิงหรือโฮมสเตย์ในอำเภอสะเมิง หรือจะตั้งเป็น “บริษัทวิสาหกิจชุมชนอำเภอสะเมิง” ให้เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์รู้สึกว่าเป็นเจ้าของของกิจการ จะทำให้เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นออกมาจำหน่าย สร้างผลิตภัณฑ์ในชุมชนมาจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อาหารการกิน รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของฝากที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อเพื่อไปเป็นของฝากได้ มีการยกตัวอย่างให้เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ มองเห็นภาพรวมอย่างกว้าง ๆ ของประเทศภูฏาน รายได้ของประเทศมาจากการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม พระราชวังหุบเขา สายน้ำที่ไหลมาจากเทือกเขาหิมาลัย การขายไฟฟ้าจากการทำเขื่อนกั้นน้ำไปขายประเทศ

อินเดีย และรายได้ที่มาจากสายการบินภูมิภาคแอร์ไลน์ เป็นต้น สะเมิงสามารถจำลองแบบภูฏานมาได้ให้มองเห็นในภาพรวม เช่น อาชีพที่เป็นจุดเด่นมีมีอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่น เช่น ภูเขาหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และกระเทียม สุดท้ายผลผลิตเหล่านี้จะต้องไปสู่เกษตรกรแปรรูปจะมีการขายผลิตภัณฑ์สดด้วย เช่น สตรอเบอร์รี่ กระเทียม เป็นต้น สินค้าเหล่านี้สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้และถ้าจะทำให้ดีจะต้องสร้างแบรนด์หรือตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการช่วยให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกใช้ความรู้เสริมเติมแต่งมีผู้เชี่ยวชาญมาช่วยในเรื่องการผลิตให้ตรงตามความต้องการ มาใช้ในการผลิตจะต้องมีการผลิตที่มีคุณภาพและนิ่ง สินค้าใด ๆ ก็ตามก็นำมาวางตลาดแต่คุณภาพการแปรรูปไม่เน่าจะมีปัญหา สินค้าจะทุกจำหน่ายออกสินค้าจะตาย การจะผลิตสินค้าต้องอาศัยการวางแผนที่ดี ไม่ใจร้อน ยกตัวอย่างประกอบ เช่น นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในสินค้าแปรรูป บางคนสร้างผลิตภัณฑ์ออกมา 10 ผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อนำมาวางขายตามท้องตลาดก็จะมีที่ประสบความสำเร็จก็จะมีแค่ 2 ผลิตภัณฑ์ การจะทำอาชีพจะต้องอาศัยการฝึกฝนต้องทดสอบเรื่อย ๆ จนกว่าคุณภาพจะดี ศึกษาจากบทเรียนทฤษฎีควบคู่ไปด้วย



ภาพที่ 3 การบรรยาย โดย ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล

การบรรยาย โดย อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ หน่อรัตน์

เรื่อง การบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพแบบมีส่วนร่วมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ได้บรรยายในทื่อบรมว่า การสร้างกลุ่มที่เข้มแข็งให้มีความรู้เป็นการสร้างกระบวนการแบบมีส่วนร่วมในชุมชน ภายใต้ฐานความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตของภายในชุมชน ทำออกมาจำหน่ายแสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ดังแบบอย่างการทำเศรษฐกิจพอเพียง ผลิตภัณฑ์ของภายในชุมชนออกมาจำหน่าย ผลิตเท่าที่ทำได้ ทำแบบพอเพียงและยังพูดถึงการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพและภันท์ให้สร้างความเข้มแข็งเพื่อพัฒนาทุกคนมีส่วนร่วม เอาเล็กผสมน้อย มารวมกันเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น มีการแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จำหน่าย รวมไปถึงการตลาดออนไลน์ที่เข้าถึงง่ายในปัจจุบัน





ภาพที่ 4 การบรรยาย โดย อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ หน่อรัตน์

การบรรยาย โดย ผ.ศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์

เรื่อง สร้างการรับรู้ให้แก่เกษตรกรในเรื่อง ผลิตภัณฑ์สีเขียวและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดย ผ.ศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ ได้บรรยายในที่อบรมว่า สินค้าและบริการในชุมชนที่ผลิตขึ้นมาบนฐานฐานทรัพยากรธรรมชาติ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกรให้ตระหนักถึงผลกระทบจากการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เราไม่จำเป็นต้องใช้ หน้มา พึ่งพาและให้ความสนใจในสมุนไพรพื้นบ้านที่อยู่รอบตัว ยกตัวอย่างเช่น สมุนไพรจากธรรมชาติไม่มี สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ รับประทานอาหารจากธรรมชาติ รับประทานปลา ผักสีเขียวจะทำให้ อายุยืนและมีสุขภาพที่ดี พืชสมุนไพรที่ใช้เป็นยา ยกตัวอย่างคือ งาขี้ม่อน ต้องรับประทานตามมื้อ อาหาร จะทำให้ผิวพรรณดี ชะลอความแก่ สวยธรรมชาติจากภายในสู่ภายนอก พืชสมุนไพรเป็น ตัวอย่างหนึ่งที่มาจากธรรมชาติไม่มีการใช้สารเคมี อีกทั้งยังมีสรรพคุณทางยามากมาย นำมาแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติหรือผลิตภัณฑ์สีเขียว



ภาพที่ 5 การบรรยาย โดย ผ.ศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์

หลังจากการบรรยายเสร็จสิ้น มีการทำ Work Shop สาธิตการทำสปาหน้าด้วยสมุนไพรในท้องถิ่น วิธีการที่ต้อง ใช้ซ็อนหรือที่ใช้ไม้สำหรับนวด จะต้องล้างหน้าแล้วไปอบสมุนไพรและไปพอกดิน พอกสาหร่าย พอกสมุนไพร พอกถั่วเขียว ใช้ขมิ้น มะกรูด พอล้างหน้าเสร็จถึงต้องทาน้ำมัน มะพร้าวสกัดเย็น สปาหน้า อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง นวดจนกล้ามเนื้อคลายคลาย ได้ตายนวดรอบดวงตา ทำเบาๆเพื่อป้องกันการพริ้ว ทำจนกว่าจะนุ่ม ได้ตามีชั้นไขมันไม่ตีควรวนวดช่วยให้คลายกล้ามเนื้อ เพราะกล้ามเนื้อแน่น ทำแบบนี้ไปเรื่อย ๆ ทุกอาทิตย์จะชะลอความแก่สวยธรรมชาติและมีสุขภาพที่ดี



ภาพที่ 6 สาธิตการทำสปาหน้าด้วยสมุนไพรในท้องถิ่น โดย ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์

### ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในการจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาในครั้งนี้

นางบุญนำ ยามาโมโต้ ได้เพิ่มเติมความคิดเห็นและกล่าวขอบคุณอาจารย์ผู้บรรยาย โดยให้ข้อเสนอแนะว่า ทุกคนมีผลิตภัณฑ์อยู่จริง แต่ภาวะเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบัน ในหลักของศาสตร์พระราชานำมาใช้ได้ผลหรือไม่ ขั้นที่หนึ่ง “ทำกิน ทำอยู่ ที่เหลือไปขาย” ขั้นที่สอง มีการพัฒนาจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างไร เริ่มเป็นธุรกิจเริ่มต้น เราควรจะทำอย่างไร อย่างเช่น แคมพู มาจากธรรมชาติ ต้องให้ความรู้ ทำอย่างไรไม่ให้มีกลิ่น ไม่มีปฏิกริยากับสุขภาพของคนต้องการให้อาจารย์ผู้บรรยายให้ความรู้ที่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์จะนำไปใช้จริงเป็นการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมในครัวเรือน ธุรกิจแบบวิสาหกิจชุมชนขึ้นเป็นตามขั้นบันไดอย่างถูกต้องและถูกวิธี สินค้ามีคุณภาพแน่นอนถ้าได้หีบยกผู้รู้มีความสามารถบอกกล่าวหรือว่ามาแนะนำว่าเป็นสิ่งที่ดี ควรมีการติดตามประเมินผลหลังจากการอบรมเพื่อพัฒนาหลังจากการถ่ายทอดความรู้ให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องให้ความรู้ความเข้าใจที่ทำให้เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สามารถสานต่อการพัฒนาของตัวเองจากการอบรมครั้งนี้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการรวมกลุ่มอาชีพทำให้เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และความต้องการในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในชุมชนออกสู่ตลาด พร้อมกล่าวขอบคุณอาจารย์ผู้บรรยายที่ให้ความรู้ในการจัดกิจกรรมที่ดีในครั้งนี้ พร้อมกล่าวปิดการจัดอบรมเพื่อพัฒนา



ภาพที่ 7 นางบุญนำ ยามาโมโต้ ได้เพิ่มเติมความคิดเห็นและกล่าวขอบคุณ

### การใช้ประโยชน์จากความรู้ที่ได้รับจากการอบรม

เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้รับทักษะความรู้ในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจตามปัญหาและความต้องการที่ต้องการรับการพัฒนาเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ในชุมชนออกสู่ตลาดมากขึ้น และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียวและการพัฒนาอาชีพตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น

### บทสรุปและแนวทางในการนำการเรียนรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา

กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เล็งเห็นถึงความสำคัญในการรวมกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มากขึ้น ต้องการมีผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงเป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวที่ทันสมัยมีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสร้างความโดดเด่นให้แก่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่สามารถประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามรูปแบบกิจการเพื่อสังคมได้ในอนาคต

### รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรม

1. ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล มหาวิทยาลัยแม่โจ้
3. อ.ดร.ชัยวัฒน์ หน่อรัตน์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
4. นายสาคร สายบัวคำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
5. นายจักรพันธ์ ลิ่มมั่งกูร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
6. นางสาวสิริณัฐ์ เพ็องชูชาติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
7. นายเจษฎา กองวาง มหาวิทยาลัยแม่โจ้
8. MR.JAMYANG PHUNSHO มหาวิทยาลัยแม่โจ้
9. นางบุญนำ ยามาโมโต้ มูลนิธิสานฝันฯ/ข้าว

10. นางบุญศรี จินาโส	ข้าว
11. นายอินโถ ไชยเลิศ	ข้าว/สมุนไพร
12. นางสาวจินต์นิภา เกิดนาค	ข้าว/สมุนไพร
13. นายเจริญ จันทรมณีโชติ	ข้าว/สมุนไพร
14. นายประสทธิ อินตา	ข้าว/สมุนไพร
15. นางวันดา ไชยเลิศ	ข้าว/สมุนไพร
16. นางลัดดา บุญมาลา	สมุนไพร
17. นายนันธวัฒน์ ไชยเลิศ	สมุนไพร
18. นายก้อนแก้ว จันทะกี	หญ้ำหวาน/สมุนไพร
19. นางละออง ศรีวรรณะ	หญ้ำหวาน
20. นางบัวบาน ยะมะโน	หญ้ำหวาน
21. นายสุนทร ยะมะโน	หญ้ำหวาน
22. นางสาววัลย์ สิงทร	หญ้ำหวาน
23. นางสาวชุตติกาญจน์ ยะมะโน	หญ้ำหวาน
24. นางสาวพิมพ์วิไล ทิประรัตน์	สตรอบเออรี่
25. นายวรกร สานูวิทย์	สตรอบเออรี่
26. นางชนิดา เฟื่องชูชาติ	ผู้ประกอบการ/สตรอบเออรี่
27. นายสรนิกกร ใจบุญ	สตรอบเออรี่





ภาพที่ 8 ภาพกิจกรรมดำเนินงาน

### 3.4 กิจกรรมเพื่อพัฒนา 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้

การพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม มีดังนี้

#### 1. เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน

ได้รับการพัฒนาตามความต้องการพัฒนาด้านการผลิต และความต้องการพัฒนาด้านการตลาด

##### 1. ด้านการผลิต

##### 1.1 การแปรรูป

การแปรรูปผลิตภัณฑ์หญ้าหวานนำกิ่งที่ตัดมารูดใบ แล้วนำไปตากแดด 2-3 วัน เกลี่ยใบให้ทั่วระหว่างที่ตากในโรงอบแห้งใบหญ้าหวานแบบเตาถ่านในชุมชนเมื่อแห้งสนิทแล้วจึงเก็บในภาชนะบรรจุ

##### 1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์หญ้าหวานที่แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวที่มีคุณภาพไม่ใช่สารเคมีตั้งแต่กระบวนการผลิต การแปรรูป ตลอดจนการจัดจำหน่าย ได้รับมาตรฐานการรับรอง Organic Thailand โดยการสร้างเรื่องราวผ่าน Story ทำไมต้องหญ้าหวานสะเมิง? สะเมิงเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ภาคเหนือของประเทศไทยมีพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 600-700 เมตร อำเภอสะเมิงมีอากาศที่หนาวเย็นจึงเหมาะแก่การปลูกหญ้าหวาน ด้วยเหตุนี้หญ้าหวานอำเภอสะเมิงจึงมีคุณภาพ รสชาติดี เพราะเราเน้นการปลูกโดยวิธีธรรมชาติ ดูแลเอาใจใส่แหล่งผลิตหญ้าหวาน

ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่ จึงทำให้ได้มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ Organic Thailand สะอาด ปลอดภัย ธรรมชาติ มีแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 9 ด้านหน้า แบบผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน



ภาพที่ 10 ด้านหลัง แบบผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน

### 1.3 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์หญ้าหวานถูกกระตาศาคราฟที่ทำมาจากกระดาษ สามารถย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้บรรจุใส่ผลิตภัณฑ์ได้อีกครั้ง

### 1.4 การรับรองมาตรฐานการผลิต

ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต จากกรมวิชาการส่งเสริมการเกษตร Organic Thailand

## 2. ด้านการตลาด

### 2.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในสุขภาพและผู้บริโภคทั่วไปผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์

### 2.2 การตั้งราคา

ซองบรรจุขนาด 50 กรัม ราคา 69 บาท

### 2.3 การกำหนดช่องทางการจำหน่าย

ตลาดออนไลน์ เว็บไซต์ ชื่อ ผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### 2.4 การส่งเสริมการขาย

จัดโปรโมชั่น ซื้อผลิตภัณฑ์เห็ดหวาน จำนวน 3 ถุง ได้ในราคา 200 บาท

### 2.5 การสร้างตราสินค้า

สร้างตราสินค้าขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถสั่งซื้อตามตราสินค้าได้สะดวกมากขึ้น มีตราสินค้าที่ได้รับการสร้างตราสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 11 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

## 2. เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สตอเบอร์รี่

ได้รับการพัฒนาตามความต้องการพัฒนาด้านการผลิต และความต้องการพัฒนาด้านการตลาด

### 1. ด้านการผลิต

#### 1.1 การแปรรูป

การแปรรูปแยมสตอเบอร์รี่ ใช้ผลสตอเบอร์รี่ นำมาปาดหัว ล้างน้ำด้วยต่างทับทิม และล้างน้ำ 3 จำนวน 3 ครั้ง ผึ่งในตะแกรงให้แห้ง นำมาเทใส่ภาชนะเพื่อทำการแปรรูปแยม โดยมีผลสตอเบอร์รี่สด 90% น้ำตาล 8% เกลือ 2% นำเข้าเครื่องกวนเพื่อให้ส่วนผสมเข้ากันดี ใช้เวลาประมาณ 5-8 ชั่วโมง แล้วนำมาเทใส่ตอนที่ร้อนจัดกระปุกที่เตรียมไว้ ปิดฝาทันที ทิ้งไว้ให้เย็น แล้วนำมาติดผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบไว้ เพื่อจำหน่ายต่อไป

## 1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์สตรอเบอรี่สร้างเรื่องราวผ่าน Story ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง การสร้างอาชีพการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งของคนในชุมชน สตรอเบอรี่เป็นพืชเศรษฐกิจของอำเภอสะเมิง นิยมปลูกกันมากในตำบลบ่อแก้ว เป็นแหล่งปลูกสตรอเบอรี่ที่ใหญ่ที่สุดของอำเภอสะเมิง มีอัตลักษณ์ในท้องถิ่นที่โดดเด่นในเรื่องการปลูกสตรอเบอรี่ที่มีคุณภาพและรสชาติดี ในช่วงฤดูหนาวนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเก็บผลสตรอเบอรี่สดภายในไร่ได้ สัมผัสอากาศเย็น เรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอรี่ รวมถึงกระบวนการผลิต การแปรรูปแยมสตรอเบอรี่ที่มีคุณภาพ คงความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลผสมานภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้อย่างลงตัวทำให้รู้ว่า กว่าจะได้ทานแยมสตรอเบอรี่ที่อร่อยและมีรสชาติเป็นเอกลักษณ์นั้น ต้องผ่านความดูแลเอาใจใส่อย่างดี จึงได้รสชาติที่มีกลิ่นหอมหวาน อร่อย นุ่มละมุน อยากให้คุณได้ลิ้มลองแยมสตรอเบอรี่ ที่ไม่มีวันลืม มีแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 12 ออกแบบผลิตภัณฑ์สตรอเบอรี่

## 1.3 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์สตรอเบอรี่กระปุกที่สามารถบรรจุอาหารร้อนได้ ไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ใหม่

## 2. ด้านการตลาด

### 2.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าที่สนใจในผลไม้เพื่อสุขภาพและผู้บริโภคทั่วไปผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์

### 2.2 การตั้งราคา

แยมสตรอเบอรี่ขนาด 270 กรัม กระปุกละ 50 บาท

### 2.3 การกำหนดช่องทางการจำหน่าย

การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ เว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่



## 2.4 การส่งเสริมการขาย

ซื้อแยมสตอเบอร์รี่ 3 กระปุกขึ้นไป ฟรีค่าขนส่งทุกช่องทาง

## 2.5 การสร้างตราสินค้า

สร้างตราสินค้าขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถสั่งซื้อตามตราสินค้าได้สะดวกมากขึ้น มีตราสินค้าที่ได้รับการสร้างตราสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 13 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

## 3. เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ข้าว

ได้รับการพัฒนาตามความต้องการพัฒนาด้านการผลิต และความต้องการพัฒนาด้านการตลาด

### 1. ด้านการผลิต

#### 1.1 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสร้างเรื่องราวผ่าน Story ข้าวเป็นพืชหลักที่ปลูกเกือบทุกครัวเรือนทุกตำบลในอำเภอสะเมิง ในช่วงต้นฤดูฝนเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ดำนาลงกล้าข้าว ในนาจะเขียวชอุ่ม ตัดกับสีคล้ำของลำน้ำคดโค้ง มีวิวทุ่งข้าวสีทองให้ชมในช่วงต้นฤดูหนาว พร้อมภาพความสามัคคีของกลุ่มชาวบ้านในธรรมเนียม “การเอามื้อ” หรือลงแขกทำนา มนต์เสน่ห์ที่เป็นอัตลักษณ์ในวิถีชีวิตของอำเภอสะเมิงที่เกื้อกูล ฟังพาอาศัยกัน ข้าวท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ภายในตัวคุณภาพ เมล็ดสวย เหนียวนุ่ม มีกลิ่นหอมเฉพาะตัวข้าวเหนียวหอม Sticky rice มี 2 สายพันธุ์ที่เลือกมาสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อชุมชน ดังนี้ พันธุ์ สันป่าตอง 1 พันธุ์ กข.6 มีแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมี 2 แบบ ดังนี้



ภาพที่ 14 ด้านหน้า ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าว กข.6



ภาพที่ 15 ด้านหลัง ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าว กข.6



ภาพที่ 16 ด้านหน้า ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าวสันป่าตอง 1



ภาพที่ 17 ด้านหลัง ออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าวสันป่าตอง 1

## 1.2 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ข้าว ซีลสุญญากาศบรรจุถุงละ 1 กิโลกรัม

## 2. ด้านการตลาด

2.1 การตั้งราคา 1 กิโลกรัม ราคา 70 บาท

## 2.2 การสร้างตราสินค้า

สร้างตราสินค้าขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถสั่งซื้อตามตราสินค้าได้สะดวกมากขึ้น มีตราสินค้าที่ได้รับการสร้างตราสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 18 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

## 2.3 การกำหนดช่องทางการจำหน่าย

การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ เว็บบเพจ ชื่อผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

#### 4. เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ได้รับการพัฒนาตามความต้องการพัฒนาด้านการผลิต และความต้องการพัฒนาด้านการตลาด

##### 1. ด้านการผลิต

##### 1.1 การออกแบบผลิตภัณฑ์

ออกแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรปลูกทุกตำบลทุกหมู่บ้านของอำเภอสะเมิง เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ที่ได้มาจาก พืช ผัก ผลไม้ ที่มีคุณสมบัติทางยาในการรักษาโรคและนิยมนำมารับประทานสด มีประโยชน์ สามารถนำมาบำรุง และรักษาร่างกายได้ เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรเห็นความสำคัญของประโยชน์สมุนไพรในครัวเรือน จึงนิยมปลูกและรับประทานภายในครัวเรือน จึงเป็นสมุนไพรที่มีคุณค่าและสรรพคุณทางยา เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรจึงดูแลเอาใจใส่ ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการจัดจำหน่าย กระเทียมสมุนไพร สรรพคุณชั้นยอดทำอาหารก็อร่อย เพื่อสุขภาพเคล็ดลับเพื่อสุขภาพที่ดี แบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 19 ด้านหน้า ออกแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรกระเทียม



ภาพที่ 20 ด้านหลัง ออกแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรกระเทียม

## 1.2 บรรจุภัณฑ์

ถุงกระดาษกราฟที่ทำมาจากกระดาษ สามารถย่อยสลายได้และสามารถนำกลับมาใช้บรรจุใส่ผลิตภัณฑ์ได้อีกครั้ง

## 2. ด้านการตลาด

### 2.1 การตั้งราคา

ถุงละ 500 กรัม ราคาถุงละ 120 บาท

### 2.2 การกำหนดช่องทางการจำหน่าย

การกำหนดช่องทางการจำหน่าย ใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ เว็บไซต์ ชื่อผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### 2.3 การสร้างตราสินค้า

สร้างตราสินค้าขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถสั่งซื้อตามตราสินค้าได้สะดวกมากขึ้น มีตราสินค้าที่ได้รับการสร้างตราสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 21 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

## 4. การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ

การรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ใช้แบบประเมินเชิงคุณภาพการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติจัดทำขึ้นเพื่อประเมินการนำแผนพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติเพื่อนำผลการประเมินไปพัฒนาและสรุปบทเรียนของงานวิจัยการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการประเมินความต้องการเชิงคุณภาพข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ให้เป็นไปตามการดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์

## การเก็บข้อมูล

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 ราย และมีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มที่ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 ราย เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ.2561

## การสรุปรวบรวมข้อมูล

การสรุปข้อมูลจากการประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ แบ่งออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

## การเริ่มต้นการสัมภาษณ์กลุ่ม

สร้างสัมพันธภาพ เริ่มต้นจากเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอรี่ ข้าว และสมุนไพร ทอยเข้ามาในห้องประชุมต้อนรับอย่างเป็นกันเอง โดยมี ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล กล่าวต้อนรับและแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยานิพนธ์ให้แก่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ เป็นผู้ดำเนินรายการ แนะนำตัวและชี้แจงงานวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผู้ดำเนินรายการ อาจารย์ ดร.ชมชวน บุญระหงส์ เสริมเกี่ยวกับงานวิจัยที่นักศึกษาทำเรียนปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับทุนศึกษาวิจัยจาก วช. แหล่งทุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ “ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี 2561” ที่ให้การสนับสนุนในงานวิจัยในหัวข้อที่ว่า การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยของนักศึกษาที่เป็นลูกหลานที่อยากจะไปพัฒนาบ้านตัวเองพัฒนาตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น เรียนรู้และไปพัฒนาท้องถิ่นของตัวเอง เรียนไปด้วยพัฒนาบ้านตัวเองไปด้วย เป็นเรื่องที่สำคัญ วันนี้ที่จัดการสนทนากลุ่มของวัตถุประสงค์งานวิจัยข้อที่ 2 เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชนและประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ จากการสรุปบทเรียนการทำงานที่ผ่านมาในการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง โดยมีเป้าหมายที่ได้คาดหวังว่าอยากให้นักกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิงเป็นกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน สร้างความรู้ความเข้าใจในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมให้แก่เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มากขึ้น จึงได้นำตัวอย่างของรัฐบาลที่คิดนำเสนอแบบวิดีโอ และ เพื่อดูเปรียบเทียบว่าตอนนี้กลุ่มของเราไปถึงขนาดไหนแล้ว สร้างความเข้าใจ ในวิดีโอเรื่อง สานพลังประชารัฐ Together for Better. และบจ.เครือข่ายผลิตภัณฑ์อาหาร (โรงแปงขนมจีน จ.นครศรีธรรมราช) ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล ได้เพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเข้าใจ โดยมีผู้ดำเนิน

รายการ นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ ผู้ทำการวิจัย จะพัฒนาไปสู่อัตลักษณ์และเรื่องของผลิตภัณฑ์ สีเขียวด้วย อยู่ที่มีการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเกษตรกรอาชีพและผลิตภัณฑ์จะเป็นสีเขียวหรือไม่ อยู่ใน ระดับไหน เป็นสิ่งที่เข้มแข็งของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ กลุ่มเหล่านั้นใครพัฒนามาแล้วบ้าง จะทำ อย่างไรในเรื่องของธุรกิจจะเป็นสีเขียวได้หรือไม่ได้ในอนาคต และมีการทำแผนการพัฒนา ด้านบริหาร การจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงินการลงทุน แต่ละกลุ่ม บางที่ก็รวมกันผลิต บางกลุ่มจัดการความรู้ร่วมกัน ความเป็นสีเขียวต้องค่อยๆปรับไป แต่ละกลุ่มต้องการพัฒนาอะไร จาก วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิเคราะห์ความต้องการของแต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ เป็นแบบใด ขาดอะไร อนาคตจะเป็นแบบใด การพัฒนาในงานวิจัยจะสามารถพัฒนาอะไรได้บ้าง และมีใครที่พัฒนามาบ้าง หลังจากแนะนำและสร้างความรู้ความเข้าใจ ได้เปิดวิดีโอให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ได้รับชมวิดีโอ ที่ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จริง สัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมา รวมไปถึงการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนา จากการสนทนากลุ่มในประเด็นที่ 5 การประเมินการนำแผน เพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ มี ดังต่อไปนี้

#### **ผลการรวบรวมข้อมูล**

##### **เชิงปริมาณ**

ค่าเป้าหมาย เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หญ้าหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร จำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 20 ราย และผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มที่ให้ ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 ราย

##### **เชิงคุณภาพ**

ค่าเป้าหมาย เพื่อการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ อำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ จากการวางแผนเพื่อพัฒนา จัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนา และการนำ แผนที่ได้ไปพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 ราย และผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มที่ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 11 ราย

ผลการประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ อำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ

#### **ผลการประเมินเชิงคุณภาพ**

การสนทนากลุ่มในประเด็นที่ 5 การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ มีดังต่อไปนี้

- เกษตรกรมีทัศนคติเชิงบวกต่อการผลิตที่เป็นมิตรกับทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมวิถีชีวิต วัฒนธรรม และสุขภาพ การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ใน รูปแบบกิจการเพื่อสังคม

**1. กลุ่มห้วยหวาน** ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มผลิตและจำหน่ายร่วมกันในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน มีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มผู้ปลูกห้วยหวานอมลอง มีสมาชิกกลุ่มห้วยหวานอินทรีย์ ทั้งหมด 4 ราย นางละออง ศรีวรรณะ ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม นางบัวบาน ยะมะโน นางสาววัลย์ สิงทร และนางศรีเพ็ญ ศรีวรรณะ เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ร่วมกันผลิตห้วยหวานอินทรีย์ ร่วมกันจำหน่ายห้วยหวานอินทรีย์ เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง เป็นกลุ่มห้วยหวานอินทรีย์ได้รับมาตรฐานในการผลิต Organic Thailand เป็นห้วยหวานอินทรีย์ ในอนาคตสมาชิกกลุ่มห้วยหวานอินทรีย์ต้องการเพิ่มจำนวนกลุ่มสมาชิก เนื่องจากปัจจุบันตลาดมีความต้องการสูง

**2. กลุ่มสตอเบอรี่** ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน และมีการรวมกลุ่มในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตอเบอรี่ เป็นกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มทรายมูลพัฒนา ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 7 ราย นางชนิดา เพ็ญชูชาติ ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม นาย บุญยง สิทธิกุล นางสาว ธนพร จินาโส นางณิชนันท์ สิงห์พันธ์ นางวันดา ไชยเลิศ นางสาวจินต์นิภา เกิดนาค และนายอารัญ กาวีละ ปัจจุบันสตอเบอรี่เป็นเกษตรแบบปลอดภัย ยังใช้สารเคมีในการผลิต กลุ่มยังไม่มี ความเข้มแข็ง มีคู่แข่งทางการตลาด กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตอเบอรี่ได้รับมาตรฐาน อย. และต้องการมาตรฐานในการผลิตเพิ่ม คือ มาตรฐาน GMP

**3. กลุ่มข้าว** ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มผลิตและจำหน่ายร่วมกัน ข้าวอินทรีย์เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง รวมกลุ่มจากวิถีชุมชน คนในชุมชนต้องเรียนรู้ร่วมกัน ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม โดยมี นางบุญนำ ยามาโมไต เป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนการผลิตและจัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์ กระตุ้นให้คนในชุมชนได้คิดและสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ให้กว้างขวางมากขึ้น สร้างความเป็นธรรมให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์เพื่อนำมาจัดจำหน่ายในราคาที่เป็นธรรมต่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย

**4. กลุ่มสมุนไพร** ปัจจุบันยังไม่มี การรวมกลุ่ม วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติ เป็นธุรกิจส่วนตัว ที่ผลิตสมุนไพรจากธรรมชาติ เช่น แชมพู สบู่ เป็นต้น เพื่อการจำหน่าย ได้รับมาตรฐานรับรอง ใบจดแจ้งของ อย. อีกทั้งยังมี สมุนไพร เกษตรกรผู้ผลิตที่ปลูกกระเทียม มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกระเทียม จำนวน 20 ราย มีสมาชิกกลุ่มแต่กลุ่มยังไม่มี ความเข้มแข็ง เป็นการรวมกลุ่มผู้ผลิตเพื่อจัดการความรู้ร่วมกันในการปลูกปลูกกระเทียม โดยมี นายประสิทธิ์ อินตา เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรทำสวนบ้านทรายมูล



จากการประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ

**มีแผนพัฒนานำไปสู่การปฏิบัติ** โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกร ในเรื่องการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมกันวางแผน และร่วมกันแก้ไขปัญหา ร่วมกัน ตลอดจนตระหนักถึงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างของกลุ่มให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียว การรวมกลุ่มเป็นกิจการเพื่อสังคมที่เข้มแข็ง สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต

**นักวิจัยมีการดำเนินงานตามที่วางแผนการพัฒนาไว้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจ** ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

**มีปัญหาหรืออุปสรรค** แผนที่ได้มาครอบคลุมถึงความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอรี่ ข้าว และสมุนไพร เนื่องจากงบประมาณงานวิจัย นักวิจัยสามารถพัฒนาได้ในส่วนหนึ่งของการพัฒนาตามความต้องการ กระตุ้นให้เกษตรกรสนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเองและเป็นแรงผลักดันให้เกษตรกรมีกำลังใจในการเพิ่มศักยภาพการพัฒนาของแต่ละกลุ่มได้ในอนาคต

**ต้องการ การช่วยเหลือหรือการหนุนเสริม** เรื่องเทคโนโลยีในการผลิตการแปรรูปที่ทันสมัยของกลุ่มกล้วยหวานอินทรีย์และข้าวอินทรีย์ และความต้องการด้านการผลิตกล้วยหวานอินทรีย์และข้าวอินทรีย์ให้ได้ผลผลิตมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในอนาคต รวมทั้งมีออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะดวก สบาย ใช้ง่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**ประโยชน์ที่ได้รับจากการร่วมการวางแผน** ทราบปัญหาและความต้องการของแต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ เพื่อวางแผนในการพัฒนาที่สามารถนำไปจัดทำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์และพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

**ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาครั้งต่อไป** ต้องการองค์ความรู้ในการผลิต การแปรรูปบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีความทันสมัย และการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้านการบริหารจัดการด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ให้เป็นรูปแบบกิจการเพื่อสังคมในอนาคตต่อไป

ตอนที่ 2 เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน

### การเริ่มต้นการสนทนากลุ่ม

สร้างสัมพันธภาพ เริ่มต้นจากเกษตรกรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หล้าหวาน สตรอเบอรี่ ข้าว และสมุนไพร ทอยเข้ามาในห้องประชุมมต้อนรับอย่างเป็นกันเอง โดยมี ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล กล่าวต้อนรับและแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยานิพนธ์ให้แก่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ เป็นผู้ดำเนินรายการ แนะนำตัวและชื่องานวิจัยเรื่อง การพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีอาจารย์ ดร.ชมชวน บุญระหงส์ เสริมเกี่ยวกับงานวิจัยที่นักศึกษาทำเรียนปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับทุนศึกษาวิจัยจาก วช. แหล่งทุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ “ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี 2561” ที่ให้การสนับสนุนในงานวิจัยในหัวข้อที่ว่า การพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงจังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยของนักศึกษาที่เป็นลูกหลานที่อยากจะไปพัฒนาบ้านตัวเองพัฒนาตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น เรียนรู้และไปพัฒนาท้องถิ่นของตัวเอง เรียนไปด้วยพัฒนาบ้านตัวเองไปด้วย เป็นเรื่องที่สำคัญ วันนี้ที่จัดการสนทนากลุ่มของวัตถุประสงค์งานวิจัยข้อที่ 2 เพื่อสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน และประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ จากการสรุปบทเรียนการทำงานที่ผ่านมาในการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง โดยมีเป้าหมายที่ได้คาดหวังว่าอยากให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิงเป็นกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน สร้างความรู้ความเข้าใจในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมให้แก่เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มากขึ้น จึงได้นำตัวอย่างของรัฐบาลที่คิดนำเสนอแบบวีดีโอ และ เพื่อดูเปรียบเทียบว่าตอนนี้กลุ่มของเราไปถึงขนาดไหนแล้ว สร้างความเข้าใจ ในวีดีโอเรื่อง สานพลังประชารัฐ Together for Better. และบริษัท จำกัด เครือข่ายผลิตภัณฑ์อาหาร (โรงแปงขนมจีน จ.นครศรีธรรมราช) ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล ได้เพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความเข้าใจ โดยมี นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ ผู้ทำการวิจัย จะพัฒนาไปสู่อัตลักษณ์และเรื่องของผลิตภัณฑ์สีเขียวด้วย อยู่ที่มีการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเกษตรกรอาชีพและผลิตภัณฑ์จะเป็นสีเขียวหรือไม่ อยู่ในระดับไหน เป็นสิ่งที่เข้มแข็งของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ กลุ่มเหล่านั้นใครพัฒนามาแล้วบ้าง จะทำอย่างไรในเรื่องของธุรกิจ จะเป็นสีเขียว

ได้หรือไม่ได้ในอนาคต และได้มีการทำแผนการพัฒนา ด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงินการลงทุน แต่ละกลุ่ม บางที่ก็รวมกันผลิต บางกลุ่มจัดการความรู้ร่วมกัน ความเป็นสีเขียวต้องค่อย ๆ ปรับไป แต่ละกลุ่มต้องการพัฒนาอะไร จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิเคราะห์ความต้องการของแต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ เป็นแบบใด ขาดอะไร อนาคตจะเป็นแบบใด การพัฒนาในงานวิจัยจะสามารถพัฒนาอะไรได้บ้าง และมีใครที่พัฒนามาบ้าง หลังจากแนะนำและสร้างความรู้ความเข้าใจ ได้เปิดวิดีโอให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ได้รับชมวิดีโอ ที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จริง สัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมา รวมไปถึงการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนา

โดยมี นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินรายการ จากการศึกษาความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมที่ผ่านมา เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง ปัจจุบันเป็นอย่างไร และอนาคตควรจะเป็นอย่างไร เพื่อให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน โดยมีการแบ่งออกเป็นประเด็นที่จะนำมาสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน ดังนี้

**ประเด็นที่ 1** พิจารณาปัญหาาร่วมกันจากความต้องการพัฒนาอาชีพในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

**ประเด็นที่ 2** การวางแผนเพื่อพัฒนา

**ประเด็นที่ 3** การจัดกิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนา

**ประเด็นที่ 4** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น

**ประเด็นที่ 5** การประเมินการนำแผนเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงไปสู่การปฏิบัติ ผลของการบริหารการพัฒนา เกษตรกรมีทัศนคติเชิงบวกต่อการผลิตที่เป็นมิตรกับทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสุขภาพ การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

โดยมี ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล เป็นผู้ดำเนินรายการในประเด็นคำถามที่สำคัญเพื่อให้กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สร้างความเข้าใจร่วมกันแสดงความคิดเห็นและสิ่งที่ได้รับจากการพัฒนา

ขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรเพื่อให้สอดคล้องกับตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และตรงตามความต้องการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและต้องการให้เป็นในอนาคตมากที่สุด

ดร.ชมชวน บุญระหงส์ เป็นผู้สนับสนุนให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับ SWOT วิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ของ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการปลูกข้าว ด้านการผลิต การแปรรูป ด้านการตลาด ใช้หลัก 4P ผลิตภัณฑ์ Product ราคา Price ช่องทางการจัดจำหน่าย Place การส่งเสริมการตลาด Promotion ใช้ในการวิเคราะห์ของแต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ และผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ ได้แนะนำเสริมในด้านการแปรรูป เรื่องสมุนไพร การยืดอายุผลิตภัณฑ์ ลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต วิธีการลดการใช้สารเคมี หันมาใช้พืชสมุนไพรเป็นส่วนผสมในกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้สมุนไพรที่มีคุณภาพ มาจากธรรมชาติ



ภาพที่ 22 ดร.ชมชวน บุญระหงส์ ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม



ภาพที่ 23 ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม



ภาพที่ 24 ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์ ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม

### นางบุญนำ ยามาโมโต้ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ ได้กล่าวว่า

การผลิตข้าวในปัจจุบันยังมีลักษณะการใช้ฮีดฮอยของประเพณีข้าว การอยู่ร่วมกัน มีธรรมเนียม การเอามือ การลงแขก การแบ่งปันกัน มาตั้งแต่สมัยโบราณ มีการแลกเปลี่ยนข้าวซึ่งกันและกัน เกษตรกรบางรายปลูกข้าวพื้นเมือง ก็มาแลกเปลี่ยนกับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวสวย ปัจจุบันมีการพัฒนาขึ้น สังคมเปลี่ยน ถ้าคนในชนบทได้รับการกระตุ้น จะสามารถสร้างความเข้มแข็ง ได้รับความร่วมมือจากชุมชน แต่ถ้ามันวิ่งตามตลาดความเป็นชุมชนจะหายไป การร่วมกันพัฒนาก็จะมีจุดยืนของชุมชนที่จะพัฒนาอยู่ นักวิจัยที่เข้าไปในชุมชน จะกระตุ้นเห็นการรวมกลุ่มกันเป็นสิ่งที่ดีเห็นความแตกต่าง ในความเป็นชุมชนของเรา เป็นอย่างไร เราควรจะทำอย่างไร การพัฒนาข้าวที่ได้รับการพัฒนาข้าวมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย ทุกวันนี้ผลิตในชุมชน รวมกลุ่มกันในชุมชน ชุมชนต้องการ การเรียนรู้ ปลูกข้าวอินทรีย์เป็นหลัก เป็นการร่วมกลุ่มจัดการความรู้ร่วมกันตามวิถีชีวิตชุมชน ใช้วิธีการปลูกข้าวตามวิถีชีวิตเดิม ถึงจะมีคนมาส่งเสริม เราเลือกวิธีการปลูกข้าวแบบเดิม ส่วนใหญ่เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง ข้าวดอย ข้าวกล้องพันธุ์พื้นเมือง มีสายพันธุ์ข้าวที่หลากหลาย ลักษณะเด่นของข้าวอินทรีย์จะมีน้ำหนักรวมและคุณภาพ การคัดเลือกเมล็ดเอง ใช้ปุ๋ยคอกที่ทำเอง การเก็บข้าวเก็บของใครของมัน สามารถใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม มีการขาย 3 แบบหนึ่งลิตร เป็นกระสอบ และแบบบรรจุภัณฑ์ ปัญหาสำคัญของข้าวอินทรีย์ คือ มอด มีการแปรรูปที่จุดศูนย์กลางของชุมชน คือโรงสีชุมชน ทำให้เกิดการช่วยกันดูแล อนุรักษ์ ความต้องการด้านการตลาดในชุมชน นอกชุมชน อนาคตต้องการตลาดนอกประเทศ ความต้องการด้านการผลิตต้องการผลิตมากขึ้น ควรมีโรงสีชุมชนมากขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มข้าวอินทรีย์ จำนวน 15 ราย มารวมกันสีข้าวที่นี้ มีการคัดเกรดข้าวมี 3 เกรด โรงสีข้าวชุมชนที่กลุ่มใช้ในกระบวนการผลิตได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจาก ผศ.ดร.นพวรรณ บุญธรรม มหาวิทยาลัยแม่โจ้ การบริหารจัดการกลุ่ม มีการจัดสรรกำไร การรับซื้อข้าวอินทรีย์จากสมาชิกกลุ่ม จะดูราคาตลาดกลาง รับซื้อในราคาที่เป็นธรรม ซื้อในราคาภิโกรัมละ 13 บาท ก็รับซื้อในราคา 13 บาท เช่นกัน การเงิน/การลงทุน เป็นระดมทุนของสมาชิกกลุ่ม ได้รับ

สนับสนุนจากโครงการ 9101 ของทางรัฐบาล มีเงินสมทบทุนจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าว โรงสีข้าวชุมชน ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริม จาก ผศ.ดร.นพวรรณ บุญธรรม มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และได้รับการพัฒนาเรื่องผลิตภัณฑ์ข้าว การขายผลิตภัณฑ์ข้าว จะอธิบายให้ผู้บริโภคทราบ เรื่องการขายข้าวอินทรีย์และที่ไม่ใช่อินทรีย์มีการผลิตที่แตกต่างกัน ราคาขายปัจจุบัน หนึ่งกิโลกรัม 70 บาท ครึ่งกิโลกรัม 35 บาท ช่องทางการจัดจำหน่าย มีตลาดชุมชน ตลาดสีเขียว ตลาดออนไลน์ มีบริษัทรับขนส่ง เช่น เคอรี่เอ็กเพรส ไปรษณีย์ เป็นต้น มีระบบการจัดการตลาด มีศิลปะในการต่อรองในการขายผลิตภัณฑ์ข้าว ประเด็นปัญหาเรื่องของความเป็นกลุ่ม ต้องสร้างการรับรู้และความเข้าใจ การบริหารกลุ่มต้องเข้าใจซึ่งกันและกัน การจัดสรรเงินทุนต้องโปร่งใส การพัฒนาของกลุ่มมีหลายหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ ความต้องด้านการตลาด ต้องการเพิ่มลักษณะเครือข่าย ต้องการมาตรฐานรับรอง ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเดินทางไกลได้สะดวก “ไถ่ถามเพราะชน ขนงามเพราะแต่ง” ต้องการเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัยแต่ถูกจำกัดโดยงบประมาณ



ภาพที่ 25 นางบุญนำ ยามาโมไต ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

**นางละออง ศรีวรรณะ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ ได้กล่าวว่า**

ปัจจุบันกลุ่มหญ้าหวานเป็นผู้กำหนดราคาเองการผลิตหญ้าหวาน ในปัจจุบันผลิตหญ้าหวานอินทรีย์ 2 กิโลกรัม เท่ากับ 1 กิโลกรัมของหญ้าหวานทั่วไป เกษตรกรแปรรูปของใครของมันในระดับหนึ่งเป็นใบแห้ง นำมาแปรรูปเป็นใบแห้ง ตลาดยังไม่ค่อยต้องการใบหญ้าหวานแห้ง กระบวนการผลิตในปัจจุบันไม่มีปัญหาได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิต มีการต่ออายุมา 2 ปี มีที่พักน้ำ ปัจจุบันต้องการขยายจำนวนสมาชิกกลุ่ม เรื่องการเงิน/การลงทุน ไม่มีการกู้ยืมเงิน ได้รับเงินสนับสนุนจากโครงการ 9101 การผลิตหญ้าหวานอินทรีย์เริ่มทำจะเห็นผลซ้ำใช้ปุ๋ยหมักที่ทำเอง ปัจจุบันบ้านอมลองได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี การแปรรูปต้องการให้ความหลากหลาย อย่างเช่น ทำหญ้าหวานไซรัป ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สินค้าคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจ ช่องทางการจัดจำหน่าย ขายผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้น



ภาพที่ 26 นางละออง ศรีวรรณะ ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

### นางชนิตา เฟื่องชูชาติ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ ได้กล่าวว่า

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูปสตรอเบอร์รี่ ในแง่ของการเป็นอินทรีย์มีน้อยมาก เป็นแบบเกษตรปลอดภัย การแปรรูปสตรอเบอร์รี่จะแปรรูปตอนปริมาณผลผลิตมาก ๆ เพื่อนำมาแปรรูป กระบวนการแปรรูปใช้แรงงานคนในการผลิต ปริมาณผู้ผลิตที่ทำสตรอเบอร์รี่อินทรีย์มีจำนวนน้อย ส่วนมากจะปลูกสตรอเบอร์รี่แบบปลอดภัย มีการตรวจสอบเคมีจากสำนักงานเกษตรทุก ๆ ปี สมาชิกกลุ่มมีทั้งหมด 7 ราย ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสตรอเบอร์รี่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าดีมาก มีการจำหน่ายในร้านค้าขายของฝากต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ มาตรฐานในการผลิตได้รับมาตรฐานการผลิต อย. ปัญหาด้านการผลิต มีปัญหาทางด้านปริมาณผลผลิตบางช่วงมีผลผลิตน้อย ทำให้เกิดการแย่งผลผลิตกัน และมีผู้ผลิตมากราย ทำให้สินค้าจำหน่ายได้ในราคาไม่ค่อยสูง



ภาพที่ 27 นางชนิตา เฟื่องชูชาติ ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

### นางสาวลัดดา บุญมาลา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้กล่าวว่า

การปลูกพืชสมุนไพรที่มาจากธรรมชาติ การผลิตมาจากธรรมชาติ มาจากส่วนผสมจากธรรมชาติ มีปัญหาเรื่องของสมุนไพร มีกลิ่น แต่กลิ่นจะกลบนำหอม ลูกค้าส่วนมากเป็นลูกค้าที่รักสุขภาพมีความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ด้านการตลาดของสมุนไพรยังมีน้อย เข้ากลุ่มของ OTOP อำเภอสะเมิง มีส่งจำหน่ายต่างจังหวัด เช่น จังหวัดสมุทรสาคร ซื้อมาปริมาณมากเป็นลิตรเพื่อนำไปใช้เอง ต้องการองค์ความรู้ในเรื่องการผลิต การแปรรูปที่ถูกต้อง มีการอบรมของ OTOP มีมาตรฐานการรับของ ใบจดแจ้งของอย. ที่สาธารณสุขจังหวัด ช่องทางการจัดจำหน่ายจัดส่งทาง เคอรี่ เอ็กเพรส มีกลุ่มสมุนไพรทางออนไลน์ มีนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ไปส่งเสริมให้ความรู้ในเรื่องการผลิตสมุนไพร สมุนไพรจะเป็นต้องอธิบายให้ผู้บริโภคเข้าใจ



ภาพที่ 28 นางสาวลัดดา บุญมาลา ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

### นายประสิทธิ์ อินตา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้กล่าวว่า

การปลูกกระเทียมจะทำให้เป็นอินทรีย์คงเป็นไปได้ยาก มีจุดอ่อนในเรื่องของการใช้สารเคมี มีปัญหาในเรื่องของโรค เช่น โรคเชื้อรา ถ้าไม่ใช้สารเคมี อายุจะไม่ถึง 4 เดือน หัวกระเทียมลีบเล็ก ใช้ปุ๋ยหมักทำเอง การผลิตในปัจจุบัน ถ้าไม่ใช้สารเคมีในการผลิตทำให้หัวกระเทียมลีบเล็กได้ผลผลิตน้อย สมาชิกกลุ่มกระเทียมมีสมาชิก 20 ราย จำหน่ายกระเทียมผลสด ยังไม่มีการแปรรูป ปัจจุบันพยายามปรับเปลี่ยนมาทำการเกษตรแบบปลอดภัย ลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต





ภาพที่ 29 นายประสิทธิ์ อินตา ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

จากการสนทนากลุ่ม เรื่อง สรุบบทเรียนจากการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน ในวันที่ 8 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2561 เวลา 13.00-16.00 น. ณ ห้องสิงหนาท ชั้น 3 วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สรุบบทเรียนจากการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน มีดังนี้

## 1. กลุ่มหญ้าหวานอินทรีย์

### 1.1 กระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

จากการศึกษาจัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม กลุ่มหญ้าหวานอินทรีย์มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานอมลอง ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มที่ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ จำนวน 4 ราย มีพื้นที่ในการปลูกหญ้าหวานอินทรีย์คนละ 1 ไร่ เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งสมาชิกกลุ่มร่วมกันผลิต แปรรูป จำหน่ายร่วมกัน ความต้องการในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานอมลอง มีความต้องการขยายสมาชิกผู้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่ปัจจุบันมีกลุ่มผู้รักสุขภาพหันมาใส่ใจในการเลือกผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ที่ปลอดภัยและมีมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มสูงมากขึ้น

## 1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

หมู่บ้านอินทรีเป็นพืชที่ปลูกและดูแลง่าย เกษตรกรใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความรู้ที่มีในการดูแลหมู่บ้านอินทรี ตั้งแต่ กระบวนการผลิต การดูแลรักษา การแปรรูป ตลอดจนถึงการจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์หมู่บ้านอินทรีที่มีคุณภาพ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหมู่บ้านอินทรี อมลอง ได้รับเลือกจากโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี คัดเลือกจากชุมชนที่มีศักยภาพ มีเสน่ห์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมของชุมชน เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งในชุมชนมีความเข้มแข็ง มีผลิตภัณฑ์หมู่บ้านอินทรีที่มีคุณภาพ รวมไปถึงต้นทุนทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีจุดขายที่เป็นเสน่ห์ อาทิ เช่น แปลงหมู่บ้านอินทรี แปลงเก๊กฮวย เป็นต้น

## 1.3 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหมู่บ้านอินทรีอมลองมีสมาชิกผู้ปลูกหมู่บ้านอินทรีจำนวน 4 ราย ที่เป็นแกนนำหลักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ นางละออง ศรีวรรณะ ประธานกลุ่ม นางบัวบาน ยะมะโน นางศรีเพ็ญ ศรีวรรณะ และนางสังวาล สิงทร เป็นสมาชิกกลุ่ม กระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช้สารเคมีในการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์หมู่บ้านอินทรีที่มีคุณภาพ

## 1.4 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

กลุ่มหมู่บ้านอินทรีมีการรวมกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รับการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยใช้รูปแบบการบริหารการพัฒนามีเป้าหมายเพื่อกลุ่มที่ชัดเจนในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถรายได้และกำไรกลับคืนสู่สังคมในชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

## 1.5 ความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในการเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจ

### 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

**1.5.1 ด้านการบริหารจัดการ** การบริหารจัดการกลุ่มโดยสมาชิกกลุ่มผู้ปลูกหมู่บ้านอินทรีมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมภายในกลุ่ม ตั้งแต่ การรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน การจัดตั้งองค์กรของกลุ่มมีประธานและสมาชิกกลุ่ม สภาพแวดล้อมของกลุ่ม มีความเข้มแข็ง ร่วมด้วยช่วยกันผลิตหมู่บ้านอินทรีที่มีคุณภาพเพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่กลุ่มสามารถบรรลุเป้าหมายของกลุ่มตามที่วางไว้ คือ ต้องการผลิตหมู่บ้านอินทรีที่มีคุณภาพ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย รวมไปถึงการขยายเครือข่ายสมาชิกกลุ่มให้เพิ่มมากขึ้นและมีความเข้มแข็งขยายกิจการให้มั่นคงเพื่อพัฒนาหมู่บ้านอินทรีให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในอนาคตต่อไป

**1.5.2 ด้านการผลิต** กระบวนการเพาะปลูกเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงมีที่พักน้ำ เป็นคุณลักษณะที่ดีทางการเกษตรที่ดี ที่ให้ความสำคัญทางด้านระบบนิเวศที่ดี สุขภาพดิน และผู้คน

การดูแลรักษา ไม่ใช่ใช้สารเคมีในการดูแลรักษา ใช้วิธีการถอนหญ้าและดูแลแบบธรรมชาติเนื่องจากหญ้าหวานเป็นพืชที่โตและดูแลง่าย การเก็บเกี่ยวการแปรรูปผลผลิตเก็บใบหญ้าหวานแห้งมารวมกัน มีสถานที่แปรรูปของกลุ่มเพื่อนำมาทำการอบแห้งเป็นใบหญ้าหวานแห้ง การออกแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่สวยงามโดดเด่น ดึงดูดผู้บริโภคได้มากเท่าไรต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย รวมถึงบรรจุภัณฑ์หีบห่อที่ใส่บรรจุหญ้าหวานมีรูปลักษณะที่สวยงาม เหมาะแก่ซื้อเป็นของฝากกลับบ้าน พกพาสะดวก ง่ายต่อผู้บริโภค ได้รับมาตรฐานการรับรอง Organic Thailand ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ-มกอช.

**1.5.3 ด้านการตลาด** กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปและกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ การตั้งราคาอยู่ที่ ราคา 35 บาท เป็นแบบใบหญ้าหวานแห้ง บดเป็นผงกระปุกละ 120 บาท จำหน่าย ถุงละ 2 กิโลกรัม ราคา 700 บาท ช่องทางการจัดจำหน่าย มีทางออนไลน์ และขายในไลน์ส่วนตัว ที่ผู้บริโภคเข้าถึงง่ายได้โดยตรง ตลาดสีเขียว เป็นต้น ยังไม่มีการส่งเสริมการขายเนื่องจากเกษตรกรไม่มีความรู้ในด้านนี้มากนัก ตราสินค้าส่วนใหญ่จะใช้ชื่อของกลุ่มเพื่อจำหน่าย ยังไม่มีตราสินค้าที่ชัดเจน การขนส่งใช้บริการขนส่งด้วยตัวเอง ผ่านเคอรี่เอ็กเพรส และไปรษณีย์

**1.5.4 ด้านการเงิน/การลงทุน** กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ไม่มีปัญหาด้านการเงิน/การลงทุน เนื่องจากกลุ่มมีความเข้มแข็งได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี "เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน" และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดย ผศ.ดร. นพวรรณ บุญธรรม มาช่วยสนับสนุนและพัฒนาในเรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมไปถึงการจัดหาช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย จากการถ่ายทอดเทคโนโลยีตามโครงการ SMART Village เช่น ออกบูธงานสินค้า OTOP ตลาด 2477 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ตลาดสีเขียว เป็นต้น

## 2. กลุ่มสตอเบอรี่

**2.1 กระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม**

จากการศึกษาจัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม กลุ่มสตอเบอรี่มีการผลิตสตอเบอรี่ของใครของมัน รวมกันเพื่อจำหน่าย มีการร่วมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน กลุ่มผู้ผลิตสตอเบอรี่ยังไม่มี ความเข้มแข็ง ส่วนการแปรรูป มีการร่วมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตอเบอรี่ ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 7 รายเป็นกลุ่มสตอเบอรี่เพื่อการแปรรูป รับซื้อผลผลิตสตอเบอรี่จากกลุ่มผู้ปลูกสตอเบอรี่ ในราคากลางของ

ตลาด เกษตรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่ต้องการลดการใช้สารเคมี เนื่องจากการใช้สารเคมีทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง อีกทั้งกระแสคนรักสุขภาพกำลังเป็นที่นิยม พยายามปรับเปลี่ยนมุ่งไปสู่เกษตรปลอดภัย

## 2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

สตอเบอร์รี่เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีชื่อเสียงของอำเภอสะเมิง ผู้ปลูกสตอเบอร์รี่ ปลูกสตอเบอร์รี่แบบเกษตรปลอดภัย มีหน่วยงานสำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิง ช่วยสนับสนุนและดูแลกลุ่มผู้ปลูกสตอเบอร์รี่ ให้มีคุณภาพปลอดภัยต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค เกษตรกรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่อาศัยวิถีชีวิตในท้องถิ่นในการดูแลรักษาสตอเบอร์รี่ ไม่ว่าจะเป็น การใช้ไบโอดีท (ต้นพลวง) แทนการใช้พลาสติคคลุมดินให้กับสตอเบอร์รี่ ใช้ปัจจัยการผลิตบนพื้นฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของอำเภอสะเมิง

## 2.3 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว

กลุ่มสตอเบอร์รี่มีผลผลิตสตอเบอร์รี่ส่งจำหน่ายให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่แปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตอเบอร์รี่ ปัจจุบันมีการรวมกลุ่มกันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทรายมูลพัฒนา มีสมาชิกจำนวน 7 ราย คือ นางชนิดา เพ็ญชูชาติ ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม นาย บุญยง สิทธิกุล นางสาว ธนพร จินาโส นางณิชนันท์ สิงห์พันธ์ นางวันดา ไชยเลิศ นางสาวจินต์นิภา เกตินาค และนายอารัญ กาวิละ กระบวนการผลิตเป็นแบบเกษตรปลอดภัย พยายามมุ่งไปสู่ผลิตภัณฑ์สีเขียว ลดการใช้สารเคมี ใช้อุปกรณ์ที่ใช้แล้ว นำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเป็นการลดปริมาณขยะในกระบวนการผลิต คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต และสุขภาพ ให้มากขึ้น อีกทั้งกระบวนการแปรรูป ในกระบวนการผลิตเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดผลิตภัณฑ์สีเขียวที่ผู้วิจัยได้เข้าไปแนะนำส่งเสริมให้เริ่มมีการปรับเปลี่ยน

## 2.4 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

กลุ่มสตอเบอร์รี่มีกลุ่มผลิตแต่การจำหน่าย จำหน่ายผลผลิตของใครของมัน เป็นกลุ่มที่ไม่เข้มแข็ง แต่มีการรวมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการปลูกจำหน่ายผลผลิต และปรึกษาหารือในเรื่องราคาผลผลิตของสตอเบอร์รี่ ส่วนการรวมกลุ่มเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์สตอเบอร์รี่เป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทรายมูลพัฒนา มีเป้าหมายกิจการที่ชัดเจน เพื่อสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม มีรายได้หมุนเวียนในชุมชน ทุกปีจะมีปันหุ้นที่ได้จากกำไรในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สตอเบอร์รี่ให้แก่สมาชิกกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ในการแปรรูปที่มาจากธรรมชาติให้มากที่สุด ลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายยากให้น้อยที่สุด

## 2.5 ความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในการเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจ

### 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

2.5.1 ด้านการบริหารจัดการ รูปแบบการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทรายมูลพัฒนา รับผิดชอบผลิตโดยตรงจากเกษตรกรผู้ปลูกสตอเบอร์รี่ เป้าหมายของกลุ่มคือสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน ทุกคนรู้สึกมีความเป็นเจ้าของกิจการ ช่วยกันดูแล สร้างผลิตภัณฑ์สตอเบอร์รี่ที่มีคุณภาพ

ปัจจุบันกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สตรอเบอรี่ ต้องการเพิ่มผู้ผลิตในกลุ่มขยายมากขึ้น เพื่อจะมีกำลังในการผลิต ผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอรี่ให้มากขึ้นตามความต้องการของตลาด

**2.5.2 ด้านการผลิต** กระบวนการผลิตการเพาะปลูกยังมีการใช้สารเคมีในการผลิตสตรอเบอรี่ การเก็บเกี่ยวดูแลรักษา ใช้วิธีการเก็บเกี่ยวระยะปลอดภัย หลังจากการใช้สารเคมีในการฉีดพ่นสตรอเบอรี่ ห่างไป 15 วันถึงสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตสตรอเบอรี่ได้ ถือเป็น การเก็บเกี่ยวระยะปลอดภัย การแปรรูป ใช้วิธีการแปรรูปผลผลิตสตรอเบอรี่จากธรรมชาติ กระบวนการแปรรูป ใช้แรงงานคนในการคัดแยกเกรด นำมาตัดส่วนหัวของสตรอเบอรี่ออก ล้างน้ำจำนวน 2 ครั้ง แขน้ำต่างทับทิม ล้างน้ำสะอาดอีก 1 ครั้ง ผึ่งสตรอเบอรี่ให้แห้ง แล้วนำมาแปรรูปในขั้นตอนต่อไป มีการออกแบบผลิตภัณฑ์สตรอเบอรี่ แต่ยังไม่สวยงามดึงดูดผู้บริโภคได้มากเท่าไร การบรรจุหีบห่อบรรจุในกระปุกกลมใส กระปุกนี้สามารถนำกลับมาใช้งานได้ใหม่อีกครั้งหลังจากบริโภคสตรอเบอรี่แล้ว การได้รับรองมาตรฐานในการผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับรองมาตรฐาน จากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา ออ.

**2.5.3 ด้านการตลาด** กลุ่มลูกค้าสตรอเบอรี่มีการจำหน่ายขายสดและเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสตรอเบอรี่ เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวและซื้อเป็นของฝากกลับบ้าน ราคาขายของสตรอเบอรี่เป็นราคาที่ผันผวน ราคาสูงต่ำขึ้นอยู่กับกลไกของตลาดในแต่ละวันจากปริมาณผลผลิตสตรอเบอรี่ในแต่ละปี ส่วนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอรี่ เช่น แยมสตรอเบอรี่ จะจำหน่ายในราคา กระปุกละ 50 บาท เป็นต้น

**2.5.4 ด้านการเงิน/การลงทุน** เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอรี่มีการกู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธ.ก.ส.

### 3. กลุ่มข่าวอินทรีย์

**3.1 กระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม**

จากการศึกษาจัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม กลุ่มข่าวอินทรีย์มีการบริหารจัดการกลุ่มที่เข้มแข็งมีการรวมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน แยกกันผลิต รวมกันเพื่อแปรรูปผลิตข่าวอินทรีย์ ร่วมกลุ่มตามวิถีชุมชน เรียนรู้ร่วมกัน มีปราชญ์ชุมชน ที่ให้ความรู้เรื่องการผลิตข่าวอินทรีย์ เห็นคุณค่าการอนุรักษ์พันธุ์ข้าวพื้นเมืองในท้องถิ่น ยังคงมีฮีตฮอย ประเพณีในการปลูกข่าวอินทรีย์ มีกระบวนการผลิตข่าวอินทรีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช้สารเคมี ในกระบวนการผลิต ทางกลุ่มมีการรวมกลุ่มกันทำปุ๋ยหมักอินทรีย์ เพื่อใช้ในการดูแลรักษาข่าวอินทรีย์ มีวิธีการปลูกข่าวอินทรีย์ที่เป็นอัตลักษณ์ภายในท้องถิ่น

### 3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

อำเภอสะเมิงมีการปลูกข้าวทุกครัวเรือน ชาวอินทรีเริ่มมีเกษตรกรให้ความสนใจในการปลูกมากขึ้น เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ยังใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปลูกข้าวอินทรีย์ ในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายของชาวอินทรีย์ยังคงเห็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การเอามื้อ ของคนในชุมชน แสดงถึงความเกื้อกูลซึ่งกันและกัน คือ มนต์เสน่ห์ที่เป็นอัตลักษณ์ในวิถีชีวิตที่เกื้อกูล พึ่งพาอาศัยกันที่หาชมได้ยากในสมัยนี้

### 3.3 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว

กลุ่มชาวอินทรีย์มีการรวมกลุ่มอาชีพเป็นวิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกกลุ่มที่ปลูกข้าวอินทรีย์ และแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญเรื่องการอนุรักษ์พันธุ์ข้าวพื้นเมือง ผลผลิตข้าวที่ปลอดภัยและมี และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากข้าวอินทรีย์ ผู้ผลิต ผลิตด้วยการดูแลเอาใจใส่ ผู้บริโภค บริโภคข้าวอินทรีย์อย่างมีประโยชน์และสุขใจที่ได้รับประทานข้าวอินทรีย์แท้จากอำเภอสะเมิง

### 3.4 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ชาวอินทรีย์ใช้รูปแบบการบริหารการพัฒนาโดยกลุ่มชาวอินทรีย์มีเป้าหมายของกิจการที่ชัดเจน คือ การปันหุ้นกำไรจากกิจการที่ได้ คืนกำไรให้แก่สมาชิกผู้ถือหุ้นของกลุ่มกลุ่มทุกราย รวมทั้งมีการกระจายรายได้คืนสู่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวรายอื่นด้วยและมีการแนะนำเชิญชวนให้มาปลูกข้าวอินทรีย์เพื่อขยายความสามารถในการผลิตข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น

### 3.5 ความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในการเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจ

#### 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

**3.5.1 ด้านการบริหารจัดการ** มีการรวมกลุ่มตามวิถีชุมชน ร่วมเรียนรู้พัฒนาไปพร้อมกัน เกษตรกรเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มที่สร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน อีกทั้งยังสร้างรายได้ให้แก่ตัวเกษตรกรเอง เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์วิถีชีวิตของชุมชน ผลิตข้าวในชุมชน นำมาจำหน่ายร่วมกันภายในชุมชน ในราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค และต้องการเพิ่มการผลิตข้าวอินทรีย์ให้มากขึ้น ขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ได้ในอนาคต

**3.5.2 ด้านการผลิต** มีการเพาะปลูกแบบอินทรีย์ กลุ่มเกษตรกรจะปลูกในแปลงนาข้าวอินทรีย์ของตัวเอง การดูแลรักษา ใช้ปุ๋ยหมักจากมูลสัตว์ที่ทางกลุ่มจะช่วยกันผลิตขึ้นเอง เพื่อมาบำรุงดูแล ผลผลิตที่ได้จะนำมาแปรรูปที่โรงสีข้าวชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน มีจำหน่ายเป็นกระสอบ 20 ลิตร จำหน่าย ถุงละ 1 กิโลกรัม และครึ่งกิโลกรัม บรรจุภัณฑ์ที่ใส่บรรจุข้าวอินทรีย์ในถุงสุญญากาศปัญหาสำคัญในการบรรจุข้าว คือ มอด ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ แต่รู้สาเหตุว่าเกิดมาจากตัวข้าว ดิณฑลางของกลุ่มชาวอินทรีย์อีกทั้งยังต้องการมาตรฐานการรับรองในการผลิต

**3.5.3 ด้านการตลาด** เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ต้องการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านประชาสัมพันธ์ เภงมูลนิธิ แต่ยังมีปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยี ขาดแผนทางการตลาด มีกลุ่มลูกค้าผู้ดูแลสุขภาพ และยังมีสถานศึกษาโรงเรียนสุนารี สอนภูดินใช้ข้าวอินทรีย์ของกลุ่มให้เด็กนักเรียนได้บริโภค การขนส่ง ส่งส่งทางไปรษณีย์และบริษัทเคอรี่เอ็กเพรส

**3.5.4 ด้านการเงิน/การลงทุน** ปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ไม่มีปัญหาด้านการเงิน/การลงทุน เนื่องจากในส่วนของการผลิตแปรรูปได้รับการสนับสนุนโรงสีข้าวชุมชนในทุนวิจัยของ ศศ.ดร.นพวรรณ บุญธรรม จากการถ่ายทอดเทคโนโลยีตามโครงการ SMART Village รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี "เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน" อีกส่วนหนึ่งกลุ่มมีเงินทุนของสมาชิกกลุ่มจึงไม่มีปัญหาด้านการเงิน/การลงทุน

#### 4. กลุ่มสมุนไพร

**4.1 กระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม**

จากการศึกษาจัดกระบวนการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม สมุนไพรยังไม่มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดีเนื่องจากมีเครือข่ายในการผลิตน้อย มีผู้ประกอบการคนเดียว ผลิตสมุนไพรจากธรรมชาติ แปรรูปแซมพู สบู่ สมุนไพรที่มาจากธรรมชาติแท้ ส่วนกระเทียม มีกลุ่มสมาชิกผู้ปลูกกระเทียมจำนวน 20 ราย เป็นเพียงกลุ่มที่ปลูกกระเทียมร่วมกัน ผลผลิตกระเทียมที่ได้มาต่างคนจำหน่ายของใครของมัน มีเพียงการจัดการความรู้ภายในกลุ่มเท่านั้น ทำให้สมาชิกกลุ่มไม่มีความเข้มแข็ง

#### 4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

พืชสมุนไพรในอำเภอสะเมิงมีหลากหลายและมีสรรพคุณทางยามาก เป็นพืชสมุนไพรที่มีอยู่ในธรรมชาติ เนื่องจากระบบนิเวศดี มีความอุดมสมบูรณ์อยู่มากในอำเภอสะเมิง จึงมีสมุนไพรท้องถิ่นมากมายที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ รวมไปถึงการเพาะปลูกกระเทียมที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเพาะปลูกบนพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของอำเภอสะเมิง

#### 4.3 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว

ผู้ประกอบการรายเดียว มีการผลิตพืชสมุนไพรในท้องถิ่น ยังไม่มีการรวมกลุ่มในการผลิตแปรรูป และจัดจำหน่าย แต่ผลิตสมุนไพรบนพื้นฐานผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการผลิต ไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ ระบบนิเวศในท้องถิ่น รวมไปถึงผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ปลอดภัย ไร้สารเคมี ไม่มีโทษต่อผู้ใช้ ส่วนกระเทียมมีการรวมกลุ่มสมาชิกเป็น

วิสาหกิจชุมชน แต่กลุ่มยังไม่มีความเข้มแข็ง ขาดการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่ดี กระเทียมทำเกษตรปลอดภัย ใช้ปุ๋ยหมักทำเอง ลดการใช้สารเคมีในการผลิตเท่าที่จะทำได้

#### 4.4 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

การผลิตสมุนไพรเพื่อการแปรรูปยังไม่มีกรรวมกลุ่ม เป็นผู้ประกอบการรายเดียว และกระเทียมมีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 20 ราย โดย มีนายประสิทธิ์ อินตา เป็นประธานกลุ่ม ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มไม่ถึง 20 ราย เนื่องจากสมาชิกกลุ่มที่ทำจริงจังกต่อเนื่องมีน้อยลง กำลังจะปรับเปลี่ยนรายชื่อสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เป็นกลุ่มที่จัดการความรู้ร่วมกันยังไม่มี ความเข้มแข็งแต่เกษตรกรรมมุ่งไปสู่สีเขียวทำแบบเกษตรปลอดภัย ยังไม่มีการกำหนดเป้าหมายของกลุ่มที่ชัดเจน

#### 4.5 ความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในการเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจ

##### 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

**4.5.1 ด้านการบริหารจัดการ** สมุนไพรเพื่อการแปรรูปยังไม่มีกรรวมกลุ่ม เป็นผู้ประกอบการรายเดียว และกระเทียมมีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน สมาชิกกลุ่ม จำนวน 20 ราย โดย มีนายประสิทธิ์ อินตา เป็นประธานกลุ่ม มีสมาชิกกลุ่มทั้งหมด 20 ราย เป็นกลุ่มที่จัดการความรู้ร่วมกันยังไม่มี ความเข้มแข็งแต่เกษตรกรรมมุ่งไปสู่สีเขียวทำแบบเกษตรปลอดภัย ยังไม่มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี

**4.5.2 ด้านการผลิต** ผลิตภัณฑ์ แชมพู สบู่จากสมุนไพร การเพาะปลูกมาจากสมุนไพรจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี ไม่ทำลายต่อสิ่งแวดล้อม เป็นพืชสมุนไพรที่มีประโยชน์แก่ผู้รักสุขภาพ การดูแลรักษา ธรรมชาติดูแลรักษาด้วยตัวของมันเอง จึงทำให้มั่นใจว่า ไม่มีสารเคมีจากพืชสมุนไพร การเก็บเกี่ยวสมุนไพรที่มีทุกฤดูกาล ได้ผลผลิตทั้งปี มีความหลากหลาย ด้านการแปรรูป ได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมาผสมกับกับภูมิปัญญาวิธีการสมัยใหม่ ให้ได้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรธรรมชาติที่ดีต่อผู้บริโภค มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่แชมพู สบู่ที่ทำมาจากสมุนไพร บรรจุภัณฑ์ที่หีบห่อเป็นขวดทรงเรียบ บีบใช้ง่าย เพื่อความสะดวกของผู้ใช้แต่ยังคงต้องการแปรรูปผลผลิตให้มีคุณภาพมากขึ้นและมีความหลากหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าในสมุนไพรท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ได้รับการรับรองมาตรฐานมาตรฐานการรับของใบจดแจ้งของอย.ที่สาธารณสุขจังหวัด และกระเทียม การเพาะปลูกยังมีการใช้สารเคมีในการผลิต เกษตรพยายามลดใช้สารเคมีในการผลิต และดูแลแบบเกษตรปลอดภัย การดูแลรักษา ใช้ปุ๋ยหมักทำเอง จากการเลี้ยงสัตว์ ปุ๋ยหมักขี้วัว เป็นต้น การเก็บเกี่ยวและการแปรรูป นิยมเก็บเกี่ยวแบบผลกระเทียมสดและการแปรรูปยังไม่มีกรแปรรูปจากกระเทียม และเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกกระเทียมยังไม่มีกรออกแบบบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่หีบห่อ รวมถึงการได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต



**4.5.3 ด้านการตลาด** เป็นกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ มีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านกลุ่มชายสมุนไพรออนไลน์ และจัดส่งไปจังหวัดสมุทรสาคร จัดส่งผ่านบริษัทเคอรี่เอ็กเพรส แต่ตลาดสมุนไพรยังมีน้อย ต้องการองค์ความรู้ในเรื่องการขายตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น ส่วนกระเทียมนิยมขายเป็นกระเทียมสด จำหน่ายภายในชุมชน และผู้บริโภคที่สนใจมาซื้อเองที่บ้าน ยังไม่ช่องทางการตลาด

**4.5.4 ด้านการเงิน/การลงทุน** มีนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้เข้าไปส่งเสริมสนับสนุน และเงินทุนของตัวเอง

### รายชื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรื่องสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาภูมิอาชีวะและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน วันที่ 8 เดือน สิงหาคม พ.ศ.2561 ระหว่างเวลา 13.00 - 16.00 น. ณ ห้องสิงหนาท ชั้น 3 วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์
1.	ผศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
2.	ผศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
3.	อ.ดร.ชมชวน บุญระหงษ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
4.	นางบุญนำ ยามาโมไต	ข้าว
5.	นางบุญศรี จินาโส	ข้าว
6.	นายประสิทธิ์ อินตา	สมุนไพร
7.	น.ส.ลัดดา บุญมาลา	สมุนไพร
8.	นายนันท์วัฒน์ ไชยเลิศ	สมุนไพร
9.	นางชนิตา เพ็ญชูชาติ	สตอเบอรี่
10.	นางละออง ศรีวรรณะ	หญ้าหวาน
11.	นางสังวาลย์ สิงทร	หญ้าหวาน
12.	นางบัวบาน ยะมะโน	หญ้าหวาน
13.	น.ส.ชุตติกาญจน์ ยะมะโน	หญ้าหวาน
14.	นายจักรพันธ์ ลิ้มมั่งกูร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
15.	นายจักรภพ อุดมคุณ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

- |     |                             |                   |
|-----|-----------------------------|-------------------|
| 16. | นายอินชา ปาระมีสัก          | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 17. | นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 18. | นางศรีเพ็ญ ศรีวรรณะ         | หมู่บ้าน          |



ภาพที่ 30 สนทนากลุ่ม

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตาม  
อัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ จัดกระบวนการบริหารการ  
พัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่ม  
อาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม และสรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนา  
กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพ  
และผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และให้  
ข้อเสนอแนะ มีดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 กระบวนการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอ  
สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

#### การบริหารการพัฒนา

1. กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการ  
ประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น  
ของอำเภอสะเมิง ครอบคลุม 5 ด้าน คือ

1.1 ความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อ  
สร้างการรับรู้ทัศนคติเชิงบวกความรู้ความเข้าใจในวิถีคิดของเกษตรกรมีความตระหนักถึงผลกระทบ  
ของกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกร  
ผลิตสินค้าที่ใช้สารเคมีต่อทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรมและสุขภาพ ส่วนใหญ่เกษตรกร  
ผู้ปลูกหญ้าหวาน มีทัศนคติที่ดีมากต่อการปลูกหญ้าหวานแบบอินทรีย์ ไม่ใช้สารเคมีตั้งแต่  
กระบวนการผลิต การแปรรูป ตลอดจนถึงช่องทางการจัดจำหน่าย

1.2 ด้านการบริหารจัดการ มีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูก  
หญ้าหวานบ้านอมลอง เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์มีการรวมกันผลิต ร่วมกันแปรรูป และ  
ร่วมกันจำหน่ายผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ และความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบ

ธุรกิจของกลุ่มต้องการขยายจำนวนสมาชิกกลุ่มผู้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์ให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

1.3 ด้านการผลิต กระบวนการผลิตหญ้าหวานอินทรีย์ไม่มีปัญหาเนื่องจากกลุ่มได้รับมาตรฐานการรับรอง Organic Thailand มีการตรวจแปลงเป็นประจำทุกปี ๆ ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่ม เกษตรกรต้องการเพิ่มศักยภาพในการผลิต คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หญ้าหวาน

1.4 ด้านการตลาด เกษตรกรผู้ปลูกหญ้าหวานอินทรีย์เริ่มมีตลาดขายผลิตภัณฑ์หญ้าหวานเพิ่มมากขึ้น เกษตรกรเริ่มให้ความสนใจในการขายผ่านสินค้าออนไลน์ ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่ม เกษตรกรต้องการเพิ่มความรู้ทักษะในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หญ้าหวานอินทรีย์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

1.5 ด้านการเงิน/การลงทุน ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีการลงทุนด้วยเงินทุนส่วนตัว มาจากการออมเงินของตัวเองภายในครอบครัว ไม่มีการกู้ยืมเงิน โดยแหล่งเงินทุน ส่วนใหญ่มาจากโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน ที่นำมาลงทุนในการเพาะปลูกหญ้าหวาน และนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หญ้าหวานเอง และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดย ผศ.ดร. นพวรรณ บุญธรรม มาช่วยสนับสนุนและพัฒนาในเรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมไปถึงการจัดหาช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย จากการถ่ายทอดเทคโนโลยีตามโครงการ SMART Village เช่น ออกบูธงานสินค้า OTOP ตลาด 2477 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ตลาดสีเขียว เป็นต้น

**2. กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่** ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ครอบคลุม 5 ด้าน คือ

2.1 ความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อสร้างการรับรู้ทัศนคติเชิงบวก เกษตรกรผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่ตระหนักถึงผลกระทบของกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อภายนอกเชิงลบของการผลิตสินค้าที่ใช้สารเคมีในการผลิต เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ เกษตรกรเล็งเห็นถึงความสำคัญมีความสนใจที่จะปรับเปลี่ยนลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต แต่เกษตรกรยังคงมองเห็นเป็นทิศทางเดียวกันว่า ต้องใช้ระยะเวลา ลดการใช้สารเคมีในการผลิตลง ปรับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ปัจจุบันสามารถผลิตเป็นเกษตรปลอดภัย

2.2 ด้านการบริหารจัดการ กลุ่มสตรอเบอร์รี่มีการผลิตสตรอเบอร์รี่ของใครของมันรวมกันเพื่อจำหน่าย มีการร่วมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน กลุ่มผู้ผลิตสตรอเบอร์รี่ยังไม่มีวามเข้มแข็ง ส่วนการแปรรูป มีการร่วมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอร์รี่

ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มต้องการขยายจำนวนสมาชิกเครือข่าย ผู้ปลูกสตรอเบอร์รี่เพื่อเพิ่มความสามารถในการต่อราคาผลผลิตสตรอเบอร์รี่

2.3 ด้านการผลิต กระบวนการผลิตยังใช้สารเคมีในการผลิต การเก็บเกี่ยวดูแลรักษา ใช้วิธีการเก็บเกี่ยวระยะปลอดภัย ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่ม ต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์สตรอเบอร์รี่ ให้สวยงามดึงดูดผู้บริโภค และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตที่สามารถลดการใช้สารเคมีในการผลิตจึง ต้องการความรู้และวิธีการในการลดการใช้สารเคมีมาปรับเปลี่ยนใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ หรือที่สามารถผลิตเองได้

2.4 ด้านการตลาด ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่ม ต้องการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย สามารถขายผลผลิตสตรอเบอร์รี่ที่ได้ราคา เป็นธรรมและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสตรอเบอร์รี่ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

2.5 ด้านการเงิน/การลงทุน ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มมีแหล่งเงินทุนที่น่าเชื่อถือ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธ.ก.ส.และการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ

**3. กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ข้าว** ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอ สะเมิง ครอบคลุม 5 ด้าน คือ

3.1 ความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อสร้างการรับรู้ทัศนคติเชิงบวกเกษตรกรผู้ปลูกข้าวมีทัศนคติที่ดีต่อการไม่ใช้สารเคมี ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และต้องการให้แปลงข้าวของเกษตรกรรายอื่น หันมาให้ความสนใจในการปลูกข้าวอินทรีย์มากขึ้น

3.2 ด้านการบริหารจัดการ รวมกลุ่มตามวิถีชุมชน รวมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ร่วมกัน ร่วมเรียนรู้พัฒนาไปพร้อมกัน เกษตรกรเล็งเห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มที่สร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์วิถีชีวิตของชุมชน ผลิตข้าวในชุมชน นำมาจำหน่ายร่วมกันภายในชุมชน ในราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

3.3 ด้านการผลิต ต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มในบรรจุภัณฑ์ข้าวที่สวยงาม สะดวก ง่ายต่อการขนส่ง ปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตข้าวอินทรีย์ที่ทันสมัย รวมไปถึงความต้องการได้รับรองมาตรฐานในการผลิต

3.4 ด้านการตลาด ต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ การส่งเสริมการขาย ขาดแผนทางการตลาดที่ดี

3.5 ด้านการเงิน/การลงทุน ปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ไม่มีปัญหาด้านการเงิน/การลงทุน เนื่องจากในส่วนของการผลิตแปรรูปได้รับการสนับสนุนโรงสีข้าวชุมชนในทุนวิจัยของ ผศ.ดร.นพวรรณ บุญธรรม จากการถ่ายทอดเทคโนโลยีตามโครงการ SMART Village รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการ 9101ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี "เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน" อีกส่วนหนึ่งกลุ่มมีเงินทุนของสมาชิกกลุ่มจึงไม่มีปัญหาด้านการเงิน/การลงทุน

**4. กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สมุนไพร** ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ครอบคลุม 5 ด้าน คือ

4.1 ความต้องการการพัฒนาด้านความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อสร้างการรับรู้ทัศนคติเชิงบวก ความรู้ความเข้าใจในวิถีคิดของเกษตรกรมีความตระหนักถึงผลกระทบของกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรและผู้ปลูกสมุนไพร มีทัศนคติที่ดีต่อการปลูกและผลิตสมุนไพรที่มาจากธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4.2 ด้านการบริหารจัดการ สมุนไพรยังไม่มีกรรวมกลุ่ม เป็นผู้ประกอบการรายเดียว เป็นเพียงกลุ่มที่จัดการความรู้ร่วมกัน แยกกันผลิต แยกกันจัดจำหน่าย ทำให้กลุ่มไม่มีความเข้มแข็งพอ แต่เกษตรกรมีความสนใจและทัศนคติที่ดีต่อการทำเกษตรที่มุ่งไปสู่สีเขียว ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มต้องการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี เพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่ม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างเครือข่ายของกลุ่มสมุนไพรให้มีความเข้มแข็ง

4.3 ด้านการผลิต ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่ม คือ การปลูกพืชสมุนไพรที่มีความจำเป็นมาก เพราะสมุนไพรในอดีตเป็นการเก็บจากธรรมชาติ แต่ไม่มีการปลูกเพื่อทดแทนจึงทำให้จำนวนสมุนไพรมีจำนวนน้อยลง แต่ในขณะที่พืชสมุนไพรในปัจจุบันได้รับความนิยม และเป็นที่ต้องการของตลาดจำนวนมาก เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสมุนไพร คือ เป็นแหล่งขยายพันธุ์ และเป็นแหล่งวัตถุดิบเพื่อใช้เป็นยาและบริโภคอาหารได้ การผลิต เพาะปลูกจึงเป็นสิ่งสำคัญ ควรมีการเพาะปลูกที่มีคุณภาพมาตรฐาน ควรมีวิธีการที่ดีในการเพาะปลูก เพื่อเพิ่มคุณภาพในการผลิตสมุนไพรจากกระเทียมและมีปริมาณมากพอต่อความต้องการของตลาดมากขึ้น

4.4 ด้านการตลาด ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ รวมไปถึงองค์ความรู้ในเรื่องทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้า การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

4.5 ด้านการเงิน/การลงทุน ความต้องการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มแหล่งเงินทุนนั้นมาจากทุนของเกษตรกรเอง เนื่องการปลูกพืชสมุนไพรใช้ต้นทุนในการผลิตค่อนข้างต่ำ จึงใช้เงินลงทุนในการผลิตไม่มากอีกทั้งยังมีหน่วยงานและนักวิจัยที่ให้ความสนใจเข้าไปส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของอำเภอสะเมิง

## ตอนที่ 2 สรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน

ผลการสรุปบทเรียนการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน ดังนี้

2.1 การเป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว ผลของการพัฒนานำไปสู่ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ได้แก่ กล้วยหวาน สตรอเบอรี่ ข้าว และสมุนไพร การรวมกลุ่มเกิดกระบวนการเรียนรู้ วางแผน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาไปด้วยกัน และร่วมรับผลประโยชน์ ผลจากการจัดกระบวนการบริหารและพัฒนาสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การปลูกพืชผลทางการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ตามหลักการปฏิบัติการเกษตรที่ดีผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเกษตรไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์บนพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมี 2 กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่ทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ คือ กล้วยหวานอินทรีย์ และข้าวอินทรีย์ อีก 2 กลุ่ม คือ สตรอเบอรี่ และสมุนไพรทำการเกษตรปลอดภัยที่ให้ผลผลิตปลอดภัยจากสารพิษไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักเกษตรอำเภอสะเมิงที่จะช่วยเหลือตรวจสอบคุณภาพผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง

2.2 รูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลของการบริหารการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน นั้น คือกิจการที่ได้มาจากการรวมกลุ่มของอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง ที่ได้รับการพัฒนากระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายของกิจการที่ชัดเจนในการแก้ไขปัญหาพัฒนาชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อมการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น และมีการนำเอากำไรกลับคืนสู่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกันมีกำไรกลับคืนสู่สังคม เป็นวิสาหกิจชุมชนตามกิจการเพื่อสังคมในระดับชุมชน ดำเนินการโดยคนในชุมชน เช่น ระบบสหกรณ์ เครือข่าย เศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมี 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ กล้วยหวาน สตรอเบอรี่ ข้าว และสมุนไพร

2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ภายใต้แนวคิดผลิตภัณฑ์สีเขียวโดยอาศัยวัตถุดิบในท้องถิ่นทำให้ได้สินค้าเกษตรใหม่ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยการผลิตบนพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของอำเภอสะเมิง โดยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ มีภาระความรับผิดชอบต่อกระบวนการผลิต ไม่ใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ จำนวน 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หนุ่ยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร ภายใต้ตราสินค้ากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ คือ เว็บไซต์ของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

### อภิปรายผล

#### ผลการบริหารการพัฒนา

เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ขาดความรู้โอกาสที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร เกษตรกรจึงมีความต้องการเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ปรากฏผลข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อม ว่าด้วยหลักการของกลุ่ม SME ฐานราก ต้องได้รับการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการเติบโต เช่น SME ที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจรายย่อย เจ้าของธุรกิจที่ไม่มีการจ้างงาน ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเพื่อการยังชีพ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นเป้าหมายในการสร้างงาน สร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับคนส่วนใหญ่ของประเทศ การส่งเสริม SME กลุ่มนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2564) ซึ่งสอดคล้องกับ(เนพวรรณ บุญธรรม 2558) ให้ความหมายของการบริหารการพัฒนา คือ ทิศทางการบริหารการพัฒนาเป็นแนวทางหรือวิธีการหนึ่งของการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐที่นำมาใช้ในการบริหารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมพัฒนารวมทั้งการพัฒนาหรือปรับปรุงการบริหารภายในของหน่วยงานของรัฐและเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ กระบวนการ และบุคคล โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมด้วย ทั้งนี้ มีจุดหมายปลายทางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการบริการประชาชน และเพื่อความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ผลการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว มีดังนี้

1. เกิดการเรียนรู้ร่วมกันจากการมีส่วนร่วมในการจัดกระบวนการบริหารการพัฒนา โดยกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวที่ได้รับการพัฒนา 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หนุ่ยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร การบริหารการพัฒนาทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ ผ่านการวิเคราะห์ความต้องการ



การวางแผน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาไปด้วยกัน และร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับ(ชาติชาย ณ เชียงใหม่2531) ได้ให้คำนิยามของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา หมายถึง การที่ประชาชน ได้มีส่วนร่วมในการคิดและร่วมมือในการพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยเริ่มจากการรู้สภาพปัญหาความต้องการ เสนอแนวทางแก้ไข และลงมือแก้ปัญหาชุมชนในการมีส่วนร่วม ผลการบริหารการพัฒนา พบว่า เกษตรกรเกิดการเปลี่ยนแปลง 5 ด้าน คือ 1. ด้านความคิดทางบวกต่อการผลิต ผลิตภัณฑ์สีเขียว มีการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ที่ให้ความสำคัญกับการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย การผลิตสินค้าอินทรีย์ ได้แก่ กลุ่มหญ้าหวานอินทรีย์ กลุ่มข้าวอินทรีย์ 2. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีรูปแบบการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อการผลิตและแปรรูป ลักษณะแรก คือ มีการรวมกันผลิต รวมการแปรรูป รวมกันจัดจำหน่าย และร่วมกันทำการตลาด รวมไปถึงการลงทุนร่วมกัน ได้แก่ กลุ่มหญ้าหวานอินทรีย์ และกลุ่มข้าวอินทรีย์ ลักษณะสอง แยกการผลิต แยกกันลงทุน แต่ทำการตลาดร่วมกัน คือ การสร้างตราสินค้าร่วมกัน การตั้งราคาร่วมกัน การส่งเสริมการขายร่วมกัน การกำหนดช่องทางการจำหน่ายร่วมกัน ได้แก่ กลุ่มสตอเบอร์รี่ และกลุ่มสมุนไพรร (กระเทียม) ทั้งนี้ 4 กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มีการจัดโครงสร้างองค์กร พบว่า มีการจัดโครงสร้างองค์กรแบบหลวม ๆ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบแบบกว้าง ส่วนใหญ่การทำงานร่วมกันจะให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม 3. ด้านการผลิต มีการพัฒนา โดยการลดการใช้สารเคมีในการผลิต ได้แก่ กลุ่มสตอเบอร์รี่ และกลุ่มสมุนไพรร (กระเทียม) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต กล่าวคือ ตั้งแต่ การเพาะปลูก มีกระบวนการเพาะปลูกที่ลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ให้ความสนใจกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ออกแบบให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย บรรลุภัณฑ์ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ย่อยสลายง่าย มาจากแนวคิดผลิตภัณฑ์สีเขียว รวมไปถึงการได้รับรองมาตรฐานการผลิต 4. ด้านการตลาด พบว่า มีการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์ มีการสร้างเว็บเพจเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิงเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ตลอดจนมีการสร้างเรื่องราวผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนในท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์อำเภอสะเมิง ส่งผลให้ เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ มีตัวผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย โดดเด่น จึงทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าของแต่ละกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 5. ด้านการเงิน/ลงทุน พบว่า ส่วนใหญ่จะได้รับทุนสนับสนุน ช่วยเหลือจากโครงการภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมีนักวิจัยที่ให้ความสนใจในการช่วยพัฒนา รวมไปถึงการระดมทุนภายในกลุ่ม

2. รูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น คือ กิจการที่ได้มาจากการรวมกลุ่มของอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงที่ได้รับการพัฒนากระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายของกิจการที่ชัดเจนในการแก้ไขปัญหาพัฒนาชุมชนสังคม และสิ่งแวดล้อมการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น และมีการนำเอากำไรกลับคืนสู่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ผลประโยชน์และกำไรมาจากการดำเนินงาน มีการรวมกลุ่มในชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน รายได้ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจจะนำกลับมาพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาองค์กรในท้องถิ่นให้เติบโตขึ้น เพื่อประโยชน์ของสมาชิกกลุ่มและคนในชุมชนเป็นหลัก ตลอดจนมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการผลิต ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายตามธรรมชาติ ในขณะเดียวกันมีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกันมีกำไรกลับคืนสู่สังคม เป็นวิสาหกิจชุมชนตามกิจการเพื่อสังคมในระดับชุมชน ดำเนินการโดยคนในชุมชน เช่น ระบบสหกรณ์ เครือข่ายเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมี 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ กล้วยหวาน สตรอเบอร์รี่ ข้าว และสมุนไพร ปราบกัญช้ออกันพบที่เกี่ยวข้อกับแนวคิดการเพื่อสังคม ว่าด้วยประเภทของกิจการเพื่อสังคมที่พัฒนาจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสังคมประเภทนี้เป็นองค์กรธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไร และมีการนำเอากำไรกลับคืนสู่ผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของแต่ในขณะเดียวกันก็ได้ให้ความสำคัญกับพันธกิจทางสังคมควบคู่ไปกับพันธกิจทางธุรกิจด้วย โดยมีการเชื่อมโยงการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมเข้าไปสู่กระบวนการปกติของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับศุภณิศร์ (2556) ที่พบว่า ด้านการจัดการส่วนใหญ่มีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างชัดเจน ด้านการผลิต พบว่าส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าให้พอดีกับความต้องการของตลาด ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้มาจากผลผลิตภายในท้องถิ่น มีการบริหารจัดการ ส่วนใหญ่จะแบ่งงานตามหน้าที่ออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายการผลิต ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี เป็นต้น การแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ทุกฝ่ายจะมีการประสานงานกันสม่ำเสมอทำให้เกิดการรวมกลุ่มเกิดสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนสมาชิกด้วยกัน ด้านการตลาดต้องการช่องทางในการจำหน่ายให้มากขึ้น ตั้งแต่ ตัวผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การส่งเสริมการขาย และด้านการเงินการลงทุน คือ การบริหารจัดการรายรับและรายจ่ายให้เหมาะสม มีกำไร การทำการตลาดเป็นปัญหาหลักของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์เพราะเกษตรกรไม่เคยถูกฝึกมาทางด้านการขาย การปรับเปลี่ยนวิธีคิดจะต้องใช้ความรู้ทางวิชาการเข้ามาช่วย จึงเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา

3. ผลพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น ภายใต้แนวคิดผลิตภัณฑ์สีเขียวโดยอาศัยวัตถุดิบในท้องถิ่นทำให้ได้สินค้าเกษตรใหม่ของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ในปัจจัยการผลิตบนพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของอำเภอสะเมิง โดยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ มีภาระความรับผิดชอบต่อกระบวนการผลิต ไม่ใช่สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ ซึ่งสอดคล้องกับสันทนา อมรไชย

(2551:หน้า29)ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์สีเขียว คือ ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Green Products) โดยจำกัดความของกรีนพีซซึ่งเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่รณรงค์การรักษาสิ่งแวดล้อมทั่วโลกได้ให้คำจำกัดความของผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไว้ 8 ประการ คือ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตให้พอดีกับความต้องการของผู้บริโภคโดยปราศจากความฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ 3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์ 4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์พลังงานธรรมชาติผลิตแล้วต้องไม่เปลืองพลังงานเริ่มตั้งแต่การผลิตการใช้ไปถึงการสิ้นสภาพกระบวนการผลิตจะไม่ทำให้เสียสินค้าโดยไม่จำเป็นหรือเมื่อผลิตออกมาเป็นสินค้าแล้วควรมีอายุการใช้งานนานเพิ่มหรือเติมพลังงานเข้าไปใหม่ได้ 5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภาชนะหีบห่อน้อยที่สุดการออกแบบกล่องหรือหีบห่อบรรจุต้องไม่ฟุ่มเฟือย 6. กระบวนการผลิตสินค้าในโรงงานต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นการนำทรัพยากรมาใช้หรือทิ้งของเสียลงสู่ธรรมชาติ 7. ห้ามทารุณกรรมสัตว์เช่นสุนัขแมวหรือลิงโดยการนำไปเป็นสัตว์ทดลองเพื่อวิจัยผลการผลิตสินค้า 8. ห้ามนำสัตว์สงวนพันธุ์มาผลิตเป็นสินค้าเด็ดขาดหรือมีการทำลายชีวิตสัตว์เหล่านั้นทางอ้อม ปรากฏผลข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ว่าด้วยหลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในการสร้างความสมดุลระหว่าง 3 มิติ ประกอบด้วย 1. มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพกระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย 2. มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ให้คนมีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้นส่งเสริมสังคมที่มีคุณภาพและเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ 3. มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ในปริมาณที่สมดุลต่อระบบนิเวศ สามารถผลิตทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้และฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ เมื่อนำมาเป็นกรอบในการพิจารณาตามหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ก็ปรากฏว่ามีความน่าสนใจหลายประการที่มีความสอดคล้องกันอย่างลงตัว ได้แก่ มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนนำมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ การพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียว มีความโดดเด่นในเรื่องของการสร้างรายได้ จากการขายผลิตภัณฑ์สีเขียวคืนกำไรสู่สังคมและมิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สนใจที่จะลดการใช้สารเคมี หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ยังต้องการผลิตทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีประยุกต์กับความรู้และเทคโนโลยีสมัยเข้าด้วยกันสานต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วนำมาใช้ซ้ำหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากการวิจัย พบว่า จากปัญหาที่ผ่านมาเกษตรกรยังมีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตหน่วยงานราชการที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริม หรือนักวิจัยที่ทำการวิจัยร่วมกับชุมชน ควรเข้ามาช่วยเหลือ เสนอแนวทาง สร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจที่ดี ปรับเปลี่ยนทัศนคติของเกษตรกร ในการลดใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากผลกระทบทางลบในอดีต ปัจจุบันควรมีการปรับเปลี่ยนวิธีคิด สร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะส่งผลดีในอนาคตให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้น หน่วยงานของรัฐบาลหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรจะหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนทัศนคติต่อเกษตรกร เพื่อขยายจำนวนเกษตรกรของอำเภอในการเป็นผลิตภัณฑ์สีเขียว ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ควรมีมาตรการและแนวทางอย่างไร

1.2 จากการวิจัย พบว่า หน่วยงานราชการที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริม เกษตรกรของอำเภอสะเมิง มีหลายหน่วยงานต่างคนต่างทำทำให้ขาดแนวทางในการพัฒนาที่ชัดเจนและต่อเนื่องตลอดจนขาดการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการแบบครบวงจร ดังนั้น หน่วยงานราชการในอำเภอสะเมิงควรมีการระดมความคิดสร้างความร่วมมือและบูรณาการในการพัฒนาร่วมกันตลอดจนพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจแบบครบวงจร คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

### 2. ข้อเสนอเชิงปฏิบัติการ

2.1 จากการวิจัย ค้นพบว่า เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ของอำเภอสะเมิง ควรได้รับการปรับเปลี่ยนมุมมองทัศนคติที่ดี ต่อการปรับเปลี่ยนลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์สีเขียว มีการเข้าร่วมกิจกรรมที่เสริมสร้างทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ ให้มีมุมมองที่กว้างเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึง เกษตรกรมีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง มีการฝึกทักษะ จากการแข่งขันกิจกรรมอบรมต่าง ๆ ที่เพิ่มพูนความรู้ให้มากขึ้น ทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ดังนั้น เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ควรเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของตัวเอง และกลุ่มเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ที่มีความเข้มแข็ง มีคุณภาพมากขึ้น

2.2 จากการวิจัย พบว่า การจัดการกระบวนการบริหารการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีหน่วยงานราชการเข้ามาให้ความช่วยเหลือหลายหน่วยงานซึ่งโดยหลักการส่งผลดีต่อเกษตรกรแต่ในระยะเวลาที่ผ่านมาพบว่าการส่งเสริมและพัฒนาดูเหมือนไม่ค่อยจริงจังทำให้ชุมชนเข้าใจว่าหน่วยงานราชการเพียงแค่

เข้ามาใช้งบประมาณไม่ได้เข้ามาทำการพัฒนาอย่างจริงจัง ทำให้เกษตรกรเกิดความเบื่อหน่ายและหมดหวังในการพัฒนา ดังนั้น เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลควรบูรณาการแผนร่วมกันและส่งเสริมการพัฒนาอย่างจริงจังครบวงจรของความเป็นผู้ประกอบการจนสามารถทำให้เกษตรกรพึ่งตัวเองได้อย่างแท้จริง

### 3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยและพัฒนาครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยและพัฒนาครั้งต่อไป ควรมีการนำแผนตามความต้องการในการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ไปสู่การปฏิบัติให้ครบทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน ให้เกิดรูปธรรมกิจการเพื่อสังคม ทั้งนี้ ให้เกษตรกรสามารถพัฒนาอาชีพเพื่อการพึ่งพาตัวเองได้ และนำกำไรที่ได้ขยายผลในพื้นที่ใกล้เคียง

3.2 การวิจัยและพัฒนาครั้งต่อไป ควรมีการพัฒนากลไกมีศูนย์รวบรวมและจำหน่ายร่วมกัน รวมถึงการพัฒนาในการประกอบธุรกิจ มีการขยายสมาชิกเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เป็นกิจการเพื่อสังคมได้ในอนาคตข้างหน้า



## บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ. 2550. **แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:  
<http://www.pcd.go.th>.
- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. 2556. **แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน**. (ระบบออนไลน์).  
แหล่งที่มา:<http://www.mnre.go.th>.
- กอบปริญญา อุตระศักดิ์. 2542. **สภาวะการผลิตและการตลาดสตรอเบอร์รี่ในจังหวัดเชียงใหม่**.  
**ศูนย์บริหารงานวิจัย**. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 78หน้า.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2543. **การจัดการเครือข่าย**: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูป  
การศึกษา กรุงเทพฯ, บริษัท ชัคเซสมิเดีย จำกัด.
- โครงการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง. 2554. **TOWS Matrix**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:  
[http://en.Wikipedia.org2wiki/GAP\\_analysis](http://en.Wikipedia.org2wiki/GAP_analysis).
- โครงการเสริมสร้างความแข็งแกร่ง. 2554. **ทฤษฎี SWOT Analysis**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:  
[http://en.Wikipedia.org2wiki/SWOT\\_analysis](http://en.Wikipedia.org2wiki/SWOT_analysis).
- จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา. 2557. **กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย** โครงการพัฒนา  
โดยตุง. ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. วารสารวิชาการ Veridian7(1):  
ชัยยุทธ์ ชำนาญเลิศกิจ. 2558. **กิจการเพื่อสังคมในระบบตลาดเป็นฐานเพื่อผลตอบแทนทางสังคมต่อ  
การลงทุนที่ยั่งยืน**. บัณฑิตวิทยาลัย กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม:236หน้า.
- ชาติชาย ณ เชียงใหม่. 2531. **ค่านิยมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ. 6-10.
- ทะนงศักดิ์ คุ่มไชนะ. 2534. **การพัฒนาชุมชนเชิงปฏิบัติการ**. กรุงเทพฯ, บพิธการพิมพ์. 6-10.
- ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. 2556. **การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:  
<http://mis.econ.cmu.ac.th/teacher/thanes/files/Book2013.pdf>.
- นงนุช อิมพิทักษ์. 2540. **แนวคิดผลิตภัณฑ์สีเขียว**. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยมหิดล: 49.
- นพวรรณ บุญธรรม. 2558. **การบริหารการพัฒนา**. เชียงใหม่, โรงพิมพ์เชียงใหม่.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. 2527. **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิสาชล สิริตนากร. 2556. **รูปแบบการบริโภคสีเขียวของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่,  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปฐวี ศรีโสภา. 2553. **การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร**.  
กรุงเทพมหานคร, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พรศิริ กองนวล. 2558. การวิจัยและพัฒนาการจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเองและเอื้อต่อ  
**การแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างบูรณาการ** : การศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปอำเภอพระ  
 สมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์. 2531. การมีส่วนร่วมของประชาชน. วารสารพัฒนาชุมชน: 24-30.
- ภูมิธรรม เวชชัย. 2555. แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:  
<http://www.ptu.ac.th/journal/data/4-3/4-3-17.pdf>.
- ระบบสถิติทางทะเบียน. 2560. **ข้อมูลทะเบียนราษฎร์**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:  
<http://stat.bora.dopa.go.th>.
- วรลักษณ์ ศรีกันทา. 2555. **แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์**. ลำปาง, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- วันเพ็ญ วอกลาง. 2534. การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการพัฒนา. คณะพัฒนาสังคม.  
 สาขาพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. 2550. การบริหารการพัฒนา. หน้า 4. ใน: นพวรรณ บุญธรรม. โรงพิมพ์เชียงใหม่,  
 เชียงใหม่. 207หน้า.
- ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์. 2556. **ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับระดับ5ดาว**  
 อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต 1(1): 31-41.
- ศูนย์ข้อมูลประเทศไทย. 2560. **อำเภอสะเมิง**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:  
<http://chiangmai.kapook.com/สะเมิง>.
- สถาบันพัฒนาชุมชน. 2549. **พลังความเข้มแข็งชุมชน**. กรุงเทพฯ, สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน.
- สันทนา อมรไชย. 2552. **ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน**. วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ  
 1(1): 29-36.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2560. **แผนส่งเสริม SME**. (ระบบออนไลน์).  
 แหล่งที่มา: <http://www.sme.go.th>.
- สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ. 2557. **ความหมายและคุณลักษณะของ SE**.  
 (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา:<http://www.tseo.or.th/about/social-enterprise/means>.
- สิทธิณัฐ ประพุทธินิติสาร. 2545. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แนวคิดและแนวปฏิบัติ.  
 กรุงเทพมหานคร.
- สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล. 2558. การวิเคราะห์ข้อมูลทางรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนตร์. เชียงใหม่,  
 มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อมรวิชซ์ และคณะ. 2548. **ขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม**. ชุดวิชาการวิจัยชุมชน  
 กรุงเทพฯ, 248หน้า.

อาภรณ์พันธ์ จันทร์สว่าง. 2525. **ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชน**. คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Dees. 1998. **การประกอบกิจการเพื่อสังคม**. (Online). Available:

[http://www.oae.go.th/ewt\\_new.php?nid=14631](http://www.oae.go.th/ewt_new.php?nid=14631).

Erwin William. 1976. **แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม**. (Online). Available: <http://thesis.rru.ac.th>.

Lisk Franklyn. 1985. **ความหมายของการมีส่วนร่วม**. (Online). Available: <http://thesis.rru.ac.th>.

Social Enterprise UK. 2015. **Social Enterprise**. (Online). Available:

<http://www.socialenterprise.org.uk/about/about-social-enterprise/FAQs#what>.

Turton Andrew. 1978. **ความหมายของการมีส่วนร่วม**. (Online). Available:

<http://thesis.rru.ac.th>.

UNESCAP. 2010. **Green Marketing**. (Online). Available: <https://research.utwente.nl>.





## ภาคผนวก

### แบบสัมภาษณ์

#### เกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

#### คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย เรื่องการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ สวีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อจัดกระบวนการบริหารการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สวีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม เพื่อประกอบการศึกษาระดับปริญญาโทของผู้วิจัย ในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นโยบายและการบริหารสาธารณะ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ทั้งนี้ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ได้โปรดให้ข้อเท็จจริงในการตอบแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ รายละเอียดแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สวีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ถามประกอบด้วย ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ปลูก สภาพปัญหาด้านอาชีพในปัจจุบัน เป็นแบบปลายเปิด

**ตอนที่ 2** สอบถามเกี่ยวกับเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สินค้าที่ผลิต ปัญหาด้านอาชีพ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่ายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพ 5 ด้าน เป็นคำถามปลายเปิด

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะ ของกลุ่มอาชีพ เกษตรกร ผู้ผลิต ความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สวีเขียว ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากิจการเพื่อสังคม เกี่ยวกับการพัฒนา กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้และขอขอบพระคุณมา ณ. โอกาสนี้

นักศึกษาปริญญาโท

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา นโยบายและการบริหารสาธารณะ

**ตอนที่ 1** สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ถามประกอบด้วย ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ปลูก สภาพปัญหาด้านอาชีพในปัจจุบัน

**1.1) ข้อมูลเกษตรกร/ผู้ผลิต**

ชื่อ นาย/นาง/นางสาว .....นามสกุล.....

**1.2) ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ปลูก**

- ข้าว
- สตรอเบอร์รี่
- หนุ่ยหวาน
- สมุนไพร ระบุ .....

**ตอนที่ 2** สอบถามเกี่ยวกับเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สินค้าที่ผลิต ปัญหาด้านอาชีพ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่ายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพ 5 ด้าน

**2.1) สภาพปัญหาด้านอาชีพในปัจจุบัน**

- 1).....
- 2).....

**2.2) ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่ายและพัฒนาผลิตภัณฑ์**

ลำดับที่	รายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่าย	รายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนา	การรับรองมาตรฐาน		
			ไม่	GAP	Organic
1.					
2.					
3.					
4.					

**2.3) จุดเด่นของผลิตภัณฑ์/ข้อแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ตลาดทั่วไป**

.....

.....

.....

## 2.4) ความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

## 2.5) ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพ 5 ด้าน

1.) ทักษะของเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ความคิดทางบวกต่อการผลิตผลิตภัณฑ์  
 สัมพันธ์ในมุมมองของเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์

กำหนดคะแนน 5 ระดับ ประกอบด้วย 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					ข้อเสนอแนะ
	5	4	3	2	1	
1. ใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม						
2. รู้สึกว่าซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวสามารถช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้						
3. อุปสรรคทางการเกษตรที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ทุกครั้งที่มีโอกาส						
4. รู้สึกเคยต่อการใช้สารเคมีทางการเกษตร						
5. ใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพราะต้องการสร้างความแตกต่างและโดดเด่น						
6. แนะนำให้ผู้อื่นซื้อ/ใช้ ผลิตภัณฑ์สีเขียวทุกครั้งที่มีโอกาส						
7. ความเชื่อมั่นต่อระบบสมาชิกและจัดสรรประโยชน์แบบสหกรณ์						
8. ความเชื่อมั่นต่อกิจการซื้อขายสินค้าเกษตรในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม						
9. โอกาสที่จะยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งออกสู่ตลาดสากล						
10. ปริมาณความต้องการของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม						

## 2.) ด้านการบริหารจัดการคน

1) มีการรวมกลุ่มอาชีพอยู่ในรูปแบบใด

การรวมกลุ่มทั้งผลิต/ขาย/จำหน่าย

ผลิตใครผลิตมันแล้วรวมกันขาย

รวมกลุ่มกันเพื่อจัดการความรู้

อื่นๆ.....

2) เป้าหมายเพื่อการวางแผนกลุ่มอาชีพในการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ในอนาคต

.....

### 3.) ด้านการจัดการผลิต

- 1) ด้านการเพาะปลูก.....
- 2) ด้านการดูแลรักษา.....
- 3) ด้านการเก็บเกี่ยว.....
- 4) ด้านการแปรรูป.....
- 5) มีการออกแบบผลิตภัณฑ์
  - มี เพราะ.....
  - ไม่มี เพราะ.....
- 6) ลักษณะการบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกเป็นอย่างไร.....

### 4.) ด้านการจัดการตลาด

- 1) ต้องการกลุ่มลูกค้าประเภทใด.....
- 2) คิดว่าผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่.....
- 3) ผลิตภัณฑ์มีราคาเท่าไร.....
- 4) ต้องการช่องทางการจำหน่ายแบบใด.....
- 5) ต้องการให้ส่งเสริมการขายด้วยวิธีการใด.....
- 6) ตราสินค้า มี .....
  - ไม่มี เพราะ.....
- 7) การขนส่งเป็นแบบใด.....

### 5.) ด้านการเงิน/การลงทุน

- 1) การหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์มาจากแหล่งใดบ้าง
  - ระดมทุนภายในกลุ่ม
  - เงินสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
  - เงินสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชน
  - ผสมผสานระหว่างเงินทุนของกลุ่มกับเงินสนับสนุนของหน่วยงาน
  - อื่นๆระบุ.....
- 2) มีการจัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายหรือไม่
  - มี
  - ไม่มี
- 3) ความต้องการด้านการลงทุน/ปัญหา
  - .....
  - .....

จากแบบสัมภาษณ์ข้างต้น กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ต้องการเพิ่มศักยภาพการบริหารการพัฒนาเพื่อการวางแผน ด้านใดมากที่สุด เหตุผล เพราะอะไร

กำหนดคะแนน 5 ระดับ ประกอบด้วย 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ความต้องการในการเพิ่มศักยภาพ	ระดับความต้องการ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการบริหารจัดการ					
2. ด้านการผลิต					
3. ด้านการตลาด					
4. ด้านการเงิน/การลงทุน					

1. ด้านการบริหารจัดการ เหตุผล เพราะ

.....

.....

.....

2. ด้านการผลิต เหตุผล เพราะ

.....

.....

.....

3. ด้านการตลาด เหตุผล เพราะ

.....

.....

.....

4. ด้านการเงิน/การลงทุน เหตุผล เพราะ

.....

.....

.....

**ตอนที่ 3** ข้อเสนอแนะ ของกลุ่มอาชีพ เกษตรกร ผู้ผลิต ความต้องการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์  
 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากิจการเพื่อสังคม เกี่ยวกับการพัฒนา  
 กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้าน  
 การตลาด และด้านการเงิน/การลงทุน

### ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูล





## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยบริหารศาสตร์ งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา โทร.๕๕๔๕

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/ว ๑๑๖๗

วันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล

ด้วย นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีกำหนดการจัดฝึกอบรมเพื่อตอบวัตถุประสงค์วิทยานิพนธ์ เรื่อง จัดกระบวนการบริหารการพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ในวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๑ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องประชุมโรงเรียนสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยหลักสูตรได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษรายละเอียดตามเอกสารแนบ โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อกับนักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๑๙๕ ๙๒๔๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)

คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยบริหารศาสตร์ งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา โทร.๕๕๔๕

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/ว ๑๑๖๓

วันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์

ด้วย นางสาวสิริณัฐ์ เพ็ญชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมึนสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีกำหนดการจัดฝึกอบรมเพื่อตอบวัตถุประสงค์วิทยานิพนธ์ เรื่อง จัดกระบวนการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ในวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๑ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องประชุมโรงเรียนสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยหลักสูตรได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษรายละเอียดตามเอกสารแนบ โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อกับนักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๑๙๕ ๙๒๔๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)

คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์





## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยบริหารศาสตร์ งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา โทร.๕๕๔๕

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/ว ๗๑๕๓

วันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ

เรียน อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ หนองรัตน์

ด้วย นางสาวสิริณัฐร เพื่อชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีกำหนดการจัดฝึกอบรมเพื่อตอบวัตถุประสงค์วิทยานิพนธ์ เรื่อง จัดกระบวนการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ในวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๑ เวลา ๐๙.๓๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องประชุมโรงเรียนสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยหลักสูตรได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดียิ่ง นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษรายละเอียดตามเอกสารแนบ โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อกับนักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๑๙๕ ๙๒๔๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)

คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์

ที่ ศร ๐๕๒๓.๑๔.๕/ ๓๕๔



วิทยาลัยบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ๖๓ หมู่ ๔  
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย  
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐

๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตใช้สถานที่ในการจัดฝึกอบรม

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนสะเมิงพิทยาคม

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย นางสาวสิริณัฐร เพื่องชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีความประสงค์ จะจัดการฝึกอบรม เรื่อง จัดกระบวนการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขออนุญาต ใช้สถานที่ในการจัดฝึกอบรม ในวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๑ เวลา ๐๙.๓๐ น. - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องประชุมโรงเรียนสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ประสานงานกับท่านโดยตรงและ สามารถติดต่อกับนักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘-๖๑๙๕ ๙๒๔๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)

คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์

งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๕๔๕

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๕๕๔๕



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยบริหารศาสตร์ งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา โทร.๕๕๔๕

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/ว ๑๔๗๒

วันที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน อาจารย์ ดร.ชมชวน บุญระหงษ์

ตามที่ นางสาวสิริณัฐ์ เพ็ญชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมึนสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีกำหนดการจัดสนทนากลุ่ม เรื่อง สรุบบทเรียนจากการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพ และผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน ในวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๑ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องสิงหนาท ชั้น ๓ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ อาคารเทพ พงษ์พานิช นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มตาม วัน เวลา และ สถานที่ดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อกับนักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๑๙๕ ๙๒๔๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)

คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน วิทยาลัยบริหารศาสตร์ งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา โทร.๕๕๔๕

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/ว.๑๔๓๖

วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล

ตามที่ นางสาวสิริณัฐ เพ็ญชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีกำหนดการจัดสนทนากลุ่ม เรื่อง สรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพ และผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน ในวันที่ ๘ สิงหาคม ๒๕๖๑ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องสิงหนาท ชั้น ๓ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ อาคารเทพ พงษ์พานิช นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มตาม วัน เวลา และ สถานที่ดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อกับนักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๑๙๕ ๙๒๔๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)

คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์



## บันทึกข้อความ

**ส่วนงาน** วิทยาลัยบริหารศาสตร์ งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา โทร.๕๕๔๕

**ที่** ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/ว.๖๔๒๒

**วันที่** ๗ กรกฎาคม ๒๕๖๑

**เรื่อง** ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

**เรียน** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์

ตามที่ นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิงในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม จังหวัดเชียงใหม่ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีกำหนดการจัดสนทนากลุ่ม เรื่อง สรุปบทเรียนจากการบริหารการพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพ และผลิตภัณฑ์สีเขียว ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน ในวันที่ ๘ สิงหาคม ๒๕๖๑ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. ณ ห้องสิงหนาท ชั้น ๓ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ อาคารเทพ พงษ์พานิช นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่มตาม วัน เวลา และ สถานที่ดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อกับนักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘๖๑๙๕ ๙๒๔๔

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)

คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/๑๗๐



วิทยาลัยบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
๖๓ หมู่ ๔ ตำบลหนองหาร  
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่  
รหัสไปรษณีย์ ๕๐๒๙๐

๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน นายอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ด้วย นางสาวสิริณัฐ์ เพ็องชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท  
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ  
วิทยาลัยบริหารศาสตร์ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว  
ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่  
โดยมี อาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ซึ่งการจัดทำวิทยานิพนธ์  
ดังกล่าว จำเป็นต้องใช้ข้อมูล ดังนี้

๑. ข้อมูลทะเบียนราษฎร พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑
๒. ข้อมูลประชากรในอำเภอสะเมิง พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑
๓. ข้อมูลทั่วไปและแผนที่อำเภอสะเมิง พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑

ในการนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขออนุเคราะห์  
ข้อมูลดังกล่าวจากท่าน โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อ  
นักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘-๖๑๙๕ ๙๒๔๔ หรือ Email: [sirosinee\\_mod007@hotmail.com](mailto:sirosinee_mod007@hotmail.com)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนาวิชาการ รักษาการแทน  
คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์

งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๔๗ ๕๕๔๕

โทรสาร ๐ ๕๓๔๗ ๕๕๔๐

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/๑๖๘



วิทยาลัยบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
๖๓ หมู่ ๔ ตำบลหนองหาร  
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่  
รหัสไปรษณีย์ ๕๐๒๙๐

๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน เกษตรอำเภอสะเมิง  
สำนักงานเกษตรอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ด้วย นางสาวสิริณัฐ์ เพ็ญชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท  
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ  
วิทยาลัยบริหารศาสตร์ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว  
ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่  
โดยมี อาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ซึ่งการจัดทำวิทยานิพนธ์  
ดังกล่าว จำเป็นต้องใช้ข้อมูล ดังนี้

๑. รายชื่อผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสะเมิง พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑
๒. รายชื่อเกษตรกรหรือผู้ผลิตในอำเภอสะเมิง พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑

ในการนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขออนุเคราะห์  
ข้อมูลดังกล่าวจากท่าน โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อ  
นักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๑๙๕ ๙๒๔๔ หรือ Email: [sirosinee\\_mod007@hotmail.com](mailto:sirosinee_mod007@hotmail.com)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์)  
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนาวิชาการ รักษาการแทน  
คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์

งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๕๔๕

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๕๕๔๐

ที่ ศธ ๐๕๒๓.๑๔.๕/๑๖๘



วิทยาลัยบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
๖๓ หมู่ ๔ ตำบลหนองหาร  
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่  
รหัสไปรษณีย์ ๕๐๒๙๐

๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน พัฒนาการอำเภอสะเมิง  
สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ด้วย นางสาวสิริณัฐ์ เพ็องชูชาติ รหัส ๖๐๐๕๔๐๔๐๐๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท  
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ  
วิทยาลัยบริหารศาสตร์ กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียว  
ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่  
โดยมี อาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมึนสกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ซึ่งการจัดทำวิทยานิพนธ์  
ดังกล่าว จำเป็นต้องใช้ข้อมูล ดังนี้

๑. รายชื่อผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสะเมิง พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑
๒. รายชื่อเกษตรกรและอาชีพของประชาชนในอำเภอสะเมิง พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑

ในการนี้ เพื่อให้การจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงขออนุเคราะห์  
ข้อมูลดังกล่าวจากท่าน โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับท่านโดยตรงและสามารถติดต่อ  
นักศึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๖๑๙๕ ๙๒๔๔ หรือ Email: [sirosinee\\_mod007@hotmail.com](mailto:sirosinee_mod007@hotmail.com)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์)

รองคณบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนาวิชาการ รักษาการแทน  
คณบดีวิทยาลัยบริหารศาสตร์

งานบริการการศึกษาและกิจการนักศึกษา

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๕๔๕

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๕๕๔๐



## ใบลงทะเบียน

เรื่อง จัดกระบวนการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอสะเมิง  
จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม

วันที่ 29 เดือน มิถุนายน พ.ศ.2561 ระหว่างเวลา 9.30-16.00น.

ณ ห้องประชุมโรงเรียนสะเมิงพิทยาคม อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์	ลายมือชื่อ
1	ผ.ศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
2	อ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
3	อ.ดร.ชัยวัฒน์ หน่อรัตน์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
4	นายสาคร สายบัวคำ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
5	นายจักรพันธ์ ลิ่มมั่งกูร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
6	นางสาวสิริณัฐ์ เฟื่องชูชาติ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
7	นายเจษฎา กองวาง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
10	MR.JAMYANG PHUNSHO	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
11	นางอรทัย ชุ่มมงคล	ร.ร.สะเมิงพิทยาคม	
12	นางบุญนำ ยามาโมไต	มูลนิธิसानผีนา	
13	นางบุญศรี จินาโส	ข้าว	
14	นายอินโถ ไชยเลิศ	ข้าว/สมุนไพรมะพร้าว	
15	นางสาวจินต์นิภา เกิดนาค	ข้าว/สมุนไพรมะพร้าว	
16	นายเจริญ จันทรมณีโชติ	ข้าว/สมุนไพรมะพร้าว	
17	นายประสิทธิ์ อินตา	ข้าว/สมุนไพรมะพร้าว	
18	นางวันดา ไชยเลิศ	ข้าว/สมุนไพรมะพร้าว	
19	นางลัดดา บุญมาลา	สมุนไพรมะพร้าว	
20	นางละออง ศรีวรรณะ	หญ้าหวาน	
21	นางบัวบาน ยะมะโน	หญ้าหวาน	
22	นางศรีเพ็ญ ศรีวรรณะ	หญ้าหวาน	
23	นายสุนทร ยะมะโน	หญ้าหวาน	

24	นางสังวาลย์ สิงทร	หมู่บ้าน	สังวาลย์
25	นางสาวชุดิภาญจน์ ยะมะโน	หมู่บ้าน	ชุดิ
26	นายโยชู วรรธา	สตรีเบอร์รี่	
27	นางสาวพิมพ์วิไล ทิประรัตน์	สตรีเบอร์รี่	พิมพ์วิไล
28	นายวรารกร สาณวิทย์	สตรีเบอร์รี่	วรารกร
29	นางชนิตา เพ็องชูชาติ	ผู้ประกอบการ/สตรีเบอร์รี่	ชนิตา
30	นายสรนิกกร ใจบุญ	ก.ศ.น.ยังเมิน	สรนิกกร
31	นางวิมล ใจบุญ	ใจบุญ	วิมล
32	นางปภัสนันท์ ใจบุญ	หมู่บ้าน/สตรีเบอร์รี่	ปภัสนันท์
33			
34			
35			

## ใบลงทะเบียน

เรื่อง สรุปรบเรียนจากการบริหารการพัฒนากลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นของ  
อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นกลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์สีเขียวในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมสู่ชุมชน

วันที่ 8 เดือน สิงหาคม พ.ศ.2561 ระหว่างเวลา 13.00 - 16.00 น.

ณ ห้องสิงหนาท ชั้น 3 วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	กลุ่มอาชีพและผลิตภัณฑ์	ลายมือชื่อ
1	ผ.ศ.ดร.สถาพร แสงสุโพธิ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
2	ผ.ศ.ดร.สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
3	อ.ดร.ชมชวน บุญระหงษ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
4	นางบุญนำ ยามาโมไต	ข้าว	
5	นางบุญศรี จินาโส	ข้าว	
6	นายประสิทธิ์ อินตา	สมุนไพร	
7	น.ส.ลัดดา บุญมาลา	สมุนไพร	
8	นายันทวีวัฒน์ ไชยเลิศ	สมุนไพร	
9	นางชนิดา เพ็องชูชาติ	สตรอเบอร์รี่	
10	นางละออง ศรีวรรณะ	หญ้าหวาน	
11	นางสังวาลย์ สิงทร	หญ้าหวาน	
12	นางบัวบาน ยะมะโน	หญ้าหวาน	
13	น.ส.ชุตติกาญจน์ ยะมะโน	หญ้าหวาน	
14	นายจักรพันธ์ ลิ้มมั่งกูร	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
15	นายจักรภพ อุดมคุณ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
16	นายอโนชา ปาระมีสีก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
17	นางสาวสิริณภัฏร เพ็องชูชาติ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	
18	นพ. ดั้งฝึก ดั้งรงคน	หญ้าหวาน	
19			
20			

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวสิรินันท์ เฟื่องชูชาติ
เกิดเมื่อ	31 สิงหาคม 2534
ประวัติการศึกษา	2557 ปริญญาตรี วท.บ.สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ 2553 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสะเมิงพิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่ 2550 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสะเมิงพิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่ อีเมล Sirosinee_mod007@hotmail.com

