**บทที่ 2**

**แนวคิดทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ต้องการศึกษาและถ่ายทอดแนวทางการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นคว้าเอกสารข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

 1. ความหมายของการถ่ายทอดเทคโนโลยี

 2. ประเภทของการถ่ายทอดเทคโนโลยี

 3. องค์ประกอบของการถ่ายทอดเทคโนโลยี

 4. แนวคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น

 5. การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงในวัฒนธรรม

 6. การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้หลักการพัฒนาแบบบูรณาการหรือองค์รวม

 7. การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงโดยภูมิปัญญาชาวบ้าน

 8. แนวคิดและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP

 9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**1. ความหมายของการถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technological transfer)**

การถ่ายทอดเทคโนโลยีหมายถึง กระบวนการของความรู้หรือเทคโนโลยีซึ่งเกิดในที่หนึ่งถูกนำไปใช้ในอีกที่หนึ่ง กระบวนการนี้จะต้องเกิดจากการวางแผน และการดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้ให้และผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

 จากความหมายอธิบายได้ว่า การถ่ายทอดเทคโนโลยีไม่ใช่เพียงแต่การแพร่กระจายเทคโนโลยีไปสู่ผู่รับเท่านั้น แต่ยังหมายถุงความสามารถของผู้รับที่จะนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ยังมีขอบเขตที่กว้างขวาง คือ ตั้งแต่การเสนอข้อมูลข่าวสารสนเทศในรูปของเอกสารหรือการสื่อสารใด ๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง และรวมไปจนถึงการลงทุนของชาวต่างประเทศ การซื้อเครื่องจักร การจ้างผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ การให้การฝึกอบรม การซื้อขายเทคโนโลยีจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งนับว่าเป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อน ต้องใช้ความรอบคอบเพื่อให้ได้รับประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้ให้และผู้รับเทคโนโลยี

 อย่างไรก็ตาม การถ่ายเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นก็เพราะระดับความรู้ ความสามารถของการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน การถ่ายทอดเทคโนโลยีจะมีรูปแบบเป็นธรรมชาติ โดยยึดสถานการณ์จริง วัสดุอุปกรณ์จริงเป็นสำคัญ จึงต้องพิจารณาผลที่คาดหวังว่าจะได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีได้รับสิ่งสำคัญ 3 ประการ คือ

 1. มีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีนั้นๆคือ ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะต้องได้รับความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนมองเห็นประโยชน์ และความสำคัญของเทคโนโลยีนั้นๆก่อนเป็นอันดับแรก

 2. เปลี่ยนทัศนคติคือ ผู้รับอาจจะยังไม่เคยมีประสบการณ์และไม่เคยรู้จักเทคโนโลยีที่นำมาถ่ายทอด เขาอาจจะต่อต้านหรือไม่สนใจ ดังนั้น ผู้ให้การถ่ายทอดจะต้องหาวิธีการเปลี่ยนทัศนคติให้ผู้รับเกิดการยอมรับเทคโนโลยีด้วยความเต็มใจ ศรัทธาและมองเห็นประโยชน์ที่ได้รับอย่างแท้จริง

 3. ทักษะคือ เราหวังว่าจะให้ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีสามารถนำเทคโนโลยี ซึ่งจะเป็นเครื่องมือเครื่องใช้และหรือกระบวนการ วิธีการใช้ด้วยตัวเอง แลตัวเอง ถ้าผลิตได้เองก็จะดีที่สุด

กล่าวได้ว่าถ้าถ่ายทอดเทคโนโลยีสามารถดำเนินการให้ได้ครบทั้ง 3 ประการ ดังกล่าวแล้ว

จะเป็นที่เชื่อไดว่าเมื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีย้ายออกมาจากพื้นที่ ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือชาวชนบทจักยังคงใช้เทคโนโลยีนั้นตลอดไปด้วยความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และทักษะของเขาเองได้

**2. ประเภทของการถ่ายทอดเทคโนโลยี**

 การถ่ายทอดเทคโนโลยีนับเป็นขั้นตอนสำคัญ เพราะการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะประสบผลสำเร็จ และได้ผลดีก็ต่อเมื่อมีการแพร่กระจายของเทคโนโลยีไปยังผู้รับการถ่ายทอดอย่างทั่วถึง สามารถแบ่งการถ่ายทอดเทคโนโลยีออกเป็น 2 ประเภท คือ

 1. การถ่ายทอดเทคโนโลยีแนวตั้ง (Verticaltransfer) หมายถึง การถ่ายทอดความรู้และแนวคิดใหม่ๆ จากงานวิจัย และพัฒนาไปสู่การประดิษฐ์เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำไปใช้

 2. การถ่ายทอดเทคโนโลยีแนวนอน (Horizontaltransfer) หมายถึง การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ในประเทศ หรือบริเวณหนึ่งไปอีกประเทศ หรือบริเวณหนึ่ง หรือการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งไปยังอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งอาจจะอยู่ภายในประเทศเดียวกันหรือต่างประเทศก็ได้

 จะเห็นได้ว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้งแนวตั้งและแนวนอนมีลำดับขันตอนที่สัมพันธ์กัน คือ จุดเริ่มต้นของดารถ่ายทอดเทคโนโลยีเกิดจากการวิจัยและพัฒนาให้ได้มาซึ่งเทคโนโลยีที่เหมาะสม พัฒนาเป็นของตนเองได้ เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสามารถพึ่งตนเองได้จะต้องอาศัยความรู้ทางวิทยาศาสตร์ การศึกษาวิจัยที่อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีที่มีความสลับซับซ้อนเป็นเบื้องต้น แล้วจึงนำมาประดิษฐ์คิดค้นเป็นเทคโนโลยีใหม่ และการถ่ายทอดไปสู่ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่อยู่ในชุมชน โดยคาดหวังว่าเมื่อทำการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปสู้ผู้รับการถ่ายทอด แล้วเข้าสามารถยอมรับนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิต และให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม หรือเงื่อนไขต่างๆ ในชุมชนอย่างแท้จริง

 อย่างไรก็ตาม ถ้ากล่าวถึงคำว่า การถ่ายทอดเทคโนโลยีมักจะมีคำว่า การแพร่กระจายของเทคโนโลยี (Technological diffusion) เกี่ยวข้องกันจนทำให้เกิดการสับสน จนบางครั้งมีการใช้คำสองคำนี้แทนกันอยู่บ่อยๆ แต่ความจริงแล้วคำสองคำนี้ไม่เหมือนกัน แม้ว่าจะมีความสัมพันธ์กันอย่างมาก เพราะการเผยแพร่กระจายของเทคโนโลยีเป็นกระบวนการตามธรรมชาติ ซึ่งเทคโนโลยีแพร่กระจายไปสู่ผู้ใช้ต่างๆ โดยที่ผู้ใช้ได้เห็นประโยชน์และผลดีของการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว ผู้รับเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ อาจรับรู้และเลียนแบบการใช้จากผู้อื่น สามารถถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นกระบวนการซึ่งต้องมีการวางแผนไว้ก่อน มีการจัดทำข้อตกลง และเงื่อนไขในการถ่ายทอดเทคโนโลยี มีขั้นตอนหลายขั้นตอน ส่วนการแพร่กระจายของเทคโนโลยีเป็นขั้นตอนหนึ่งของการถ่ายทอดเทคโนโลยี และขั้นตอนสำคัญเพราะการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะประสบผลสำเร็จได้ดีก็ต่อเมื่อ มีการแพร่กระจายของเทคโนโลยีมากเพียงพอ ในฝ่ายผู้รับรู้เทคโนโลยี

**3. องค์ประกอบของการถ่ายทอดเทคโนโลยี**

 นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการถ่ายทอดเทคโนโลยีไว้อย่างน่าสนใจ และสมควรมาอ้างไว้ดังนี้

 ณรงค์ รัตนะ(2529 : 4) อธิบายว่า องค์ประกอบของการถ่ายทอดเทคโนโลยีต้องประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยี
2. ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี
3. ตัวเทคโนโลยี
4. สภาวะแวดล้อมหรือเงื่อนไข

 สำหรับ โสภาภรณ์ทรรพนันท์(2532 : 18 ) ยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่า องค์ประกอบในการถ่ายทอดเทคโนโลยี มี 3 ประการ คือบุคคลกระบวนการเทคโนโลยีจากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการถ่ายทอดเทคโนโลยีของทั้ง 2 ท่าน เมื่อพิจารณาแล้วมีความแตกต่างกันไม่มากนัก เพราะการกล่าวถึงบุคคลก็หมายถึง ผู้ให้ และผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ส่วนกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะพิจารณาถึงสถานที่ หลักการเรียนรู้ และขั้นตอนในการยอมรับของผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยี ซึ่งถ้าจะกล่าวว่าเป็นสภาวะแวดล้อมหรือเงื่อนไขก็คงสามารถเข้าใจไปในทางเดียวกันได้ สำหรับเทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยหลักในการถ่ายทอดเทคโนโลยีเหมือนกัน ดังนั้นจึงสรุปว่า องค์ประกอบของการถ่ายทอดเทคโนโลยีประกอบด้วย องค์ประกอบคือ 1. ผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยี 2. ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี 3. ตัวเทคโนโลยี 4. สภาวะแวดล้อมหรือเงื่อนไขจากองค์ประกอบทั้ง 4 ประการ สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

 **1. ผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยี** ได้แก่ ผู้ที่มีเทคโนโลยีซึ่งอาจมาจากการคิดค้น ด้วยตนเองหรือรับการถ่ายทอดมาจากผู้อื่นแล้วนำมาถ่ายทอดต่อ ผู้ให้การถ่ายทอดอาจเป็นหน่วยงานราชการ เอกชน บริษัท กลุ่มบุคคล สถาบัน ฯลฯ การถ่ายทอดเทคโนโลยีบางอย่าง อาจใช้คนเพียงคนเดียวก็ได้ แต่บางอย่างอาจต้องทำเป็นกระบวนการ เพราะมีความสลับซับซ้อน ต้องใช้หลายคน ผู้ให้การถ่ายทอดต้องเป็นผู้รู้จักสร้างระบบการถ่ายทอดขึ้นมา เป็นผู้ที่มีความชำนาญในการอธิบาย สื่อความหมายได้ชัดเจน ทำให้ผู้รับเข้าใจได้ง่าย ดังนั้น ผู้ให้การถ่ายทอดจึงควรมีความรู้พื้นฐานในการถ่ายทอดดังนี้

 1.1 รู้จักวิเคราะห์เหตุการณ์ ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้รู้ปัญหาของชุมชนนั้น แล้วแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาให้เขา โดยมีการดำเนินการเป็นกระบวนการต่อเนื่อง เป็นวัฏจักร ดังภาพ 1.3

การศึกษาสังเกต

มองปัญหาไห้พบ

การดำเนินงาน

เลือกวิธีการที่ดีที่สุด

รวบรวมข้อมูล

หาทางแก้ไข้ได้หลายวิธี

วิเคราะห์ปัญหา

ภาพที่ 2.1 วัฎจักรของการวิเคราะห์และการแก้ปัญหาในการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ที่มา : ณรงค์ รัตนะ2529: 5

 1.2 จะต้องมีความเข้าใจว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยี คือ การนำการเปลี่ยนแลงไปให้ผู้รับซึ่งอาจถูกต่อต้าน หรือเกิดปฏิกิริยาการต่อต้าน ผู้ให้การถ่ายทอดจะต้องเข้าใจว่านี่คือสภาพทั่วไปของมนุษย์โดยทั่วๆ ไป ซึ่งมีอยู่อย่างน้อย 2 สถานภาพคือ สถานภาพของตนเอง เช่น นิสัยใจคอ การเป็นตัวของตนเอง ฯลฯ อีกสถานภาพหนึ่ง คือ สถานภาพทางสังคม ได้แก่ การเป็นพ่อบ้าน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา ฯลฯ จะเห็นว่ามนุษย์คนหนึ่งจะมีในสถานภาพ คือ สถานภาพของของตนเองและสถานภาพทางสังคม สถานภาพทางสังคมจะเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์ และระเบียบต่างๆให้กับสถานภาพของตนเอง ผู้เป็นวิทยากรจึงต้องเข้าใจ 2 สถานภาพนี้ เพราะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลง

 ความรู้ คือ ความรู้ของคนจะเป็นส่วนที่ยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและเร็วที่สุดทั้งนี้จะทำให้สัญชาตญาณของมนุษย์ย่อมจะรับการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ

 ทัศนคติ คือ การเชื่อมั่นในความคิดของตน ซึ่งเป็นเรืองอยากที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต้องในเวลามากที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

 ความประพฤติของแต่ละบุคคล คือ การกระทำ การกล้าแสดงออกตามความเชื่อและแนวทางของตนเอง เป็นเรื่องที่ยากยิ่งในการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ต้องใช้เวลามากขึ้นไปอีก

 ความประพฤติของกลุ่ม คือ การกระทำร่วมกัน การแสดงออกตามความเชื่อและแนวทางของกลุ่ม เป็นสิ่งที่ยากขึ้นไปอีกถ้าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงต้องใช้เวลามากยิ่งๆ อีก

 การดำงานของวิทยากรต้องเริ่มดำเนินการทั้ง 2 สถานภาพ คือถ้าต้องการให้เขารับความรู้สิ่งใหม่เพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยเริ่มที่ตัวบุคคล แต่ถ้าต้องการเปลี่ยนแปลงความคิดต้องเริ่มต้นจากผู้นำกลุ่ม ผู้นำท้องถิ่น โดยใช้สภาวะของการเป็นผู้นำเป็นสื่อ คือ ทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้นำเสียก่อน ฉะนั้นวิทยากรหรือผู้ให้การถ่ายทอดจะต้องมีกลยุทธ์ที่จะนำการเปลี่ยนแปลงเข้าไปในชุมชนต่าง ๆ ไว้ 4 ขั้นตอน

 ตั้งวัตถุประสงค์หลัก คือ ความต้องการนำเทคโนโลยีเข้าไปเปลี่ยนแปลงบุคลากรในหมู่บ้าน ตั้งแต่หัวหน้าหมู่บ้านจนถึงสมาชิกทุกคน

 กำหนดจุดเริ่มต้น คือ ถ้าหวังความสำเร็จให้เริ่มต้นที่หัวหน้าหมู่บ้านลงไปสู่สมาชิกในหมู่บ้าน

 ให้ความสำคัญ คือ ให้แต่ละบุคคลที่จะได้รับผลตอบแทนของการเปลี่ยนแปลงเข้ามามีส่าวนในโครงการารับฟังความคิดเห็นและร่วมการแก้ปัญหานั้น

 จัดตั้งระบบ คือ เมื่อมีการยอมรับที่จะมีเปลี่ยนแปลงแล้ว จะต้องมีการจัดระบบที่ดีขึ้น มารองรับเทคโนโลยีนั้น ๆ ให้สามารถทำงานได้ตามวัตถุประสงค์

**คุณลักษณะของผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ดี ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน**

 1.ต้องตระหนักแน่ว่าเทคโนโลยีที่จะนำไปถ่ายทอดนั้นต้องแน่นใจว่าเป็นเรื่องที่ผู้รับ*ต้องการ*

 2.ต้องแน่นใจว่าเทคโนโลยีที่นำเข้าไปไห้นั้น สามารถแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ได้จริง ไม่บิดเบือนข้อมูลจนเข้ายอมรับ

 3.ต้องมองออกว่าผู้รับเทคโนโลยีมีความพร้อมมากเพียงใด

 4.ต้องเข้าใจถึงทัศนคติของผู้รับพยายามใช้ชื่อที่ง่ายเช่น ใช้ภาษาของเรา และอย่าพูดแต่เพียงผู้เดียว หรือวัตถุดิบที่ใช้ควรเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น เป็นต้น

 5.ต้องเป็นผู้อดทน อารมณ์เย็น เพราะการเปลี่ยนแปลงจะต้องเริ่มทีละขั้นตอน

 6.เขาต้องมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสามารถทำได้เองเมื่อเราถอนตัวกลับมา

 **2. ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี** คือ ผู้ที่ประสงค์จะนำเอาเทคโนโลยีที่ตนเองไม่มีความชำนาญมาปฏิบัติเพื่อประโยชน์ด้วยตนเองหรือผู้อื่นอาจเป็นผู้ที่มีหรือไม่มีความรู้พื้นฐานนั้นอยู่เลยก็ได้ ในกรณีของผู้ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีมีความรู้ในเรื่องนั้นอยู่บ้าง ก็จะทำให้ผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีทำงานได้ง่ายขึ้น และผู้ได้รับการถ่ายทอดประเภทนี้ คือ ผู้รับการถ่ายทอกเทคโนโลยีที่ดี สามารถนำสิ่งที่ได้ไปพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จนจะเป็นผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีต่อไปได้ด้วย อย่างไรก็ตามนักสังคมวิทยาได้วิเคราะห์แล้วว่า มนุษย์จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงง่ายและยากนั้น เกิดจากปัจจัยสำคัญ 6 ประการคือ

* 1. การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการสื่อสารและการขนส่ง
	2. การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการอุตสาหกรรม
	3. การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการเพาะปลูก
	4. การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการดูแลและเลี้ยงสัตว์
	5. การเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย
	6. การเปลี่ยนแปลงเรื่องอาหารการกิน

 จากปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ 6 ประการ พบว่า การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการสื่อสาร และการขนส่งเป็นเรื่องที่มนุษย์ยอมรับง่ายที่สุด การเปลี่ยนแปลงเรื่องอาหารการกินเป็นเรื่องที่มนุษย์ยอมรับยากที่สุด ซึ่งมงคล ชาวเรือ (2528 :183-184) ได้อ้างถึง อีรีเวทท์ เอมโรเจอร์(Rogers) กล่าวถึง ขั้นตอนของการยอมรับไว้ 5 ขั้น คือ

 1.ขั้นรับรู้ (Awareness stage) คือ การรับข่าวสารว่ามีกี่เปลี่ยนแปลงหรือมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นแล้ว แต่ยังไม่มีแรงจูงใจมากพอที่จะติดตามหาข้อมูลเพิ่มเติม

 2.ขั้นสนใจ (interest Stage) คือ การติดตามหาข้อมูลเพิ่มเติม เนื่องจาชอบและพอใจในเรื่องที่ได้รับข่าวสารมาแล้ว

 3. ขั้นไตร่ตรองและประเมินผล (Evaluation stage) คือการรวบรวมข้อมูลพร้อมแล้วคำถามต่างๆเริ่มเข้ามามีบทบาท เช่น ความยากง่ายของการปฏิบัติ ผลเสีย ผลคุ้มค่า การเสี่ยง การสนับสนุนคำแนะนำ แรงจูงใจและการตัดสินใจ เป็นต้น

 4.ขั้นทดลอง (Trial stage) การดำเนินการในขอบเขตจำกัดเพื่อต้องการทราบประโยชน์จริงๆของสิ่งนั้น ถ้าหากผลออกดีก็จะขยายและดำเนินการต่อไป หากผลออกมาในทางลบก็จะหาข้อมูลมาแก้ไขใหม่ หรือมิฉะนั้นก็เลิกล้มไปเลย

 5.ขั้นยอมรับ (Adoption stage) คือ การตัดสินใจยอมรับการใช้เทคโนโลยีอีกนั้น ซึ่งเกิดหลังจากการทดลอง จนแน่ใจว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์จริงๆขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนนี้เป็นปฏิกิริยาต่อเนื่องที่เกิดขึ้นในจิตใจจากขั้นที 1 ถึงขั้นที่ 4 นั้น ไม่สามารถกำหนดได้ว่าใช้เวลานานเท่าไรจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลไป และข้อมูลที่เขาได้รับ วิทยาการจึงต้องพึงสังเกตและรอคอยจังหวะให้ดี

ประเภทของผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

 ณรงค์ รัตนะ (2529: 11-12) อธิบายไว้ว่า ในสังคมมนุษย์แต่ละบุคคลจะมีภูมิหลังแตกต่างกัน การพิจารณาปัญหาต่างๆจึงแตกต่างกัน การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ก็มีทำนองเดียวกัน คือ ทุกคนไม่สามารถรับได้พร้อมกันต้องอาศัยเวลา ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็น 5 กลุ่ม คือ

 1.กลุ่มผู้ชอบการเปลี่ยนแปลงชอบเสี่ยงและกล้าได้กล้าเสีย (innovators) คือ กลุ่มหัวก้าวหน้าชอบแลกเปลี่ยนความคิดเห็นติดตาการเคลื่อนไหวของความเจริญและการพัฒนาอยู่เสมอ พวกนี้มองเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นของจำเป็นสำหรับตน หากเป็นพวกด้อยการศึกษาก็ยังเป็นกลุ่มที่เหมาะสม เพราะถ้าหากจะล้มเหลวก็พร้อมที่จะเสี่ยง ถ้าใครอธิบายและประยุกต์ให้เข้าใจง่าย

 2.กลุ่มยอมรับก่อนหรือยอมรับความคิดเห็น (earlyadopterrespect) คือ กลุ่มรักท้องถิ่นมีความคิดในลักษณะของผู้นำ ชอบสอบถามจากแหล่งผู้ริเริ่มทดลองนำมาแล้วเพื่อนมาประเมิน และไตร่ตรองก่อนการตัดสินใจ เป็นกลุ่มที่เหมาะสมจะเผยแพร่เทคโนโลยีลงไปให้ และมีการสำเร็จได้

 3.กลุ่มหมู่มากหรือกลุ่มสุขุมรอบคอบ (earlymajority: delisers) คือ กลุ่มที่สุขุมกว่า 2 กลุ่มแรก เป็นกลุ่มที่เฝ้าดูกลุ่มอื่นทดลองทำจนได้ผลแล้วจึงเริ่มทำบ้าง เป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่รับไว้และกลุ่มที่ปฏิเสธเป็นกลุ่มที่สนใจเหมือนๆกัน แต่เมื่อจะปฏิบัติจะต้องรอดูผลจากเพื่อนบ้านก่อน หากได้ผลกลุ่มนี้จะรับอย่างเต็มใจ

 4. กลุ่มยอมรับรู้หรือกลุ่มช่างสงสัย (latemajority: skeptical) คือ กลุ่มที่ยอมรับช้ากว่าผู้อื่น ช่างสงสัย สังคมทั่วๆไปยอมรับแล้วจึงจะยอมรับ และจะต้องมรแรงกดดันมาจากรากฐานทางเศรษฐกิจ และกลุ่มนี้ชอบทดลองโดยจะไตร่ตรองใคร่ครวญอยู่นานจึงจะยอมรับ

 5. กลุ่มล้าหลังหรือพวกหัวเก่า (laggards: traditional) คือ กลุ่มที่ยอมรับสิ่งใหม่ๆ ยากเป็นกลุ่มที่มีปัญหาและมีคำถามอย่างมากมาย แนวคำถามของกลุ่มเป็นไปในทำนองที่เกรงว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงแล้วจะทำให้กลุ่มขอองตนแยกต้องออกจากกลุ่มอื่น จะมีความสงสัยในตัวผู้นำการเปลี่ยนแปลง และจะตั้งคำถามอยู่เสมอว่าทำไมทำอย่างนั้น ทำไมทำอย่างนั้น เป็นกลุ่มที่เปลี่ยนแปลงช้าที่สุด

 สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มบุคคลทั้ง 5 นี้จะปะปนอยู่ในชุมชนหรือทุกหมู่บ้านเสมอ วิทยาการจะต้องพิจารณาให้ออกว่า กลุ่มเป้าหมายที่ตนกำลังทำการถ่ายทอดในแต่ละครั้งเป็นใครแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการ สื่อและวัสดุอุปกรณ์เพื่อใช้ประกอบการถ่ายทอดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นสำคัญ

 **3.ตัวเทคโนโลยี** คือการทำหรือกรรมวิธีการผลิตสิ่งของ หรืออาจไม่ใช่สิ่งของแต่สนองตอบวัตถุประสงค์และความต้องการของมนุษย์ได้ เทคโนโลยีจึงเป็นของมีค่าในตัวของมันเองซึ่งแบ่งออกได้ 3 ประการ คือ

* 1. เทคโนโลยีที่มีค่าน้อยสามารถหาได้โดยไม่คิดมูลค่า
	2. เทคโนโลยีมีค่าซึ่งต้องซ้อขายกัน
	3. เทคโนโลยีที่มีความสำคัญมากไม่สามารถซื้อขายได้ เพราะเกี่ยวกับความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ เช่น เทคโนโลยีการสร้างอาวุธ เทคโนโลยีการสร้างคอมพิวเตอร์ชั้นสูงเป็นต้น

 ณรงค์ รัตนะ (2529: 12-13) อธิบายเพิ่มเติมว่า เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นของมีค่าในตัวของมันเอง จึงเกิดปัญหาขึ้นกับการที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้แก้ปัญหาในแต่ละท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบท เพราะจะต้องคำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจ สังคม ผลตอบแทนและปัจจัยอื่นๆ ด้วยเหตุนี้จึงเกิดคำศัพท์เทคโนโลยีที่เหมาะสมขึ้น ซึ่งหมายถึง เทคโนโลยีที่เหมาะสมตามสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเงื่อนไขอื่น เทคโนโลยีที่เหมาะสม อาจสรุปได้ 8 ขั้นตอนดังนี้

 1. เทคโนโลยีนั้นต้องปรับปรุงให้เข้ากับสังคม วัฒนธรรม สภาพเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นนั้นๆได้

 2. เทคโนโลยีนั้นต้องสอดคล้องกับของเก่าที่กลุ่มชุมชนเคยปฏิบัติมา

 3. เทคโนโลยีนั้นต้องเข้าใจได้ง่ายไม่สลับซับซ้อน

 4.เทคโนโลยีนั้นต้องมีลักษณะที่สามรถดัดแปลงได้มีข้อจำกัดน้อยที่สุด

 5.เทคโนโลยีนั้นต้องสนองความต้องการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

 6.เทคโนโลยีนั้นต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น เช่น ดินฟ้าอากาศ อุณหภูมิ ความชื้น เป็นต้น

 7.เทคโนโลยีนั้นต้องดำเนินการ และควบคุมได้ด้วยคนในท้องถิ่น

 8.ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีจะต้องตกอยู่กับผู้ใช้เทคโนโลยีนั้น

 นอกจากนี้ โสภาภรณ์ทรรพนันท์(2532: 21) ยังได้กล่าวถึงตัวเทคโนโลยีไว้ว่า การนำเทคโนโลยีเข้าไปแนะนำ และถ่ายทอดให้กับชาวชนบทต้องเลือกสรร “เทคโนโลยีที่เหมาะสม” ในแต่ละท้องถิ่น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไรคือเทคโนโลยีที่เหมาะสม เรื่องนี้มีการศึกษาค้นคว้า และเผยแพร่ทางเอกสารหรือสื่อต่างๆมากมาย หากจะให้ความหมายสั้นที่สุดก็คงสรุปได้ว่า “เทคโนโลยีที่เหมาะสมคือเทคโนโลยีที่ผู้ใช้ยอมรับ และนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น”

 **4.สภาวะแวดล้อมหรือเงื่อนไข** คือ สภาวะแวดล้อมขององค์ประกอบของผู้ให้การถ่ายทอดผู้รับการถ่ายทอดและตัวเทคโนโลยีเอง เช่น พื้นฐานการศึกษาของทั้งสองฝ่าย เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและวิกฤติการณ์ต่างๆ เหล่านี้จะก่อให้เกิดเงื่อนไขในการถ่ายทอด และรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ทั้งนี้เป็นเพราะการเปลี่ยนแปลงคลี่คลายทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมจะมีผลทำให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีประสบความสำเร็จแตกต่างกันด้วย เช่นประเทศไทยและญี่ปุ่นต่างก็รับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรถไฟมาพร้อมกัน แต่ปัจจุบันญี่ปุ่นสามารถผลิตรถไฟขายได้ทั่วโลก ส่วนประเทศไทยยังเป็นผู้ซื้ออยู่เช่นเดิม อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขของการถ่ายทอดเทคโนโลยีอาจสรุปได้ดังนี้(ณรงค์ รัตนะ 2529 : 13-15)

 4.1 การสมานผลประโยชน์ คือ การไดรับผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีและผู้รับเทคโนโลยี ซึ่งมีปัจจัยที่จะทำให้เกิดขึ้นได้ดังนี้

 4.1.1 วิกฤติการณ์ทางธรรมชาติ ทางสังคมและการเมือง วิกฤติการณ์ต่างๆเหล่านี้

 เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม สงครามและน้ำมันขึ้นราคา จะทำให้เกิดการยมรับเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

 4.1.2 ผู้ชักนำ คือ การมองเห็นภัยจากอุบัติเหตุแล้วแสวงหาทางแก้ไข ในกรณีเช่นนี้จะทำให้มีการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น

 4.1.3 อุบัติเหตุ คือ การมองเห็นภัยจากอุบัติเหตุแล้วแสวงหาทางแก้ไข ในกรณีเช่นนี้จะทำให้มีการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น

 4.2 ความกลมกลืนของบรรยากาศทั้งผู้ให้การถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีรวมทั้งตัวเทคโนโลยีเอง บรรยากาศที่กลมกลืนจะทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

 4.3 การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์และการจูงใจเป็นเงื่อนไขที่ทำให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว เพราะการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เป็นการให้ข้อมูลที่สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ป้ายประกาศ แผ่นปลิวและอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการจูงใจไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว ดังปรากฏในปัจจุบัน

 4.4 สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม (Socio – economic) ทั้ง 2 ภาคนี้ ถ้าพิจารณาร่วมกันจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

 4.4.1กลุ่มที่มีฐานะดี กลุ่มนี้จะรับเทคโนโลยี มีลักษณะประจำกลุ่มที่เด่น คือ ชอบของใหม่ ทั้งนี้เพื่อทำตัวให้เป็นคนทันสมัยทันโลกอยู่เสมอ

 4.4.2 กลุ่มผู้มีรายได้น้อย กลุ่มนี้มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ มักจะมีการคำนึงถึงการลงทุนเป็นเรื่องสำคัญ แต่ถ้าพิจารณาแล้วเห็นว่าจะมีการเสริมแรงงานขึ้นกลุ่มนี้จะรับง่ายกว่ากลุ่มมีฐานะดีสำหรับเทคโนโลยีพื้นบ้านหากถ่ายทอดผ่านกลุ่มมีรายได้น้อยจะเป็นที่ยอมรับเร็วกว่ากลุ่มมีฐานะดีเพราะกลุ่มนี้บางครั้งจะตัดสินใจในทำนองที่ว่า ถ้าพลาดเขาก็ไม่มีอะไรจะสูญเสียอีกแล้ว

 4.4.3 กลุ่มมีอำนาจ กลุ่มนี้มีความสำคัญมาก เพราะถ้าทำให้กลุ่มนี้ยอมรับจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง กลุ่มนี้ถ้าเป็นชนบทระดับตำบลก็ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ครูหรือผู้นำทางศาสนา เป็นต้น

4.5 เวลา เป็นปัจจัยสำคัญยิ่งของการยอมรับ วิทยากรต้องคำนึงถึงเวลาที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมขององค์กรในท้องถิ่น เพราะเวลาที่เหมาะสมจะบ่งบอกถึงความต้องการความสามารถในการลงทุน การใช้แรงงานและการตัดสินใจ เวลาจะเป็นตัวขจัดเงื่อนไขที่ยากออกไปจนมีการยอมรับเกิดขึ้น เช่น การถ่ายทอดเทคโนโลยีการทำโอ่งซีเมนต์ให้ชาวนา ควรจะทำหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยวเพราะชาวนามีแรงงาน ทุนทรัพย์และเวลาพร้อมที่จะเข้าร่วมโครงการได้ เป็นต้น

 กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่าการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องระหว่างผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีและผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ผู้ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีจำเป็นต้องมีการวางแผนและเตรียมตัวเป็นอย่างดีในทุก ๆ ด้าน สำหรับผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นการลำบากมากที่จะทราบถึงความต้องการ และเงื่อนไขต่างๆ ที่มีอยู่กับผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี ซึ่ง ศรีสว่าง เสี้ยววาริน ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การยอมรับวิทยาการพื้นบ้านของประชาชนในจังหวัดราชบุรี” วิทยาการพื้นบ้านที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ บ่อผลิตก๊าซจากมูลสัตว์ ซึ่งได้พบเงื่อนไขของการยอมรับและไม่ยอมรับได้ดังนี้

เงื่อนไขของการยอมรับ

1. สิ่งแวดล้อมเอื้ออำนวย เช่น มีวัตถุดิบมูลโคในท้องถิ่น ต้องไปหาฟืนไกล มีที่ดินจะสร้างบ่อ
2. มีความพร้อมในด้านทุนทรัพย์ เช่น มีทุนทรัพย์จะซื้ออุปกรณ์มาทำ
3. ประโยชน์เห็นชัด เช่น สาธิตให้ดูโดยหน่วยงานของการศึกษานอกโรงเรียน
4. มีอิทธิพลของผู้นำท้องถิ่น เช่น ผู้นำท้องถิ่นเป็นแรงกระตุ้นด้วยการให้ข้อมูลและข่าวสาร
5. ต้องการตามให้ทัน เช่น บางรายยอมทำ เพราะต้องการให้ทันเพื่อนบ้าน

เงื่อนไขของการไม่ยอมรับ

1. ขาดทุนทรัพย์ โดยกล่าวว่าอุปกรณ์ที่จะซื้อมาประกอบแพงเกินไป
2. ไม่มีเวลาจะลงมือสร้างเอง อ้างว่าต้องทำงานอื่นที่จะต้องรับผิดชอบมาก
3. อ้างว่าวิธีการก่อสร้างยุ่งยาก ไม่เข้าใจ
4. รูปแบบของบ่อไม่ถูกใจ ถ้าย้ายไม่สามารถนำติดตัวไปได้ ปล่องไฟน่ากลัวจะเป็นเหตุให้ไฟไหม้
5. ไม่มีความมั่นใจว่าจะสร้างแล้วเสร็จ
6. ขาดการประชาสัมพันธ์และติดตามผล

 จากการวิจัยยังพบอีกว่า สถานภาพทางสังคมเช่น อายุ อาชีพและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการยอมรับ แต่สถานภาพทางเศรษฐกิจมีผลต่อการยอมรับ เพราะผู้มีรายได้ต่อครอบครัวต่อปีสูง จะยอมรับเร็วกว่าผู้มีรายได้ต่อครอบครัวต่อปีต่ำ ดังนั้น ผู้ที่ให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีจึงต้องใช้กลวิธีที่เหมาะสม ความอดทนและความเพียรพยายามเป็นอย่างดี

 การสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ในระดับครอบครัว มีเหตุผล 4 ประการ คือ

 1. ครอบครัวเป็นรากฐานของชีวิตและความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม ชุมชน ที่สร้างการเรียนรู้และความผูกพันระหว่างกัน ถ้าความเป็นครอบครัวนั้นๆ อ่อนแอ ไม่เข้มแข็ง การสร้างบุคคลแห่งการเรียนรู้จะเกิดผลดีได้อย่างไร

 2. ครอบครัวเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาทุกสิ่ง ถ้าไม่ส่งเสริมการเรียนรู้และการสร้างความรู้ของคนในครอบครัวเพื่อนำไปสู่การพึ่งพาตนเองและการสร้างความสุขของครอบครัว จะนำไปสู่การพัฒนาชุมชน สังคม ประเทศชาติได้อย่างไร

 3. ครอบครัวถูกกระทำหรือเป็นผู้เสพนวัตกรรมทั้งสิ่งของ วิธีคิด และกระบวนการของคนอื่นมามากมาย การที่ครอบครัวจะสร้างนวัตกรรมของตนเองขึ้นมาจะต้องอาศัยฐานคิดสภาพแวดล้อมที่ตนเองมีอยู่ และปรับวิธีคิดที่เกิดจากการเรียนรู้ไปใช้ในการจัดการความสัมพันธ์และการทำงาน หรือกล่าวอีนัยหนึ่งว่า ถึงเวลาที่ครอบครัวจะต้องลุกขึ้นมาจัดการตนเองเสียใหม่ 4.ในยุคโลกาภิวัฒน์หรือโลกไร้พรมแดนมีการแข่งขันและการครอบงำสูง ครอบครัว/ชุมชน จะต้องมีความสามารถในการนำความรู้มาสร้างนวัตกรรมเพื่อใช้พลังขับเคลื่อนในการพึ่งพาตนเองและการพัฒนาสังคม ความรู้และนวัตกรรมที่สร้างขึ้นมานั้นจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ให้คุณค่ากับการเรียนรู้และศักยภาพในการพัฒนาท้ายที่สุด คงเป็นคำถามสุดท้ายที่จะถามท่านผู้อ่านว่า ณ เวลา นี้ ท่านได้สร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ในครอบครัวและตัวท่านแล้วหรือไม่อย่างไร “คำตอบสุดท้ายน่าจะอยู่ที่ตัวท่านเองในฐานะผู้จัดการองค์ความรู้ที่ผ่านประสบการณ์ของชีวิตมาแล้วอย่างมากมาย ไม่ต้องรอให้ถึงวันพรุ่งนี้ แต่ท่านควรลงมือทำซะเดี๋ยวนี้ เพราะนั่นคือ คำตอบของนวัตกรรมการเรียนรู้ของครอบครัวคือการพัฒนาที่ยั่งยืน(อ้างในหริรักษ์ พ่อเพีย,กิตติยาพร ทองไทย, 26 มิถุนายน 2549)

**4. แนวคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น**

 เหม ทองชัย (2542 : 46 - 47) ภูมิปัญญาชาวบ้านและท้องถิ่นภูมิปัญญาปัจจุบันยังไม่มีผู้ใดให้ความหมายไว้อย่างชัดเจนแต่พอทำความเข้าใจได้ดังนี้หมายถึงความรู้หรือประสบการณ์ดั้งเดิมของประชาชนในท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษหรือถ่ายทอดต่อกันจากสถาบันต่างๆในชุมชนเช่นจากสถาบันครอบครัวสถาบันความเชื่อและศาสนาสถาบันการเมืองการปกครองสถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันทางสังคมอื่นๆนอกจากนี้กรมการศึกษานอกโรงเรียนให้ความหมายคำว่า“ภูมิปัญญาชาวบ้าน”นั้นเป็นการเชื่อมโยงไปถึงความรู้ประสบการณ์ตรงของคนในท้องถิ่นที่ได้จากการสะสมประสบการณ์จากการทำงานการประกอบอาชีพและการเรียนรู้จากธรรมชาติแวดล้อมต่างๆและถ้าจะพิจารณาภูมิปัญญาท้องถิ่นเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีแล้วนั้นหมายถึงเทคนิควิทยาพื้นบ้านได้ด้วยโดยสถานวิจัยสังคมได้ให้คำจำกัดความว่า เทคโนโลยีนั้นเป็นความรู้ว่าจะทำสิ่งต่างๆอย่างไรโดยมีองค์ประกอบ 2 ประการคือเครื่องมือในการทำสิ่งนั้นๆและกระทบกันขั้นตอนในการทำสิ่งนั้นๆซึ่งสามารถแยกได้ในลักษณะความรู้ที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและความจำเป็นในท้องถิ่นเช่นการประยุกต์ใช้พลังคนสัตว์และธรรมชาติตลอดจนองค์ความรู้ต่างๆที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นหรือชุมชนในอันที่จะเป็นทางเลือกในการดำรงชีวิตของมนุษย์เช่นการประยุกต์ใช้พลังคนสัตว์และธรรมชาติตลอดจนองค์ความรู้ต่างๆที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นหรือชุมชนในอันที่จะเป็นทางเลือกในการดำรงชีวิตของมนุษย์เช่นการประยุกต์แนวความคิดที่เป็นมรดกของคนไทยในการประกอบอาชีพโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลักพิจารณากิจกรรมหรืออาชีพของชุมชนเช่นแถบพื้นที่หรือท้องถิ่นใดเป็นที่ราบลุ่มกิจกรรมของชุมชนก็คือการทำนาหรือการปั้นโอ่งและตุ่มน้ำจากดินเหนียวหรือการแกะสลักไม้เป็นเครื่องใช้ต่างๆโดยใช้ไม้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นต้นในการสัมมนาทางวิชาการโดยศูนย์ศิลปวัฒนธรรมสถาบันราชภัฏสุรินทร์ในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสร้างเครือข่ายนั้นได้ให้คำจำกัดความของคำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Local wisdom หรือ popular wisdom) คือพื้นฐานของความรู้ของชาวบ้านหรือคือความรอบรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบต่อกันมาทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือที่เป็นความรู้สะสมสืบต่อกันมา

 **1. ความหมายและการเกิดภูมิปัญญาไทย**

 ความหมายของภูมิปัญญาไทยจากการศึกษาความหมายที่ผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการต่างๆซึ่งครอบคลุมคำว่าภูมิปัญญาภูมิปัญญาพื้นบ้านภูมิปัญญาชาวบ้านภูมิปัญญาท้องถิ่นภูมิปัญญาไทยสามารถรวบรวมได้ดังนี้

1.1 ภูมิปัญญาคำว่า ภูมิปัญญา ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom ซึ่งมีความหมายว่าความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์ ส่วนนักวิชาการศึกษาไทยได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

 ปรีชาอุยตระกูลอ้างจากกุลวิตรา ภังคานนท์ (2537) กล่าวว่าภูมิปัญญาเป็นเรื่องที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตและเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนคนกับธรรมชาติแวดล้อมคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติโดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณีวิถีชีวิตการทำมาหากินและพิธีกรรมต่างๆเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้เป้าหมายก็คือเพื่อให้เกิดความสุขทั้งในส่วนที่เป็นชุมชนหมู่บ้านและในส่วนที่เป็นปัจเจกของชาวบ้านเองถ้าหากเกิดปัญหาทางด้านความไม่สมดุลกันขึ้นก็จะก่อให้เกิดความไม่สงบสุขเกิดปัญหาในหมู่บ้านและชุมชน

 ภูมิปัญญายังหมายถึงประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในการศึกษาเล่าเรียนการที่ชาวบ้านรู้จักวิธีการทำนาการไถนาการเอาควายมาใช้ในการไถนาการรู้จักนวดข้าวโดยการใช้ควายรู้จักสานกระบุงตะกร้าเอาไม้ไผ่มาทำเครื่องใช้ไม้สอยในชีวิตประจำวันรวมทั้งรู้จักเอาดินขี้กระทามาแช่น้ำต้มให้เหือดแห้งเป็นเกลือสินเธาว์ก็เรียกว่าภูมิปัญญาทั้งสิ้น” ธวัช ปุณโณทก (2537 : 26) ภูมิปัญญาเป็นเรื่องที่สั่งสมมาแต่อดีตเป็นเรื่องของการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนคนกับธรรมชาติแวดล้อมคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติโดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณีวิถีชีวิตการทำมาหากินและพิธีกรรมต่างๆทุกอย่างเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้พัชรา อุยตระกูล (2533)

 ชลธิชา สัตยาวัฒนา (2545)กล่าวว่า ภูมิปัญญาเป็นผลึกขององค์ความรู้ที่มีกระบวนการสั่งสม สืบทอดกลั่นกรองกันมายาวนาน มีที่มาหลากหลายไร้เอกภพ แต่ก็ได้ประสมประสานกันจนเป็นเหลี่ยมมณีที่จรัสแสงคงทนและท้าทายตลอดกาลเวลา ความรู้อาจจะไม่ได้เป็นเอกภาพ (Unity) แต่ภูมิปัญญาจัดว่าเป็น เอกลักษณ์ (identity)

1.2. ภูมิปัญญาพื้นบ้านยิ่งยง เทาประเสริฐ (2537: 40) ได้ใช้คำว่าภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยให้ความหมายว่าเป็นองค์ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมาอันเป็นความสามารถและศักยภาพในเชิงแก้ปัญหา การปรับตัวเรียนรู้และสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อการดำรงอยู่รอดของเผ่าพันธุ์ จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ เผ่าพันธุ์หรือเป็นวิถีของชาวบ้านมีผู้ที่กล่าวไว้ดังนี้

วิชิต นันทสุวรรณ (2544 : 32) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึงแกนหลักของการมองชีวิตการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขซึ่งมีความหมายทั้งในแง่ของปัจเจกบุคคลและในแง่ของสังคมหมู่บ้าน ซึ่งตรงกับเสรีพงศ์พิศกล่าวว่าปัญญาหรือภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นก็เรียกหมายถึงพื้นเพรากฐานของความรู้ชาวบ้านสอดคล้องกับประเวศวะสีกล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้านเกิดจากการสะสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนานมีลักษณะเชื่อมโยงกันไปหมดในทุกสาขาวิชาไม่แยกเป็นวิชาๆแบบที่เราเรียนฉะนั้นวิชาเกี่ยวกับเศรษฐกิจอาชีพความเป็นอยู่เกี่ยวกับการใช้จ่ายกับการศึกษาวัฒนธรรมมันจะผสมผสานกลมกลืนเชื่อมโยงกันไปหมด

 สุจารี จันทรสุข (2531) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึงวิธีการปฏิบัติซึ่งชาวบ้านได้มาจากประสบการณ์แนวทางแก้ปัญหาแต่ละเรื่องแต่ละประสบการณ์แต่ละสภาพแวดล้อมซึ่งจะมีเงื่อนไขปัจจัยเฉพาะแตกต่างกันไปตรงกับ สมเกียรติพงษ์ไพบูลย์ (2527 : 32) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้านศัพท์นี้การกำเนิดของมันชัดเจนมีความมุ่งหมายที่จะใช้วัฒนธรรมของตนเองโต้กระแสการต่อสู้ให้พ้นการครอบงำเป็นอิสระและสร้างสรรค์หากทำสำเร็จแล้วมีการสร้างตาข่ายโยงใยภูมิปัญญาระหว่างกันชุมชนหมู่บ้านก็มีอำนาจเป็นพลังสำคัญพลังหนึ่งที่จะผลักดันให้สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงสู่ศาสนติสุขในที่สุดสอดคล้องกับอเนกนาคะบุตรกล่าวว่าภูมิปัญญานี้มันเกิดมาจากการสะสมเรียนรู้มาเป็นระยะเวลานานมันเชื่อมโยงกันไปหมดไม่แยกจากกันเป็นวิชาอย่างที่เราเรียนภูมิปัญญาชาวบ้านต่างจากองค์ความรู้ตรงที่เรามีหนังสือทฤษฎีความรู้มากมายอ้างอิงได้ภูมิปัญญาชาวบ้านขั้นตอน 3 อย่างคือปริยัติปฏิบัติและปฏิเวธ

 ธวัช ปุณโณทก (2525 : 22) กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึงความรอบรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบต่อกันมาทั้งทางตรงคือประสบการณ์ด้วยตนเองหรือทางอ้อมซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือความรู้ที่สะสมสืบต่อกันมาและเป็นแนวทางเดียวกับสามารถจันทร์สูรย์กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองที่นำมาในการแก้ไขปัญหาเป็นสติปัญญาเป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้านทั้งกว้างทั้งลึกที่ชาวบ้านสามารถคิดเองทำเองโดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างสมสมัย

 ชลทิตย์ เอี่ยมสำอางค์และวิศนี ศิลาตระกูล (2528 :37) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้านนั้นหมายถึงความรู้ประสบการณ์ของประชาชนในท้องถิ่นซึ่งได้รับการศึกษาอบรมสั่งสมและถ่ายทอดจากบรรพบุรุษหรือเป็นความรู้ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรงของตนเองซึ่งได้เรียนรู้จากการทำงานจากธรรมชาติแวดล้อมสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่มีคุณค่าเสริมสร้างความสามารถทำให้คนมีชีวิตร่วมกันอย่างสันติสุขเป็นความรู้ที่สร้างสรรค์และมีส่วนเสริมสร้างการผลิตทางด้านต่างประเทศนั้นออลันโด (Orlando FalsBorda) ได้ทำการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในอเมริกาเหนือและได้เขียนอธิบายไว้ว่าศาสตร์ของประชาชนเรื่องพื้นบ้านความรู้ประชาชนภูมิปัญญาชาวบ้านนั้นเป็นความรู้ชาวบ้านที่ผ่านการปฏิบัติมาแล้วอย่างโชกโชนเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมของเขาความรู้ดังกล่าวไม่ได้จัดเข้ารหัสเก็บไว้แต่เป็นความรู้ที่ปฏิบัติได้มีพลังและสำคัญยิ่งช่วยให้ชาวบ้านมีชีวิตอยู่รอดสร้างสรรค์การผลิตและช่วยในด้านการทำงานเป็นสิ่งที่สะสมมามากกว่าศตวรรษแล้วเป็นโครงสร้างความรู้ที่มีหลักการมีเหตุและมีผลในตัวเอง สรุปได้ว่าภูมิปัญญาชาวบ้านหมายถึงมวลความรู้และมวลประสบการณ์ของชาวบ้านที่ใช้ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุขโดยได้รับการถ่ายทอดสั่งสมกันมาโดยผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย

1.3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นกองวิจัยทางการศึกษากรมวิชาการกล่าวว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Copular Wisdom) เป็นองค์ความรู้ความสามารถของชาวบ้านที่สั่งสมสืบทอดกันมาอันเป็นศักยภาพหรือความสามารถที่จะใช้แก้ปัญหา ปรับตัว เรียนรู้ และมีการสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ หรือคือแก่นของชุมชนที่จรรโลงชุมชนให้อยู่รอดจนถึงปัจจุบันมีผู้กล่าวไว้ดังนี้

 ศูนย์พัฒนาหลักสูตรกรมวิชาการกล่าวว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน(Popular Wisdom) คือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคนเราผ่านกระบวนการศึกษาสังเกตคิดวิเคราะห์จนเกิดปัญญาและตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้เฉพาะหลายๆเรื่องความรู้ดังกล่าวไม่ได้แยกย่อยออกมาให้เห็นเป็นศาสตร์เฉพาะสาขาวิชาต่างๆอาจกล่าวได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคมชุมชนและในตัวของผู้รู้เองหากมีการสืบค้นหาเพื่อศึกษาและนำมาใช้ก็จะเป็นที่รู้จักกันเกิดการยอมรับถ่ายทอดและพัฒนาไปสู่คนรุ่นใหม่ตามยุคตามสมัยได้

 สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นหมายถึงกระบวนทัศน์ของบุคคลที่มีต่อคนเองต่อโลกและสิ่งแวดล้อมซึ่งกระบวนทัศน์ดังกล่าวจะมีรากฐานจากคำสอนทางศาสนาคติจารีตประเพณีที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสอนและปฏิบัติสืบเนื่องกันมาปรับปรุงเข้ากับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงแต่ละสมัยทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อความสงบสุขของในส่วนที่เป็นชุมชนและปัจเจกบุคคลซึ่งกระบวนทัศน์ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นจำแนกออกได้ 3 ลักษณะคือ

 ลักษณะที่ 1 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการจัดการจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติแวดล้อม

 ลักษณะที่ 2 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบสังคมหรือการจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์

 ลักษณะที่ 3 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบการผลิตหรือการประกอบอาชีพที่มีลักษณะมุ่งเน้นระบบการผลิตเพื่อพึ่งพาตนเองและจากหนังสือชื่อ “การถ่ายโยงงานวิจัยด้านเกษตรสากลกับการพัฒนา” นั้นดีเอมวอเรน (D.M. Warren)ได้ใช้คำภูมิปัญญาท้องถิ่นในความหมายว่าเป็นระบบเกษตรกรรมในท้องถิ่นซึ่งพัฒนามาแล้วช่วงระยะเวลาหนึ่งด้วยรูปแบบของการเพาะปลูกที่มีพื้นฐานจากความรู้ด้านการเกษตรที่ได้ปฏิบัติกันมาในท้องถิ่นนั้นและได้รับอิทธิพลจากนวัตกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในตัวระบบเองรวมทั้งรับมาจากภูมิปัญญาที่อื่นทั้งระบบเกษตรระดับชาติและนานาชาติวอเรนใช้คำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นแทนคำว่าวัฒนธรรมเพื่อหลีกเลี่ยงความหมายที่มักนิยมกันทางตะวันตกว่าหมายถึงระบบที่หยุดนิ่งไม่เปลี่ยนแปลง

1.4. ภูมิปัญญาไทยกุลวิตรา ภังคานนท์ (2537) กล่าวว่าภูมิปัญญาไทยนั้นด้านหนึ่งนอกจากจะเป็นเรื่องของพื้นภูมิธรรมแล้วยังหมายถึงศักยภาพในการประสานความรู้ใหม่มาใช้ประโยชน์ด้วยซึ่งเอื้อให้เกิดทางเลือกใหม่ที่มีลักษณะสากลและลักษณะเฉพาะของเราเองมีผู้กล่าวไว้ดังนี้

 คำว่าภูมิปัญญาไทยนั้นด้านหนึ่งนอกจากจะเป็นเรื่องราวของพื้นภูมิธรรมเดิมแล้วยังหมายถึงศักยภาพในการประสานความรู้ใหม่ๆมาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วยซึ่งเอื้อให้เกิดทางเลือกใหม่ที่มีลักษณะสากลและลักษณะเฉพาะของเราเองเสน่ห์ จามริก (2532) เป็นผู้สรุปความหมายในความหมายที่ใกล้เคียงกันนี้เสรี พงศ์พิศ (2536) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาไทยไว้ว่าภูมิปัญญาไทยหมายถึงองค์ความรู้ในด้านต่างๆของการดำรงชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมประกอบกับแนวความคิดวิเคราะห์ในการแก้ไขปัญหาต่างๆของตนเองจนเกิดหลอมรวมเป็นแนวความคิดในการแก้ไขปัญหาที่เป็นลักษณะของตนเองที่สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัยในการแก้ปัญหาของการดำรงชีวิต

 เอกวิทย์ ณถลาง (2544 : 16) กล่าวว่าได้อธิบายภูมิปัญญาไทยว่าเป็นผลของประสบการณ์สั่งสมของคนที่เรียนรู้จากปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มชนเดียวกันและระหว่างกลุ่มชุมชนหลายๆชาติพันธุ์รวมไปถึงโลกทัศน์ที่มีต่อสิ่งเหนือธรรมชาติภูมิปัญญาเหล่านี้เคยเอื้ออำนวยให้คนไทยแก้ปัญหาได้ดำรงอยู่และสร้างสรรค์อารยธรรมของเราเองได้อย่างมีดุลยภาพกับสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะในระดับพื้นฐานหรือระดับชาวบ้านภูมิปัญญาในแผ่นดินนี้มิได้เกิดขึ้นเป็นเอกเทศแต่มีส่วนแลกเปลี่ยนเลือกเฟ้นและปรับให้ภูมิปัญญาจากอารยธรรมอื่นตลอดมา

 จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่สั่งสมและสืบทอดกันมาโดยใช้ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาความอยู่รอดของสังคมลิถีชิตที่อยู่กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติระหว่างคนกับธรรมชาติ โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่เพื่อแก้ไขปัญหาการดำเนินชีวิตของท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม จึงเกิดวัฒนธรรมจารีตประเพณี และความเชื่อที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสอนและปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา

**5. การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงในวัฒนธรรม**

 วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ที่เกิดขึ้นจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคมและมนุษย์กับธรรมชาติวัฒนธรรมมีทั้งสาระรูปแบบที่เป็นระบบความคิดโครงสร้างทางสังคม สถาบัน ตลอดจนแบบแผนและทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น การดำเนินการใดๆเกี่ยวกับเรื่องวัฒนธรรม จำเป็นต้องเข้าใจบริบทและเงื่อนไขแวดล้อม ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาคน สิ่งแวดล้อม และสังคม กล่าวคือ พัฒนาคนให้เจริญเติบโตทั้งทางร่างกายและจิตใจ พัฒนาสภาพแวดล้อมให้มีดุลยภาพ โดยให้ความสำคัญแก่สัมพันธ์ของคนให้อยู่ร่วมกันอย่างผาสุกถ้วนหน้า (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. 2540 : 1-2)ความเจริญก้าวหน้ามาจากการพัฒนาช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมากในช่วงที่จะเข้าสู่ยุคปี 2002 คือความเจริญในโลกยุคข่าวสาร ยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งก่อให้เกิดการแพร่หลายของสื่อต่างๆไปสู่ภูมิภาคอื่นๆ ประเทศอย่างไร้ขีดจำกัดทั้งยังรวดเร็วฉับไวด้วยเครื่องมือสื่อสารประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ การส่งข่าวสารด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การสื่อสารด้วยดาวเทียม เป็นต้น เครื่องมือเหล่านี้ทำให้เกิดความเป็นอิสระในโลกของข่าวสาร มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันอย่างรวดเร็ว และเป็นปัจจัยเร่งให้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยถูกแปรสภาพไปในที่สุด (วันอนุรักษ์มรดกไทย. 2541 : 13)การพัฒนาประเทศอย่างขาดความเข้าใจในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หยั่งรากแห่งปัญญาสืบมาจนถึงปัจจุบัน ได้ส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤตทางวัฒนธรรมและกลายเป็นปัญหาที่กำลังดำเนินอยู่ เช่น ขาดความเข้มแข็งมั่นคงของสถาบันครอบครัว ชุมชน การละเลยแบบแผนขนบธรรมเนียมประเพณี คุณธรรมและจริยธรรมทางสังคม การลดคุณค่าทางด้านจิตใจและการให้ความสำคัญทางวัตถุเป็นหลัก การขาดความเข้าใจในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ได้ส่งผลให้สังคมไทยขาดคุณภาพชีวิตที่ดีและสูญเสียเอกลักษณ์อันดีงามกระบวนการดำเนินการที่จะต้องทำให้วัฒนธรรมไทยเข้มแข็งพร้อมที่จะรับเอากระแสวัฒนธรรมสากลมาประยุกต์ใช้ด้วยกัน โดยไม่กระทบกระเทือนหรือทำลายวัฒนธรรมเดิมของไทยนั้น ควรเริ่มตั้งแต่หน่วยย่อยอันเป็นหน่วยเล็กของสังคมหรือครอบครัว ไปจนถึงองค์กรบริหารสูงสุดคือรัฐบาล ขั้นตอนมีดังนี้ (วันอนุรักษ์มรดกไทย. 2541 : 16-18)

ผู้วิจัยเห็นว่าการพัฒนาทุกอย่างในสังคมไทยนั้นจะต้องไปพร้อมกันมีความสัมพันธ์กันอย่างมีความสมดุลซึ่งกันและกัน จะไม่มีองค์กรไหนเติบโตก่อนหรือเสื่อมล้าหลัง วัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการพัฒนาวัตถุและจิตใจและธรรมชาติสิ่งแวดล้อม จึงเห็นว่าการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงจะต้องมีความสัมพันธ์หรือสมดุลกัน

**6. การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้หลักการพัฒนาแบบบูรณาการหรือองค์รวม**

 1. ด้านสังคม วัฒนธรรม ต้องสมดุลกันกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม

 การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ แร่ธาตุ ทรัพย์ในดินสินในน้ำ เพื่อสนองความต้องการที่ไม่จำกัดของมนุษย์ทำให้ระบบนิเวศวิทยาเปลี่ยนแปลงไปสูญเสียเนื้อที่คือป่าไม่เสียดุลวงจรชีวิตของพืชและสัตว์ ขาดแคลนทรัพยากรที่เคยอุดมสมบูรณ์มาแต่กาลก่อนตลาดจนเกิดมลพิษทั้งในอากาศและในดินกล่าวได้ว่ามนุษย์เอาเปรียบธรรมชาติเล็งเห็นทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งที่ได้เปล่าต้องรีบไขว่คว้ามาปรนเปรอความสุขของมนุษย์ซึ่งมีความโลภและเห็นแก่ตัวเป็นเหตุ

 การเอาเปรียบธรรมชาติสิ่งแวดล้อมมีเหตุที่มาจากการเปลี่ยนแปลงค่านิยมตามระบบเศรษฐกิจทุนนิยมพาณิชนิยม และวัตถุนิยมที่เป็นอยู่ในขณะนี้ ทำให้คนส่วนใหญ่มีความคับแค้นทางจิต ความอิจฉาริษยา ความเครียดซึ่งนำไปสู่การต่อสู้ด้วยเล่ห์กลเกิดวิกฤติการณ์ทางวัฒนธรรมเท่าๆกับวิกฤติการณ์ทางสังคม ดังจะเห็นได้ว่า การส่งเสริมการส่งออกในทางผลิตผลทางการเกษตร อุตสาหกรรม แรงงานและการบริการทางเพศทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางศีลธรรมในวิถีการดำรงชีวิของคนไทย ทั้งในชนบทและในเมืองทุกคนต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อความอยู่รอดายใต้อิทธิพลของเศรษฐกิจทุนนิยม และเทคโนโลยีสมัยใหม่มีช่องว่างมหาศาลระหว่างผู้ได้เปรียบกับผู้เสียเปรียบในสังคม ชาวไร่ ชาวนา และผู้ใช้แรงงานเป็นหนี้เป็นสินตลอดชีวิตเงินเป็นปัจจัยหลักในสังคมสมัยใหม่ แต่เงินก็มิได้ให้ความสุขอันแท้จริงแก่ใครแม้แต่ผู้ได้เปรียบ

 2. ความสัมพันธ์และความเป็นปึกแผ่นของสมาชิกในครอบครัวและสังคม

 เดิมคนไทยส่วนใหญ่อยู่รวมกันในสังคมชุมชนหมู่บ้านตามท้องถิ่นต่างๆในระบบเครือญาติและสังคมที่มีสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทำให้ชุมชนที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกันต้องพึ่งพาอาศัยกันในทางสังคม เศรษฐกิจ และการปกครอง จนเกิดความมั่นคงและเกิดความเป็นปึกแผ่นทางสังคมร่วมกันในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เช่นเครื่องจักรกลมาใช้ในการประกอบอาชีพทำให้ชนบทต้องพึ่งเมืองมากขึ้น ทำให้เกิดค่านิยมและทัศนคติใหม่ๆจนเกิดความไม่เข้าใจและขัดแย้งกับคนรุ่นเก่า สังคมไทยก้าวเข้าสู่สังคมอุตสาหกรรมตามระบบทุนนิยมทำให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นฐานและทิ้งการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเข้ามาประกอบอาชีพอุตสาหกรรมและบริการ

 3. ต้องยอมรับภูมิปัญญาชาวบ้าน

 การปกครองประเทศโดยการรวมศูนย์อำนาจทุกอย่างไว้ที่ส่วนกลางทำให้วัฒนธรรมกรุงเทพฯหรือวัฒนธรรมเมืองหลวงซึ่งรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาผสมผสานมีอิทธิพลแผ่ขยายครอบงำไปทั่วประเทศส่งผลให้ความเป็นตัวเองและความมีศักดิ์ศรี ความภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีมาในอดีตทั้งหัวเมืองฝ่ายเหนือฝ่ายใต้และสานได้ถดถอยเหือดหายไปทุกขณะวัฒนธรรมชาวบ้านภูมิปัญญาชาวบ้านที่เคยพัฒนาขึ้นมาใช้ให้เหมาะสมแก่สภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นอันแสดงออกมาในรูปของภาษาขนบธรรมเนียมการละเล่นและวิธีการกินอยู่ถูกดูแคลนว่าโง่เขลา ป่าเถื่อนไม่เท่าเทียมวัฒนธรรมจากเมืองกรุงชาวบ้านในส่วนภูมิภาคได้รับอิทธิพลหลายรูปแบบ โดยเฉพาะทางการศึกษาและสื่อมวลชน ให้สูญเสียความภาคภูมิใจในพื้นเพวัฒนธรรมพื้นบ้านของตนเอง หมดความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดและรากฐานวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษสั่งสมไว้ให้เป็นมรดกวัฒนธรรมคนจำนวนมากเหล่านี้เป็นมหาชนของประเทศที่มีสภาพไม่เป็นตัวของตัวเองอีกต่อไปแต่ได้รับเอาวัฒนธรรมส่วนกลาง โดยปราศจากความรู้ความเข้าใจ

 4. การปรับปรนทางวัฒนธรรมไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

 การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของระบบเศรษฐกิจและสังคมเกษตรกรรมเพื่อกินเพื่อยู่เป็นสังคมเกษตรกรรมเพื่อขายจนมาเป็นสังคมอุตสาหกรรมและกำลังเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารภายในระยะเวลาอันสั้น 2-3 ทศวรรษ ทำให้ประชาชนเกิดความสับสน จนทำให้ไม่สามารถปรับตัวได้เหมาะสมกับวัฒนธรรมในแต่ละสังคม ซึ่งอยู่ในกาลเทศะเดียวกัน ประกอบกับความไม่เข้าใจความคิด วิธีการและเทคโนโลยีที่รับเข้ามาใหม่จึงขาดความสามารถในการปรับปรนวัฒนธรรมให้ทันสมัยเป็นต้นว่า การนำเอาสหกรณ์มาใช้แต่ไม่สร้างกลไกหรือกฎเกณฑ์ในการปฏิบัติที่เหมาะสมกับนิสัยคนไทย ทำให้ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยที่รับมาจากตะวันตกในทางปฏิบัติตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของเงินและอำนาจ ทำให้เกิดการหาผลประโยชน์ในทางที่ผิดประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถทานดุลอำนาจได้เพียงพอประชาธิปไตยไม่อาจะอำนวยประโยชน์ให้กับประชาชนได้เท่าที่ควร

 5. ประชาชนมีความสับสนและเสื่อมศรัทธาในสถาบันทางศาสนา

 วิถีชีวิตตามกระแสเศรษฐกิจสมัยใหม่ทำให้คนเร่งรีบทำมาหากินแข่งขันกันมากจนไม่เห็นความสำคัญของศาสนาว่า จำเพราะพระพุทธศาสนาระบบให้การศึกษา และการปกครองคณะสงฆ์หย่อนยาน และไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร อีกทั้งความสามารถ วิธีการเผยแพร่ธรรมของพระสงฆ์ ให้เป็นที่พึ่งทางใจแก่ประชาชนส่วนใหญ่ก็มีข้อจำกัดมาก ผู้ที่เข้าไปอุปสมบทบางส่วนไม่มีความพร้อมและความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะชี้แนวทางที่ถูกต้องได้ หรือเข้าไปบวชเพื่อใช้ศาสนาเป็นเครื่องมือหาผลประโยชน์ส่วนตนจึงเกิดการปฏิบัติตามพิธีกรรมทางศาสนาที่ผิดแปลกออกไปจนตกเป็นข่าววิพากษ์วิจารณ์กันทั่วไปทำให้ประชาชนเกิดความแตกแยกสับสนแยกแยะไม่ได้ว่าอะไรผิด อะไรถูก เป็นผลให้ขาดความเชื่อมั่นในศาสนา ลดความศรัทธาความเลื่อมใสลงเป็นลำดับ

 6. กระบวนการและเครื่องมือในการสืบทอดวัฒนธรรมบางส่วนไม่เหมาะสม

 ระบบการศึกษาซึ่งได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างค่านิยมและพฤติกรรมของคนไทยสู่ครรลองของความทันสมัยโดยไม่สอดคล้องเชื่อมโยงกับพื้นฐานวัฒนธรรมของไทยชี้นำให้เกิดความแปลกแยกบุคคลออกจากบริบาททางสังคมที่ตนถือกำเนิดมาโดยเฉพาะในชนบทนอกจากนี้การศึกษายังเสริมสร้างการสืบทอดของวัฒนธรรมส่วนกลางไม่ให้ความสำคัญการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการศึกษายังไม่สามารถสืบทอดและถ่ายทอดปทิสฐานและระเบียบ วินัย ที่จะต้องมีการปรับตัว เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการณ์เท่าที่ควร นอกจากนี้บุคลากรผู้นำในการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนแหล่งกลางในการสืบทอด ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์เยาวชน ศูนย์วัฒนธรรม ห้องสมุด ฯลฯ เฉพาะที่มีอยู่แล้วการดำเนินการยังขาดประสิทธิภาพและยังไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร

 7. การพัฒนาแยกส่วนหรือการพัฒนาเฉพาะหน่วยย่อยมีปัญหา

 ธรรมชาติหรือความเจริญของสรรพสิ่งทั้งหลายไม่แยกส่วน แต่เชื่อมโยงเป็นเรื่องเดียวกับเศรษฐกิจ จิตใจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงเป็นเรื่องเดียวกัน ถ้าองค์ประกอบเหล่านี้เชื่อมโยงกันเป็นบูรณาการก็เกิดความสมดุลหรือยั่งยืนในสมัยเดิมที่สังคมยังเป็นไปด้วยวัฒนธรรมความสมดุลในสังคมมีมากกว่าและทำให้สังคมยั่งยืนกว่า ความคิดแบบแยกส่วน ได้นำไปสู่ลัทธิการพัฒนาที่เล็ก เอาการเพิ่มขึ้นของโภคทรัพย์เป็นตัวตั้ง และเรียกสิ่งนี้ว่าเศรษฐกิจ การพัฒนาแบบแยกส่วนก็เกิดขึ้น เมื่อมุ่งเอาโภคทรัพย์โดยยอมเสียส่วนอื่นๆ ที่เกิดผลกระทบต่อจิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม เกิดช่องว่างทางสังคม

 สถาบันทางสังคม เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันชุมชนอ่อนแรงหรือสลายตัว ไม่สามารถเป็นเครื่องกำกับควบคุมทางศีลธรรมได้ ศีลธรรมก็จะเสื่อมลง เช่น การเอารัดเอาเปรียบทางสังคม การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรม การเกิดปัญหาโสเภณีเด็ก และเยาวชนติดยาเสพติด การทำลายป่าไม้และสภาพแวดล้อมอย่างอื่นไปอย่างรวดเร็ว จนวิกฤติการณ์สิ่งแวดล้อม โดยสรุปก็คือ เป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน ( Unsustainable Development) เพราะการพัฒนาที่คิดแยกส่วนจึงก่อให้เกิดปัญหาต่างๆที่สลับซับซ้อน ขาดพลังที่จะแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

 ดังที่ผลการสัมมนาและวิจัย โดย ศ.นพ. ประเวศ วะสี ได้เสนอคุณค่าของวัฒนธรรมไว้ 5 ประการ ดังนี้คือ (การพัฒนาโดยใช้มิติทางวัฒนธรรม. 2536 : 155-156)

 (1) การพัฒนาจะต้องไม่ถูกมองว่า การพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง เงิน ตัวเงินไม่มีคุณค่ารองรับแล้ว เงินคือโภคะจริต การแสวงหาเงินทองเท่ากับการทำให้โภคะจริตเต็มแผ่นดิน เงินกลายเป็นสิ่งที่มีค่ากว่าคน คนจะทำอะไรก้อได้เพื่อเงิน สังคมไทยดั้งเดิมให้ความสำคัญกับคุณค่าความงามความดี แต่เมื่อความคิดเข้าสู่โดยโครงสร้างสังคมที่เห็นเงินสำคัญกว่าคนแล้วแล้วสังคมจะมีอันตราย ไร้ศีลธรรม สามารถทำลายจิตวิญญาณ ทำลายสถาบันครอบครัว ชุมชนอันตราย ส่วนหนึ่งเกิดจากการให้ความสำคัญแก่เงินมากเกินไปก็เท่ากับแยกส่วนให้ส่วนเงินโตกว่าคุณค่าความดีความงามแล้ว ส่วนที่เติบโตผิดปกตินี้จะทำลายส่วนอื่นไปหมด ซึ่งแนวทางวัฒนธรรมเป็นเรื่องบูรณาการไม่แยกส่วน

 (2) การพัฒนาในปัจจุบันมีผลให้เกิดเสียดุลอำนาจ เพราะมุ่งแต่เงิน เมื่อเงินมีอำนาจมากขึ้น ศีลธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนา วัดวาอาราม มีพลังน้อยลง อาชญากรไม่เกรงกลัวกฎหมาย ไม่กลัวบาป ผู้ตกทุกข์ขาดที่พึ่ง การสอนจริยธรรมโดยแยกส่วนออกจากสังคม ออกจากความเป็นจริงในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้เป็นวิชาที่ท่องจำได้เป็นการผิดพลาดอย่างยิ่ง เพราะไม่สัมพันธ์กับการนำไปปฏิบัติในชีวิตจริง คนโกงก็โกงไปโดยไม่สนใจต่อธรรมะ ต่อศีลธรรมการเสียดุลอำนาจในสังคม

 อีกมิติหนึ่งก็คือการตรวจสอบและกำกับ ในสมัยโบราณครอบครัวและชุมชนต่างก็ตรวจสอบกำกับซึ่งกันและกัน วัดกับชุมชนก้อตอบสนองซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดศีลธรรมขึ้นโดยปริยาย การตรวจสอบไม่เกิดขึ้น เพราะในปัจจุบันอำนาจรัฐกับอำนาจเงินเข้าไปครอบคลุมครอบครัว สังคม ศาสนา อำนาจรัฐเข้าไปแต่งตั้งบุคลากรทุกระดับ เป็นการรวมศูนย์ไว้ทั้งหมดจนสังคมไม่มีอำนาจตรวจสอบคนดีคนไม่ดี คนมีเงินนำไปสู่อำนาจ อำนาจเป็นหนทางแสวงหาเงิน และการไม่ละอายต่อการทำชั่ว ไม่ว่าการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ คนชั่วเหล่านี้กลับมีตำแหน่งสูงในทางราชการและการเมือง ในที่สุดอำนาจใหญ่จะดึงดูดทุกอย่างเข้าไป “เหมือนหลุมดำ” หลุมดำในปัจจุบันก็คือ อำนาจเงิน อำนาจรัฐดูดเข้าไปหมด แม้คนยากจนช่วยเหลือตนเองไม่ได้ การที่พยายามทำให้สังคมเข้มแข็งเป็นแรงพลังสำคัญต้านอำนาจหลุมดำ ใช่เอาตัวเองเพียงคนเดียวเข้าไปต่อสู้กระแทกกับพลังมหาศาลวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือทำให้สังคมเข้มแข็ง

 (3) ในการสร้างพลังนั้น ต้องสร้างพลังแห่งความเข้าใจในความหมายวัฒนธรรม ซึ่งมีทั้งที่เป็นศิลปะและมิใช่ศิลปะ โดยพิจารณาวัฒนธรรมที่เป็นภูมิปัญญาที่มนุษย์ได้สะสมสืบทอดกันมา วัฒนธรรมจึงเป็นความงอกงามของภูมิปัญญาของมนุษยชาติ ( Culture – งอกงาม) การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมซึ่งแตกต่างกันตามท้องถิ่นเป็นความรู้ที่ได้จากการสังเกต การเรียนรู้ลองผิดลองถูกถ่ายทอดกันมา ( Traditional Knowledge ) กลายเป็นภูมิปัญญาอันลึกซึ้ง เช่น การให้คุณค่าของวิญญาณ เช่น แม่โพสพ แม่ธรณี เป็นจิตวิญญาณที่เป็นนามธรรมที่ยอมรับ แต่เมื่อมนุษย์ให้ความสำคัญแก่ความร้างวิทยาศาสตร์มากขึ้น ก็ละเลยการให้ความสำคัญมิติทางวัฒนธรรม ทำลายคุณค่าจนวัฒนธรรมหมดพลังไป การเข้าใจวัฒนธรรมในเชิงภูมิปัญญา คือ การมองว่าเป็นชีวิตกับธรรมชาติสังคม และมองให้เชื่อมต่อกับปัจจุบัน แล้วจะนำมาใช้กับการพัฒนาได้

 (4)วัฒนธรรมเป็นรากฐานที่ฝังลึกแผ่ไพศาล การพัฒนาโดยตัดรากฐานเท่ากับตัดโครงสร้างสังคม เกิดการแตกสลายของชุมชน หมู่บ้าน นอกจากนี้รากฐานของวัฒนธรรมยังแสดงออกเด่นชัดให้เห็นการยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ทำให้ไม่ให้เกิดความรุนแรง ความใจกว้างทำให้มีมิตร ไม่เกิดภาวะวิกฤติการณ์จนทำลายชาติ ความอบอุ่นของครอบครัวที่มี ปู่ ย่า ตา ยาย เลี้ยงมาทำให้สังคมไทยมีลักษณะพิเศษต่างจากชาติตะวันตก พุทธศาสนาเป็นรากบานของวัฒนธรรม แต่ศาสนาจะเกิดคุณค่าทางวัฒนธรรมต่อเมื่อประชาชนเชื่อ เห็นคุณค่า และนำไปปฏิบัติ

 (5) การสร้างพลังทางวัฒนธรรม ให้มีคุณค่าต่อการพัฒนา ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

 ก) ต้องเสริมการกระจายอำนาจทางการเมืองและประชาธิปไตย โดยคำนึงถึงวัฒนธรรมที่หลากหลาย นับตั้งแต่การเลือกผู้นำ เลือกคนดี มิใช่แค่มองการเลือกตั้ง ควรมองว่าทำอย่างไรประชาชนในท้องถิ่นจะพัฒนาองค์กรของตนได้

 ข) ต้องกระจายรายได้ให้แก่คนส่วนใหญ่ มิใช่เฉพาะกลุ่ม ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้คำว่า ธุรกิจมิใช่เศรษฐกิจ ต้องส่งเสริมศักดิ์ศรีของชุมชนท้องถิ่น ให้มีการอนุรักษ์อย่างรู้คุณค่าของประวัติศาสตร์

 ค) มีบูรณาการที่จะเอาส่วนที่เป็นคุณค่ามาเชื่อมโยงเข้ากันได้ เช่น ส่งเสริมให้มีอาชีพอย่างมีความอบอุ่น มีการรวบรวมองค์ความรู้ในท้องถิ่นโดยสถาบันการศึกษาทุกระดับ

 ง) ต้องมีการเชื่อมโยงวัฒนธรรมให้มีความสัมพันธ์กับการเมือง สื่อมวลชน เพื่อให้หน่วยงานรัฐบาลรับรู้และเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรม

 จ) ในด้านเศรษฐกิจต้องเน้นการจัดการที่มีท้องถิ่นให้เข้ากับวัฒนธรรม เพื่อช่วยให้กระบวนการจัดการที่ดีขึ้น

 ฉ) พระสงฆ์ต้องเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ต้องทำให้เป็นสถาบันที่มีคุณค่าสร้างศรัทธามากกว่าพัฒนาวัตถุ

**7. การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงโดยภูมิปัญญาชาวบ้าน**

การพัฒนาสังคมไทยตั้งแต่เริ่มนำเอาระบบโรงเรียนเข้ามา ส่งผลให้ภูมิปัญญาไทยถูกลดบทบาทลงจนขาดการสืบสานอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดปัญหาในการปรับตัวของคนอย่างต่อเนื่องถึงปัญหาด้านอื่นๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานในการพัฒนาโดยประยุกต์วิทยาการสมัยใหม่มาใช้ร่วมกัน จึงจะเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังกล่าว สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติเล็งเห็นความสำคัญในการจัดระบบการส่งเสริมภูมิปัญญาไทย เพื่อการศึกษาอันจะทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างการศึกษาในระบบโรงเรียน (Formal Education) การศึกษานอกระบบโรงเรียน

(Non - Formal Education) และการศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Education) ซึ่งจะเป็นการศึกษาที่สมบูรณ์สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2540 : 30)

**8. แนวคิดและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ OVOP**

 แนวความคิด One Village One Product ของจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2545 : 20 – 25) เป็นแนวทางการพัฒนาชุมชนที่ให้คนที่อยู่ในชุมชนได้สร้างความคิดและทำด้วยตัวเอง สร้างสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นของตัวเอง นำของเดิมที่ดีและมีอยู่แล้วไปพัฒนาขัดเกลาให้ดียิ่งขึ้น มีการใช้ฐานข้อมูลของชุมชนให้เป็นประโยชน์ โดยอาศัยหลักในการดำเนินงาน 3 ประการ ได้แก่

 1.ภูมิปัญญาท้องถิ่นสากล

 2.พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์

 3.การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

 จากหลักการทั้ง 3 ประการ ต้องมีการทำให้แนวความคิดดังกล่าวสามารถแพร่กระจายในชุมชนของตนเอง ส่งเสริมแนวคิดนี้อย่างถูกต้อง ให้ผู้นำชุมชนได้ทราบและเข้าใจ มีการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่และข้าราชการของจังหวัด จนเกิดความเข้าใจและกระจายข้อมูลไปอย่างแพร่หลายจนเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ มีการเสนอข่าวผ่านสื่อจนเป็นที่ยอมรับและเกิดการแข่งขันในการพัฒนาจนทำให้สินค้ามีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในกระบวนการพัฒนา One Village One Product ของจังหวัดโออิตะ 9 ประการ ได้แก่

 1.การมีผู้นำมีวิสัยทัศน์ และมีความตั้งใจทำงานอย่างจริงจัง

 2.การมีหน่วยงานที่ให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องที่ต้องการอย่างพร้อมมูลจากการฝึกขั้นทักษะ

 3.มีแหล่งข้อมูลเพื่อการประกอบการที่เข้าถึงได้ง่าย ตอบคำถามประชาชนได้ทุกเรื่อง

 4.องค์กรสหกรณ์การเกษตรมีความเข้มแข็ง มีมาตรฐาน และมีบทบาทในแง่ของการช่วยเหลือทางเทคนิค ทั้งทางด้านการตลาด การขนส่งและเทคโนโลยี และที่สำคัญเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชุมชนอย่างแท้จริง

 5.ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนตามความเป็นไปได้ของโครงการที่ขอต่อรัฐบาลท้องถิ่นโดยไม่เหลื่อมล้ำระหว่างคนจนและรวย ทุกคนมีสิทธิ์ขอทุนได้เท่าเทียมกัน โดยรัฐพิจารณาจากความเป็นไปได้ของโครงการทำให้โครงการที่เกิดขึ้นประสบความสำเร็จสูง มีการสร้างงานที่เป็นธรรมชาติ เนื่องจากหากธุรกิจเกิดและประสบความสำเร็จ การจ้างงานก็จะเกิดตามมา และยังเอื้อต่อการเกิดธุรกิจที่เกื้อหนุนกันเป็นทอด ๆ

 6.ระบบสังคมที่เอื้อต่อการทำงานเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ สมาชิกของกลุ่มโครงการมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันดี ไม่แบ่งเขาแบ่งเรา

 7.ประชาชนมีคุณภาพ ช่างคิดช่างทำ คิดแล้วทำ ทำแล้วคิดตลอดเวลา มีความขยันเป็นพื้นฐาน อดทน ไม่ย่อท้อ

 8.รัฐบาลระดับท้องถิ่นมีวิสัยทัศน์ เช่น รู้จักการเรียนรู้ร่วมกันกับประชาชนโดยมีการทำงานในระบบ PAR (Participatory Action Research) มีการสื่อสารถึงกันตลอดเวลา และมีความใกล้ชิดกับประชาชนคิดถึงผลประโยชน์ของประชมชนเสมอ การลงมือทำกิจกรรมขนาดใหญ่จะมีการพบ พูดคุยกับประชาชนเป็นเวลานาน ๆ ก่อนเสมอ ซึ่งผู้นำชุมชนเรียกว่า การถกเถียง 100 วัน (100 Days Discussion) โดยจะมีผู้เกี่ยวข้องจากส่วนต่าง ๆ ของชุมชนมาร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน ธุรกิจ9.ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม One Village One Product เข้าใจแนวคิดของหลักการ Symbiosis เป็นอย่างดี ซึ่งทุกส่วนเชื่อว่าหากทุกคนร่วมมือกัน ประโยชน์ที่ได้ก็จะได้รับกันอย่างทั่วถึงและมีความยั่งยืน

 **หลักการดำเนินงานของ OTOP**

จากเอกสารวิชาการองค์ความรู้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจแบบพอเพียง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (จีระ กาญจนภักดิ์ และพนอจิต เหล่าพูลสุข, 2541) ได้นำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยวิธีการพัฒนาชุมชน ประกอบด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในด้านเงินทุน การผลิต การตลาด และการบริหารจัดการไว้ดังนี้

 ด้านเงินทุนทุนในที่นี้ หมายถึง คน ภูมิปัญญา ความรู้ ความสามารถ เทคโนโลยี ปัจจัยการผลิต พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ที่ดิน อาคาร วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือประกอบอาชีพ และสำหรับการพัฒนาเงินทุน มีวิธีการพัฒนาเงินทุนด้วยการจัดทำข้อมูลแหล่งเงินทุนที่จะสนับสนุนทุนแก่กลุ่มได้ การระดมเงินออมของประชาชน โดยการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ รณรงค์การเพิ่มเงินออมแก่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ สนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มกิจกรรมและชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ หรือการขยายกิจการเชิงธุรกิจ เพิ่มพูนประสิทธิภาพการบริหาร/จัดการ แก้ไขกฎระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการระดมและพัฒนาเงินทุน จัดทำหนังสือคู่มือแนวทางหลักสูตรเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาเงินทุน และจัดตั้งชมรมกลุ่มออมทรัพย์ทุกระดับในระดับครอบครัวจะสามารถสร้างทุนให้เกิดขึ้นได้ด้วยการประหยัด การออม การประกอบอาชีพ การลดรายจ่าย ใช้ประโยชน์ของเงินทุนให้คุ้มค่า และการกู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยต่ำด้านการผลิตการผลิต หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อนำสนองความต้องการของผู้บริโภคสำหรับ

วัตถุประสงค์ของการพัฒนาการผลิต เป็นการผลิตได้ ครบวงจรตั้งแต่วัตถุดิบ การแปรรูปและการบริโภค เพื่อให้ปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันได้ มีรายได้จากการขายผลผลิต ผลิตให้ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด ใช้ทุนน้อย ผลิตได้มาก มีคุณภาพ และนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มผลผลิตการพัฒนาการผลิต มีวิธีการดังนี้

 1.ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการของตลาด

 2.พัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ตามเทคโนโลยีที่เหมาะสม

 3.สนับสนุนให้นำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการผลิต

 4.จัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน การพัฒนาอาชีพ เผยแพร่ให้ผู้ประกอบการกลุ่มอาชีพ

 5.สนับสนุนข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ในการบริหารการผลิต เป็นการวางแผนการจัดระเบียบองค์การและควบคุมกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและการจัดการระบบการผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต การแปรสภาพผลผลิตที่มีคุณภาพ และติดตามควบคุมให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นในการผลิตยังจำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรฐานให้เป็นไปตามข้อกำหนดคุณลักษณะที่องค์การต่าง ๆ ได้กำหนดไว้ นอกจากเป็นการรับรองคุณภาพและมาตรฐานแล้ว ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือได้อีก เช่น อย. มอก. มผช. เป็นต้น

 ด้านการตลาด

 ในการพัฒนาการตลาด อันดับแรก ได้แก่การศึกษาตลาดด้วยการค้นหาความต้องการและความพอใจของผู้บริโภค จัดเตรียมข้อมูลเพื่อการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งด้านรูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ คุณภาพ ประโยชน์ ความนิยม ราคา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มา เพื่อช่วยในการตัดสินใจผลิต และลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการลงทุน สำหรับแหล่งข้อมูลการตลาดอาจจะได้จากข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น รายงาน วารสาร สถิติ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน และข้อมูลที่ต้องเก็บรวบรวมขึ้นใหม่ เช่น วิธีการสังเกต ทำการทดลอง วิธีสำรวจ การประมาณการจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย และการทดสอบการขาย และเมื่อมีการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จะทำให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นการผสมผสานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ระบบการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้เข้ากันได้ในอัตราส่วนที่เหมาะสม เพื่อจะได้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการได้

 ด้านการบริหารจัดการ

 ในการพัฒนาการบริหารจัดการ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการได้ถูกทิศทางตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สามารถดำเนินกิจการได้ด้วยตนเอง และสำหรับแนวทาง ในการพัฒนาผู้บริหารและการจัดการ มีวิธีการดังนี้

 1.การฝึกอบรม สัมมนา ประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบการและการบริหาร ศึกษาดูงาน การบริหารทุน การผลิต การตลาด แลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับกลุ่มอาชีพประเภทเดียวกัน สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และประสานให้เอกชนมีบทบาทพัฒนาผู้ประกอบการ นอกจากนั้นผู้บริหาร ผู้จัดการ และคณะกรรมการควรต้องรู้เรื่องการบริหารจัดการให้สามารถบริหารจัดการเป็น และมีประสิทธิภาพ ให้รู้จักแหล่งเงินทุนและการบริหารทุน ให้รู้จักพึ่งตนเอง สามารถผลิตให้มีคุณภาพ ให้รู้จักแหล่งเงินทุนทั้งภายในและภายนอก

 2.การสร้างองค์กรให้เข้มแข็ง

 องค์กรที่เข้มแข็งเป็นองค์กรที่มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ เสียสละ มีความสามัคคี มีความเป็นผู้นำ พึ่งตนเอง รู้จักหน้าที่ มองการณ์ไกล และมีระเบียบวินัย มีการพัฒนาโครงสร้างองค์กรให้มีคุณภาพ สามารถบริหารจัดการได้

 3. การพัฒนาบุคลากร

 การพัฒนาบุคลากรเป็นการพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยการพัฒนาคณะกรรมการบริหารกลุ่มให้บริหารกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

 4.การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการผลิตและการตลาด ส่งเสริมสนับสนุนให้มีเครือข่ายตามพื้นที่ ตามกิจกรรม และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่ม

 5.การจัดหาและบริหารวัสดุ

 ในการจัดหาและบริหารวัสดุ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้รู้จักเลือกและจัดหาวัสดุ มีทักษะและมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้งานและการบำรุงรักษา และสามารถทำได้โดยฝึกอบรมผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ในการใช้เครื่องมือที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

 การประกอบการธุรกิจชุมชน

 ในการประกอบการธุรกิจชุมชนให้บรรลุตามเป้าหมายชุมชนเข้มแข็งได้ ผู้ประกอบการกลุ่มหรือส่วนบุคคลจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีคิด วิธีดำเนินงานการบริหารจัดการของธุรกิจให้ชัดเจนก่อนแล้วจึงประยุกต์ความรู้เหล่านั้นให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการ และจากคู่มือเทคนิคการเพิ่มผลผลิตให้ชุมชนเข้มแข็งธุรกิจชุมชน จำนวน 10 เล่ม (สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม คู่มือเทคนิคการเพิ่มผลผลิตในชุมชนเข้มแข็ง, 2546.) ซึ่งประกอบด้วย การทำธุรกิจชุมชน แนวคิดและหลักการจัดการสินค้าและบริการ ลูกค้าเป้าหมาย การจัดการด้านการตลาด การผลิตและการบริการ การจัดการด้านการเงิน การบริหารจัดการกลุ่มและคน แผนธุรกิจและกรณีศึกษา ตามลำดับ และจากเอกสารการทำธุรกิจชุมชนในเล่มที่ 1 เป็นการนำเสนอให้เห็นภาพรวมของการดำเนินการธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานที่ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนควรจะต้องรู้ 8 ด้าน ได้แก่ (คู่มือเทคนิคการเพิ่มผลผลิตในชุมชนเข้มแข็ง เล่ม 1 การทำธุรกิจชุมชน, 2546 : 5 – 8)

 1. หลักการจัดการธุรกิจชุมชนที่มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย มีการบริหารจัดการที่ดีและให้สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมกันอย่างเท่าเทียมกัน

 2. สินค้าและบริการ ต้องรู้ว่าทำอย่างไรเมื่อสินค้าและบริการของกลุ่มเข้าสู่ตลาดแล้วลูกค้าจะให้ความสนใจ จะพัฒนาสินค้าและบริการอย่างไรให้แตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง และไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความเบื่อหน่าย

 3. ลูกค้า ต้องรู้ให้ชัดเจนว่า ลูกค้าของเราเป็นใคร ทำไมถึงซื้อสินค้าของเราทำอย่างไรให้เขาซื้อสินค้าของเราตลอดไป และแนะนำให้คนอื่นซื้อเพิ่มขึ้น

 4. การตลาด การค้นหาความต้องการของลูกค้าเพื่อการสนองตอบต่อความต้องการโดยมีการพัฒนาสินค้าให้ถูกใจลูกค้า มีราคาที่เหมาะสม วางขายในที่ที่ลูกค้าต้องการ

 5. การผลิตและการบริการ การผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการและมีต้นทุนต่ำที่สุด

 6. การเงิน ควรทำความเข้าใจถึงวิธีคิดคำนวณ การจดบันทึก บริหารเงินทุน เงินสดหมุนเวียน งบกำไรขาดทุน งบการเงินต่าง ๆ นำมาใช้อย่างถูกวิธี สามารถนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ และอย่างถูกวิธี

 7. การบริหารจัดการกลุ่มและคน เป็นปัจจัยที่สำคัญ นับตั้งแต่ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ ไปจนถึงสมาชิก ต้องมีการแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน หาแนวทางให้ทุกคนได้ร่วมกันปฏิบัติหน้าที่โดยไม่มีปัญหาความขัดแย้ง

 8. แผนธุรกิจ เป็นการวางแผนในสิ่งที่ต้องทำ โดยเริ่มจากอะไรคือสิ่งที่กลุ่มจะผลิตสินค้าหรือบริการ มีขั้นตอนอย่างไร จะได้ผลอย่างไร ใช้เงินเท่าไร ใช้คนที่จะมาร่วมทำเท่าไร และทำอย่างไรการทำธุรกิจจึงอยู่รอดอย่างยั่งยืน

 ทำไมธุรกิจของชุมชนจึงล้มเหลว

 ต้องยอมรับว่าการประกอบกิจการของชาวบ้านไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะมีหลายกลุ่มที่เริ่มต้นดำเนินงานแล้วทำได้ไม่นานก็ต้องล้มเลิก ทั้งในส่วนของรายได้ สมาชิกที่เข้าร่วม โดยมีปัญหาหลักและปัญหาย่อย ดังนี้ (คู่มือเทคนิคการเพิ่มผลผลิตในชุมชนเข้มแข็ง เล่ม 1 การทำธุรกิจชุมชน, 2546 : 9 – 13)

 1. ปัญหาด้านการผลิตสินค้า ได้แก่

1.1 สินค้ายังมีคุณภาพไม่ดีเท่ากับในตลาดทั่วไป

 1.2 คุณภาพของสินค้าไม่มีความคงที่

 1.3 ผลิตสินค้าไม่ได้ตามกำหนด

 1.4 สินค้าไม่มีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ

 2.ปัญหาด้านการตลาด

 2.1 ไม่เข้าใจความต้องการของตลาด

 2.2 หาตลาดไม่ได้

 2.3 ขาดตลาดรองรับที่แน่นอน

 3.ปัญหาด้านการบริหาร

 3.1 ไม่มีกฎระเบียบชัดเจน

 3.2 ไม่มีการแบ่งหน้าที่

 3.3 ไม่มีการตรวจสอบ

 3.4 ไม่มีระบบการฝึกฝน ถ่ายทอด พัฒนาทักษะในการทำงาน

 3.5 ขาดความรู้และทักษะในเรื่องการคำนวณต้นทุน กำไร

 4. ปัญหาด้านการเงิน

 4.1 ไม่มีเงินทุนหมุนเวียน

 4.2 ไม่รู้จักวิธีการทำบัญชี

 ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลว

ในการดำเนินธุรกิจชุมชน พบว่ามีปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จและความล้มเหลวอยู่ 9 ประการ ได้แก่ (ใจมานัส พลอยดี อ้างถึงใน ณรงค์ เพ็ชรประเสร็ฐ, 2550 : 140 – 155)

 1. ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน

กลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้เงินทุนของตนเอง ไม่ต้องกู้หนี้ยืมสิน ไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินลงทุน มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานมากกว่า การพึ่งเงินกู้โดยไม่มีทุนสะสมของตนเองเป็นการชี้ว่า องค์กรเศรษฐกิจนั้นยังพึ่งตนเองไม่ได้ ซึ่งขัดกับหลักการธุรกิจชุมชนที่ต้องการพึ่งตนเอง กลุ่มกิจกรรมเศรษฐกิจที่สามารถพึ่งตนเองด้านเงินทุน หรือสามารถระดมทุนจากชุมชนได้เองจึงมีโอกาสที่จะอยู่ได้ และเติบโตได้มากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินทุนจากการกู้ยืม

 2. ปัจจัยด้านการตลาด

กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะเป็นกลุ่มที่มีคู่ค้าที่แน่นอนและเพียงพอ คู่ค้าที่เป็นผู้ค้าส่งที่รับสินค้าคราวละมาก ๆ ออกไปจำหน่าย ส่วนด้านค้าปลีกไม่มีคู่ค้าที่แน่นอน แต่ต้องมีมากเพียงพอ ธุรกิจชุมชนที่มีผลผลิตไม่มากโดยทั่วไปจะอาศัยตลาดค้าปลีกเป็นสำคัญ แต่ถ้าหากเป็นผู้ผลิตสินค้าจำนวนมาก จำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายของผู้ค้าส่งด้วย แต่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ไม่มีตลาดแน่นอน เข้าไม่ถึงตลาด จะประสบความล้มเหลวในที่สุด

 3. ปัจจัยด้านการผลิต

ความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบที่พิจารณาจากวัตถุดิบ ทักษะ และความชำนาญของผู้ทำการผลิต นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญพอ ๆ กับโอกาสทางตลาด

 4. ปัจจัยด้านบริหารและจัดการ

 ด้านระบบเงิน ระบบงาน และระบบบุคลากร ระดมทุนและสะสมทุน การบริหารกระแสเงินไหลเข้าและกระแสเงินไหลออก ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการขาดสภาพคล่องใช้จ่ายเงินไปในทางที่ก่อประโยชน์ให้แก่กลุ่มมากที่สุด

 ระบบบัญชีและระบบการควบคุมตรวจสอบรายได้รายจ่ายจำเป็นต้องมีความถูกต้องแม่นยำและมีมาตรฐานมากขึ้น การบันทึกตัวเลขต้องเป็นสากลที่สามารถตรวจอ่านได้เข้าใจ บุคลากรด้านการเงินไม่เพียงแต่มีความสามารถในการหารายได้และควบคุมค่าใช้จ่ายเท่านั้น แต่สิ่งสำคัญที่สุดจำเป็นต้องมีความรู้ด้านบัญชีอย่างพอเพียง การบริหารการเงินที่ไม่รัดกุม ใช้เงินอย่างขาดประสิทธิภาพจะนำไปสู่ความผิดพลาดเหมือนธุรกิจทั่ว ๆ ไปกำลังประสบอยู่ขณะนี้

 ด้านระบบ ธุรกิจชุมชนดำเนินงานในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal Business) มักจะไม่ค่อยมีกฎเกณฑ์แน่นอน โดยทั่วไปจะถือเอามติของที่ประชุมสมาชิกเป็นแนวทางและนโยบาย กรรมการบริหารและการบริหารงานโดยอิงมติที่ประชุม แต่กรรมการบริหารมักจะต้องลงมือเป็นผู้ปฏิบัติงานด้วย เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานจริง ๆ มักจะขาดแคลน เพราะไม่ค่อยมีการจ้างผู้ปฏิบัติงาน ระบบงานจึงไม่ค่อยแน่นอน แม้จะมีการแบ่งฝ่ายแบ่งคนรับผิดชอบ แต่ในทางปฏิบัติจริงมักจะเป็นว่า ใครพอจะทำได้ก็ให้ช่วยกันทำ โดยความสมัครใจ ไม่สามารถกำหนดค่าตอบแทนที่แน่นอนได้ การดำเนินงานมักอิงหลักสหกรณ์ ร่วมกันคิด ตัดสินใจ เอาเสียงส่วนใหญ่เป็นตัวกำหนดทิศทางธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ "แกนนำ" เป็นผู้มีความสามารถในการบริหารและจัดการ การแบ่งฝ่าย แบ่งสายงาน การจัดโครงสร้างการบริหาร จึงขึ้นอยู่กับการเสนอแนะของแกนนำ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความเป็นจริงที่แกนนำได้สัมผัสมา ครงสร้างและสายงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนต่าง ๆ จึงมักจะแตกต่างกันไปตามความถนัดของแต่ละกลุ่มด้านระบบบุคลากร ชุมชนมักจะไม่มีลูกจ้างหรือมีเพียงคนสองคน จึงไม่มีสายงานการบังคับบัญชา บุคลากรของกลุ่มมีแต่สมาชิกและกรรมการ การสั่งการ การบังคับบัญชา การให้คุณให้โทษโดยสายการบังคับบัญชาจึงไม่มี ความสำเร็จของการบริหารบุคลากรจึงอยู่ที่ระบบการจูงใจเชิงคุณภาพ และการยอมรับนับถือแกนนำหรือผู้นำเป็นสำคัญ ระบบการให้คุณให้โทษอยู่ที่ระบบวัฒนธรรม คือ ผู้ที่ผิดพลาดหรือทำผิดจะถูกชุมชนตำหนิ ผู้ทำดีชุมชนจะยกย่อง ระบบการควบคุมตรวจสอบโดยสังคม ระบบบุคลากรของธุรกิจชุมชนจะมีประสิทธิภาพแค่ไหนจึงขึ้นอยู่กับสัจจะ คุณธรรมความสามารถ และความเสียสละของบุคลากรเป็นหลัก

5. ปัจจัยด้านผู้นำ

 ชาวชนบทโดยทั่วไปมักจะขาดความคิดริเริ่ม พอใจจะเป็นผู้ตามเป็นผู้เอาอย่างหรือเลียนแบบ ใครที่ทำอะไรแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ ใหม่ ๆ มักจะไม่ได้รับการยอมรับ แต่ครั้นประสบความสำเร็จก็จะมีผู้เอาอย่างและกลายเป็นผู้นำ ผู้นำโดยธรรมชาติของชุมชนจึงมักจะเป็นผู้มีบารมีหรือมีฐานะทางสังคม หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้ชุมชนชาวบ้านธรรมดาที่แสดงความสามารถจนกลายเป็นที่ยอมรับของชุมชนก็มี แต่มักจะต้องฝ่าฟันและสร้างการยอมรับจากชาวบ้านด้วยความยากลำบากกว่ากันธุรกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยบุคคลหรือโดยคณะบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้าน จะระดมทุนได้ง่าย ขยายตัวได้เร็วและมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง

 6. ปัจจัยด้านแรงงาน

 ในธุรกิจชุมชนแรงงานประเภท "ลูกจ้าง" มีน้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นประเภททำงานให้ตนเอง (Self-employed) แรงงานของผู้ที่ทำงานให้ตนเองและครอบครัว แม้ว่าธุรกิจชุมชนตั้งอยู่ในชนบท เป็นการประกอบการของครอบครัวเกษตรกร แต่สภาพความเป็นจริงขณะนี้หลาย ๆ แห่งประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานทั้งระดับแรงงานไร้ฝีมือและแรงงานฝีมือ ในระดับแรงงานไร้ฝีมือ แรงงานรุ่นใหม่มักจะอพยพเข้าเมือง ละทิ้งการพัฒนาอาชีพของครอบครัว คนงานที่เคยผ่านงานอุตสาหกรรมและการค้ามาแล้ว 5 – 6 ปี มักจะกลับไปทำงานภาคเกษตรไม่เป็น ความสามารถ และทักษะเชิงหัตถกรรมไม่มี แรงงานไม่อยากกลับคืนสู่ภาคเกษตร ขาดทักษะด้านเกษตรและด้านหัตถกรรมการมีแรงงานในท้องถิ่นอย่างพอเพียงและแรงงานเหล่านี้มีทักษะทางการผลิต เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

 7. ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก

 การเกิดขึ้น การคงอยู่ และการเติบโตของธุรกิจชุมชน จะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของชุมชน ต้องร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบ ในแง่ของระบบเศรษฐกิจทุนนิยม การมีส่วนร่วมของสมาชิกหมายถึงการระดมทุนและการใช้ทุนที่ระดมมานั้น "ทุน" ที่กล่าวนี้หมายถึง "เงินทุน" เป็นสำคัญ การมีส่วนร่วมของการระดมทุนจึงหมายถึง การร่วมถือหุ้น ร่วมลงทุนและนำทุนไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมอย่างเอาการเอางาน

นั้นจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในการพึ่งตนเอง แม้ว่าระยะเริ่มแรกธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการช่วยเหลือจากภายนอกเป็นด้านหลัก แต่ต่อมาสมาชิกชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน จึงจะทำให้เกิดเป็นธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง คงอยู่และเติบโตได้ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีกิจกรรมทางการผลิตและสามารถพึ่งตนเองได้ด้านเงินทุนมักจะพัฒนามาจากกลุ่มออมทรัพย์ การมีส่วนร่วมในธุรกิจชุมชนที่หนาแน่นที่สุดและนำไปสู่การพึ่งตนเองได้มากที่สุด คือ ธุรกิจชุมชนประเภท "กลุ่มสัจจะออมทรัพย์" ซึ่งสามารถใช้เป็นฐานเงินทุนหรือ "กระดานหก" ไปสู่ธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาการระดมทุนจากภายนอก การพึ่งตนเองได้คือตัวบ่งชี้ความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

 8. ปัจจัยเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับขององค์กร

 ระเบียบข้อบังคับเป็นกฎเกณฑ์กติกาเพื่อให้ทุกคนปฏิบัติตาม ในอันที่จะทำให้การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายเป็นไปอย่างราบรื่น และสอดคล้องประสานกัน การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนตั้งอยู่บนพื้นฐานของการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ฉะนั้น กฎเกณฑ์กติกาต่าง ๆ จึงต้องเกิดขึ้นจากข้อตกลงของสมาชิกเป็นพื้นฐาน กรรมการนำข้อตกลงนั้นมาปรับใช้ให้เป็นจริง หากระเบียบกฎเกณฑ์ที่นำมาใช้นั้นไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเห็นชอบจากสมาชิก อาจจะทำให้เกิดความขัดแย้งและติดขัดในการดำเนินงาน ระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับการเงิน ซึ่งสามารถนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ได้ง่าย และถ้าระเบียบข้อบังคับนี้ไม่เหมาะสมรัดกุม จะทำให้เกิดการรั่วไหลได้ง่าย ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ

**9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

 วีระพล ทองมาและคณะ(2555)เครือข่ายความร่วมมือการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)เพื่อการจัดการท่องเที่ยวตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผลการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจ OTOPเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ได้นําเอาแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นต้นทุนที่มีอยู่ภายในชุมชนของตนเองทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ทุนทางสังคม 2) ทุนทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และ 3)ทุนทางเศรษฐกิจด้วยอาศัยหลักการจากการพึ่งพาตนเองของคนภายในชุมชน โดยที่การท่องเที่ยวเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น และไม่ได้มองกําไรจากการท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่เป็นกําไรจากการพัฒนาความรู้ ความสามารถหรือประสบการณ์ การสร้างความสามัคคี รู้จักแบ่งปันหรือบริการและให้บุคคลอื่นแต่อยู่ในขอบข่ายวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของชุมชนและสามารถเรียนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงจากกระแสของโลกภายนอกนั่นเอง นอกจากนี้การจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนให้เป็นผลผลิตOTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน นั้นไม่สามารถจะดําเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ถ้าขาดซึ่งความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับทั้งภายในและภายนอกชุมชน ดังนั้น จึงควรที่จะมีการพัฒนาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะแบบวงล้อ(wheel networking structure) ด้วยการเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มในระดับชุมชน ตําบลอําเภอรวมทั้งจังหวัดได้มีอิสระในการตัดสินใจและดําเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้บทบาทและภาระหน้าที่ของตนเองหรือหน่วยงาน แต่ประสานสัมพันธ์เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยมีผู้ประสานงานเครือข่ายในแต่ละพหุภาคีมาประชุม พูดคุยและปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคชุมชนได้พัฒนาร่วมกันด้วยอาศัยหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจการวิจัยครั้งนี้ ก่อให้เกิดความตระหนักและระลึกถึงคุณค่ารวมทั้งศักดิ์ศรีในวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของคนภายในชุมชนภาคเหนือตอนบน ชาวบ้านเริ่มถกเถียงกันเกี่ยวกับความเป็น “ตัวตน” ของชาติพันธุ์ พร้อมทั้งรวบรวมและเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นเสน่ห์ช่วยดึงดูดใจมาผลิตเป็นสินค้า OTOP เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้เข้ามาศึกษาและเรียนรู้และซื้อเป็นของที่ระลึก แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการสินค้า OTOP หรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวก็ควรตระหนักรู้ถึงคุณค่าความมีศักดิ์ศรีและสิทธิต่าง ๆ ของกลุ่มชาติพันธุ์ มีความเคารพและเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างเพื่อสร้างความสมานฉันท์และความสามัคคีของประชาชนในสังคมและประเทศชาติ ต่อไป

 มาลิณี ศรีไมตรีและคณะ (2558) ศึกษาการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม พบว่า ผลการศึกษา

 แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แบ่งเป็น

 1.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

 1.1 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทั้งใจด้านขนาด ลวดลาย รูปทรง ที่นอกจากการใช้เพื่อการนึ่งข้าวยังสามารถพัฒนา สร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบลวดลายและตั้งชื่อลายการพัฒนาด้านรูปทรงของผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมคุณค่าหรือให้สะดวกต่อการใช้งานเช่น การเพิ่มหูจับด้านข้างเพื่อให้สามารถจับหวดนึ่งได้สะดวกในขณะที่อยู่ในหม้อหุงข้าวที่มีความร้อนสูง หรือการเพิ่มฝาปิดหวดเพื่อสามารถเก็บความร้อนได้เป็นการใช้แทนกระติบข้าว เป็นต้น

 1.2 การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน การผลิตที่เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติและปลอดสารเคมีเนื่องจากไม่มีการย้อมสี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายเองตามธรรมชาติ การรักษาคุณภาพด้วยการรมควันไม้เพื่อป้องกันเชื้อราและการเกิดมอดไม้ เป็นต้น รวมถึงการนำเสนอคุณค่าด้วยการรับรองหรือรางวัลต่าง ๆ เช่น การแสดงให้เห็นว่า “หวดอัจฉริยะ” เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมบ้านหนองขอน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตได้รับรางวัลชุมชนต้นแบบสืบสารมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประจำปี 2558 (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม 2559) รางวัลสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards ประจำปี 2557 (สุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards 2014 รางวัลสุดยอดนวัตกรรม เพื่อเศรษฐกิจ เพื่อสังคม และประเทศชาติ 2557) เป็นต้น

 1.3 การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ โดยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้วยกล่องกระดาษที่มีส่วนพลาสติกใสให้มองเห็นหวดนึ่งข้าวด้านใน การออกแบบผลิตภัณฑ์ภายนอกของกล่องกระดาษที่ส่งเสริมการขาย เช่น การใส่ลวดลายรูปโบว์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในการซื้อเป็นของฝากนอกเหนือจากการซื้อเพื่อใช้สอยในครัวเรือน เรื่องราวแนวคิดการประดิษฐ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้คิดค้นและริเริ่มการผลิตหวดนึ่งข้าวในหม้อหุงข้าวไฟฟ้าและมีการจดสิทธิบัตรหวดนึ่งข้าวในหม้อหุงข้าวไฟฟ้า โลโก้ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมตำบลหนองขอนอุบลราชธานี เครื่องหมายแสดงมาตรฐาน เครื่องหมายหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุน วิธีการใช้และรูปภาพแสดงวิธีการใช้หวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า การทำความสะอาดและดูแลรักษาหวดนึ่งข้าว

 1.4 การจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น การทำเป็นชุดสินค้าที่ประกอบด้วยหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะพร้อมกับข้าวเหนียวปลอดสารที่ปลูกในตำบลหนองขอนอุบลราชธานี โดยบรรจุในถุงสุญญากาศปริมาณ ถุงละ 1 กิโลกรัม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์และชุดสินค้าสามารถประยุกต์เป็นของฝากในโอกาสต่าง ๆ เช่น ของขวัญหรือชุดสังฆภัณฑ์ เป็นต้น

 2.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านราคา ประกอบด้วย

 2.1 ติดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาด รูปแบบของหวดนึ่งข้าว

 2.2 ตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย สิบหน่วย และราคาขายส่ง

 3.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

 3.1 การตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Digital Marketing) เช่น การบริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่ง

 3.2 งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานี

 3.3 ร้านค้าชุมชน

 3.4 ออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการ

 3.5 ร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท.

 3.6 การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศที่ผ่านการติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศรวมถึงชาวต่างชาติที่อยู่ในไทยและส่งออกไปขายยังประเทศของตนเอง เช่น ลาว เวียดนาม

 4.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

 4.1 การจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า ประกอบด้วย ไวนิลแสดงชื่อผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ การออกแบบการจัดแสดงสินค้า (Display Design) โดยการนำสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ มาจัดแสดงตามเทศกาลหรือฤดูกาลต่าง ๆการสาธิตการใช้หม้อหุงข้าวไฟฟ้านึ่งข้าวเหนียวด้วยหวดอัจฉริยะ พนักงานขายที่เชิญชวนชิมข้าวเหนียวนึ่งและอธิบายการนึ่งข้าวเหนียวด้วยหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะตลอดจนลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งขันรายอื่น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่พบเห็น

 4.2 การปรับปรุงเว็บไซต์ให้แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า รวมไปถึงกิจกรรมของกลุ่มข้อความที่สื่อสารถึงวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมตำบลหนองขอน จังหวัดอุบลราชธานี และคลิปวิดีโอต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น คลิปรายการโทรทัศน์ที่เคยมาถ่ายทำ คลิปการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า คลิปวิธีการใช้หวดนึ่งข้าวเป็นต้น

 4.3 ควรจัดทำเพจที่เป็นทางการของผลิตภัณฑ์ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมในเฟซบุ๊ก โดยแสดงทั้งถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า รวมไปถึงกิจกรรมของกลุ่มข้อความที่สื่อสารถึงวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมตำบลหนองขอน จังหวัดอุบลราชธานี และคลิปวิดีโอต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น คลิปรายการโทรทัศน์ที่เคยมาถ่ายทำ คลิปการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า คลิปวิธีการใช้หวดนึ่งข้าวเป็นต้น และมีการสื่อสารทางตรงกับผู้สนใจ การอภิปรายผลการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการรักษามาตรฐานการผลิตหวดนึ่งข้าว เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้งในมาตรฐานการผลิตสินค้าหัตกรรมเดียวกัน สอดคล้องกับ นราวุฒิ สังข์รักษา (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี พบว่ากลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนรายด้านกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่เน้นสินค้าได้มาตรฐาน รวมถึงไม่แตกหักหรือบุบสลายก่อนส่งถึงมือลูกค้า

 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งในงานวิจัยของ ภาสกร โทณะวณิก (2554: บทคัดย่อ) เรื่องการประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมสาขางานจักสานของจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมจักสาน เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมจักสาน และเพื่อสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมสาขาจักสานเป็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น ระดับชุมชน ระดับประเทศสู่สากล พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ด้านงานหัตถกรรมสาขางานจักสานมานาน โดยได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นคุณพ่อคุณแม่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้นมีความหลากหลาย รูปแบบแปลกใหม่ สวยงาม คงทน ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมควรพัฒนารูปแบบของหวดนึ่งข้าวให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับธันยมัย เจียรกุล (2557: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC ซึ่งได้กล่าวว่าด้านการตลาด ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุดการพัฒนาด้านราคาของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการตั้งราคาแตกต่างกัน โดยตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย สิบหน่วย และราคาขายส่ง และควรมีการติดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาดของหวดนึ่งข้าว ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของฌัชฌานันท์ นิติวัฒนะ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอซำสูงจังหวัดขอนแก่นการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสภาพทางประชากรศาสตร์ของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอซำสูง จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมากและประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงใช้บ้างแต่น้อยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอซำสูง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีแนวทางด้านราคาโดยเน้นตั้งราคาตามคุณภาพสินค้า ให้เครดิตในการซื้อสินค้า/ขายเงินเชื่อตามหลักวิชาการสมาชิกรู้ความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ ตั้งราคาที่ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และไม่เน้นกำไรระยะสั้นการพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการออกงานแสดงสินค้า สอดคล้องกับทิชากร เกสรบัว (2558) ที่ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน)ในตลาดอาเซียนกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรทำนาข้าวบ้านบางพลวงอำเภอบ้านสร้างจังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์เชิงรุกคือออกงานแสดงสินค้าระดับประเทศ เช่นงาน OTOP ต่างๆโดยเฉพาะที่เมืองทองธานีซึ่งงานแสดงสินค้าจะเป็นงานที่รวบรวมนักธุรกิจทั้งในและต่างประเทศไว้เป็นจำนวนมากดังนั้นหากกลุ่มวิสาหกิจสามารถเข้าไปร่วมงานแสดงสินค้าได้จะเป็นการเปิดโอกาสในการทำตลาดได้เป็นอย่างดีและงานวิจัยของพัชรา วงศ์แสงเทียน, ชญานิษฐ์ ศศิวิมล และพัทธนันท์ โกธรรม(2559) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดงเดือย อําเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่¬อศึกษาบริบทการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่ของชุมชนดงเดือย อําเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย และเพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดงเดือย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยออกงานแสดงสินค้าในสถานที่เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

 การเพิ่มช่องทางการตลาดดิจิตอล ด้วยการบริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่งและการรับออร์เดอร์สินค้าจากต่างประเทศ ติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ สอดคล้องกับ Chen, Jaw, & Wu (2016) ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้ดิจิตอลกับการดำเนินงานในองค์การของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมผ้าในเว็บไซต์ของประเทศไต้หวัน ผลการศึกษาพบว่าการให้บริการจากเว็บไซต์มีผลต่อการดำเนินงานในองค์การธุรกิจ อย่างไรก็ตามการให้บริการจากเว็บไซต์ประกอบด้วยการให้บริการซ่อมบำรุงระหว่างการใช้งาน การให้บริการระบบธุรกิจต่อธุรกิจ และซอฟแวร์การจัดเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นเรื่องที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้คำแนะนำและให้การสนับสนุนเพื่อให้ช่องทางการตลาดดิจิตอลช่วยให้ผู้ผลิตสามารถติดต่อกับผู้บริโภคได้โดยตรงและขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นได้ และงานวิจัยของ Jones, Borgman, &Ulusoy, (2015) ที่ได้ศึกษาถึงผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อธุรกิจขนาดเล็ก วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือการสำรวจบทบาทและ ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีต่อธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาคที่ด้อยโอกาส โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะตรวจสอบผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับเว็บไซต์ของธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินงานในภูมิภาค การวิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับเจ้าของหรือผู้จัดการ จำนวน 5 รายของธุรกิจขนาดเล็กในพื้นที่แถบภูเขาทางตะวันตกของรัฐเมน (Maine) หน่วยงานของรัฐด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจ อธิบายว่าภูมิภาคด้อยโอกาส คือภูมิภาคที่โดยทั่วไปทางเศรษฐกิจตกต่ำเป็นเหตุให้ธุรกิจมักจะต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นในการรับรู้และสอบถามข้อมูล รวมถึงความสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นกับลูกค้า ซึ่งส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าใหม่ เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าในระดับโลก และร่วมส่งเสริมการตลาดของธุรกิจในท้องถิ่นที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาค การวิจัยมีข้อยืนยันว่าข้อได้เปรียบที่มีศักยภาพของการใช้หน้าเว็บและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาคหรือสถานที่ที่ด้อยโอกาส ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสถานะเว็บรวมกับการส่งเสริมการตลาด สามารถมีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในแง่ของช่องทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กเพิ่มช่องทางในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงลูกค้าในระดับโลก ซึ่งเปิดโอกาสใหม่สำหรับการขายและการเติบโตของธุรกิจนอกเหนือจากการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ที่ร้านค้าชุมชน ออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการ งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานี ร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท. บริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่ง และออร์เดอร์สินค้าจากต่างประเทศ ติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศแล้วพบว่าในงานวิจัยของ ฉัตรชัย อินทสังข์และปวีณา อาจนาวัง (2555) ที่ศึกษาต้นแบบกลยุทธ์การตลาด สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนเพื่อการค้าระดับประเทศ สู่ความยั่งยืน (กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา) ซึ่งมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่วางจำหน่าย ได้แก่ ร้านของฝากปึงหงี่เชียง ร้านเจ้าสัว ตลาดไทยสามัคคี Montana Farm บริเวณร้านของฝาก A-Cup of Love อำเภอวังน้ำเขียว และแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ทภายในอำเภอวังน้ำเขียว เช่น โกลด์เมาท์เท่นรีสอร์ท บ้านไร่คุณนายรีสอร์ท เป็นต้น อีกทั้งในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยวของอำเภอวังน้ำเขียว

 การพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้าตลอดจนใช้บุคคลเป็นผู้แนะนำการใช้งานหวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชัญ จงเจริญ(2555) ซึ่งได้ศึกษาพัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดนนทบุรี โดยผลการศึกษาพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า มีการสื่อสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดีเนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าหน้าร้านด้วยตนเอง

 สรุปได้ว่า ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัยโดยใช้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม สถานที่จัดตั้งกลุ่ม ณ บ้านเลขที่ 36 หมู่ 6 ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี การดำเนินการศึกษาถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยบริบทที่จะศึกษา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม มีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น 71 คน โดยแบ่งเป็น สมาชิกที่ร่วมกันก่อตั้งและจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม จำนวน 14 คน และชาวบ้านในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแต่มิใช่สมาชิก จำนวน 57 คน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม นางระลึก ซื่อสัตย์ ณ วันที่ 26 มกราคม 2559)แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แบ่งเป็นการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค นอกจากการใช้เพื่อการนึ่งข้าวยังสามารถพัฒนา สร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมคุณค่าหรือให้สะดวกต่อการใช้งาน การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน การผลิตที่เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติและปลอดสารเคมีเนื่องจากไม่มีการย้อมสีเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายเองตามธรรมชาติ รวมถึงการรักษาคุณภาพด้วยการรมควันไม้เพื่อป้องกันเชื้อราและการเกิดมอดไม้ เป็นต้น รวมถึงการนำเสนอคุณค่าด้วยการรับรองหรือรางวัลต่าง ๆ การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ โดยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้วยกล่องกระดาษที่มีส่วนพลาสติกใสให้มองเห็นหวดนึ่งข้าวด้านใน การออกแบบผลิตภัณฑ์ภายนอกของกล่องกระดาษที่สื่อสารตราสินค้า ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ รางวัลที่ได้รับ เครื่องหมายมาตรฐานการผลิต วิธีการใช้ ประโยชน์ วิธีการเก็บรักษา เป็นต้น การจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์และชุดสินค้าสามารถประยุกต์เป็นของฝากในโอกาสต่าง ๆ การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านราคา ประกอบด้วยติดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาด รูปแบบของหวดนึ่งข้าว ตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย สิบหน่วย และราคาขายส่ง การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยการตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Digital Marketing) งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานีร้านค้าชุมชนออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท.การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศที่ผ่านการติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศรวมถึงชาวต่างชาติที่อยู่ในไทยและส่งออกไปขายยังประเทศของตนเอง เช่น ลาว เวียดนาม การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า ประกอบด้วย ไวนิลแสดงชื่อผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ การออกแบบการจัดแสดงสินค้า การปรับปรุงเว็บไซต์ และการจัดทำเพจที่เป็นทางการของผลิตภัณฑ์ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมในเฟสบุ๊ก และมีการสื่อสารทางตรงกับผู้สนใจ

 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม มีแนวทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

 1.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ควรการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ และการจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น

 2.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ควรพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านราคา โดยติดป้ายราคาและตั้งราคาขายปลีกกับราคาขายส่ง

 3.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ควรการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการตลาดบนอินเทอร์เน็ต งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานีร้านค้าชุมชนออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท. การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ

 4.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า การปรับปรุงเว็บไซต์ และจัดทำเพจที่เป็นทางการในเฟซบุ๊ก

 ธันยมัย เจียรกุลศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC พบว่า การรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้น มีผลกระทบต่อการปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำ บลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่ถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำ นวนมาก โดยที่ปัญหาของ OTOP โดยรวมของทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ด้านเทคโนโลยีและด้านการสนับสนุนจากภาครัฐดังนั้น แนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ OTOPสู่การรวมตัวของAEC ตามกรอบ ASEAN SMEs นั้นต้องเกิดจากความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีความจริงใจในการร่วมมือกันอย่างบูรณาการ เพื่อช่วยพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยควรเริ่มพัฒนาจากการสร้างแรงบันดาลใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ประกอบการเอง รวมทั้งเน้นด้านการสร้างเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในด้านการบริหารจัดการต้องมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงทักษะด้านภาษารวมทั้งให้ความรู้ด้านต่างๆ ของอาเซียน ส่วนด้านการตลาด ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด สำ หรับด้านการผลิตควรให้มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ควรมีการใช้ระบบการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง มีความรู้เรื่องต้นทุนและจุดคุ้มทุน สนับสนุนเรื่องแหล่งทุนต้นทุนต่ำด้านเทคโนโลยีควรมีการนำ เทคโนโลยีมาใช้ในระบบการทำ งาน รวมถึงระบบสารสนเทศ และด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ผู้ประกอบการควรหาพันธมิตรธุรกิจทั้งในด้านการผลิตและการจัดจำ หน่ายและสำ หรับภาครัฐควรให้การสนับสนุนในเรื่องข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับ AEC อบรมให้ความรู้และประสานแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

 ชนนิกานต์จุลมกร (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า(1) มีปัจจัยส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวคือ ภาควิชา ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต (2) มีปัจจัยเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพียงด้านเดียวคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต (3.1) เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการขาย (3.2)นิสิตที่ศึกษาในระดับชั้นปีที่ต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในทุกด้าน (3.3) นิสิตที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ (3.4) นิสิตที่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยครั้งละกี่นาทีต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในด้านราคา

 วีระพล ทองมาและคณะ(2547)เครือข่ายความร่วมมือการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)เพื่อการจัดการท่องเที่ยวตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผลการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจ OTOPเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ได้นําเอาแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นต้นทุนที่มีอยู่ภายในชุมชนของตนเองทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ทุนทางสังคม 2) ทุนทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และ 3)ทุนทางเศรษฐกิจด้วยอาศัยหลักการจากการพึ่งพาตนเองของคนภายในชุมชน โดยที่การท่องเที่ยวเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น และไม่ได้มองกําไรจากการท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่เป็นกําไรจากการพัฒนาความรู้ ความสามารถหรือประสบการณ์ การสร้างความสามัคคี รู้จักแบ่งปันหรือบริการและให้บุคคลอื่นแต่อยู่ในขอบข่ายวัฒนธรรม หรืออัตลักษณ์ของชุมชนและสามารถเรียนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงจากกระแสของโลกภายนอกนั่นเอง นอกจากนี้การจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนให้เป็นผลผลิตOTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน นั้นไม่สามารถจะดําเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ถ้าขาดซึ่งความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับทั้งภายในและภายนอกชุมชน ดังนั้น จึงควรที่จะมีการพัฒนาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะแบบวงล้อ(wheel networking structure) ด้วยการเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มในระดับชุมชน ตําบลอําเภอรวมทั้งจังหวัดได้มีอิสระในการตัดสินใจและดําเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้บทบาทและภาระหน้าที่ของตนเองหรือหน่วยงาน แต่ประสานสัมพันธ์เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยมีผู้ประสานงานเครือข่ายในแต่ละพหุภาคีมาประชุม พูดคุยและปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคชุมชนได้พัฒนาร่วมกันด้วยอาศัยหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจการวิจัยครั้งนี้ ก่อให้เกิดความตระหนักและระลึกถึงคุณค่ารวมทั้งศักดิ์ศรีในวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของคนภายในชุมชนภาคเหนือตอนบน ชาวบ้านเริ่มถกเถียงกันเกี่ยวกับความเป็น “ตัวตน” ของชาติพันธุ์ พร้อมทั้งรวบรวมและเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นเสน่ห์ช่วยดึงดูดใจมาผลิตเป็นสินค้า OTOP เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้เข้ามาศึกษาและเรียนรู้และซื้อเป็นของที่ระลึก แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการสินค้า OTOP หรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวก็ควรตระหนักรู้ถึงคุณค่าความมีศักดิ์ศรีและสิทธิต่าง ๆ ของกลุ่มชาติพันธุ์ มีความเคารพและเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างเพื่อสร้างความสมานฉันท์และความสามัคคีของประชาชนในสังคมและประเทศชาติ ต่อไป

 มาลิณี ศรีไมตรีและคณะ (2559) ศึกษาการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม พบว่า ผลการศึกษา แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แบ่งเป็น

 1.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

 1.1 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทั้งใจด้านขนาด ลวดลาย รูปทรง ที่นอกจากการใช้เพื่อการนึ่งข้าวยังสามารถพัฒนา สร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบลวดลายและตั้งชื่อลาย การพัฒนาด้านรูปทรงของผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมคุณค่าหรือให้สะดวกต่อการใช้งาน เช่น การเพิ่มหูจับด้านข้างเพื่อให้สามารถจับหวดนึ่งได้สะดวกในขณะที่อยู่ในหม้อหุงข้าวที่มีความร้อนสูง หรือการเพิ่มฝาปิดหวดเพื่อสามารถเก็บความร้อนได้เป็นการใช้แทนกระติบข้าว เป็นต้น

 1.2 การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน การผลิตที่เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติและปลอดสารเคมีเนื่องจากไม่มีการย้อมสี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายเองตามธรรมชาติ การรักษาคุณภาพด้วยการรมควันไม้เพื่อป้องกันเชื้อราและการเกิดมอดไม้ เป็นต้น รวมถึงการนำเสนอคุณค่าด้วยการรับรองหรือรางวัลต่าง ๆ เช่น การแสดงให้เห็นว่า “หวดอัจฉริยะ” เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม บ้านหนองขอน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตได้รับรางวัลชุมชนต้นแบบสืบสารมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประจำปี 2558 (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม 2559) รางวัลสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards ประจำปี 2557 (สุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards 2014 รางวัลสุดยอดนวัตกรรม เพื่อเศรษฐกิจ เพื่อสังคม และประเทศชาติ 2557) เป็นต้น

 1.3 การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ โดยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้วยกล่องกระดาษที่มีส่วนพลาสติกใสให้มองเห็นหวดนึ่งข้าวด้านใน การออกแบบผลิตภัณฑ์ภายนอกของกล่องกระดาษที่ส่งเสริมการขาย เช่น การใส่ลวดลายรูปโบว์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในการซื้อเป็นของฝากนอกเหนือจากการซื้อเพื่อใช้สอยในครัวเรือน เรื่องราวแนวคิดการประดิษฐ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้คิดค้นและริเริ่มการผลิตหวดนึ่งข้าวในหม้อหุงข้าวไฟฟ้าและมีการจดสิทธิบัตรหวดนึ่งข้าวในหม้อหุงข้าวไฟฟ้า โลโก้ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมตำบลหนองขอนอุบลราชธานี เครื่องหมายแสดงมาตรฐาน เครื่องหมายหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุน วิธีการใช้และรูปภาพแสดงวิธีการใช้หวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า การทำความสะอาดและดูแลรักษาหวดนึ่งข้าว

 1.4 การจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น การทำเป็นชุดสินค้าที่ประกอบด้วยหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะพร้อมกับข้าวเหนียวปลอดสารที่ปลูกในตำบลหนองขอนอุบลราชธานี โดยบรรจุในถุงสุญญากาศปริมาณ ถุงละ 1 กิโลกรัม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์และชุดสินค้าสามารถประยุกต์เป็นของฝากในโอกาสต่าง ๆ เช่น ของขวัญหรือชุดสังฆภัณฑ์ เป็นต้น

 2.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านราคา ประกอบด้วย

 2.1ติดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาด รูปแบบของหวดนึ่งข้าว

 2.2ตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย สิบหน่วย และราคาขายส่ง

 3.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

 3.1 การตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Digital Marketing) เช่น การบริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่ง

 3.2 งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานี

 3.3 ร้านค้าชุมชน

 3.4 ออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการ

 3.5 ร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท.

 3.6การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศที่ผ่านการติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศรวมถึงชาวต่างชาติที่อยู่ในไทยและส่งออกไปขายยังประเทศของตนเอง เช่น ลาว เวียดนาม

 4.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

 4.1การจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า ประกอบด้วย ไวนิลแสดงชื่อผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ การออกแบบการจัดแสดงสินค้า (Display Design) โดยการนำสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ มาจัดแสดงตามเทศกาลหรือฤดูกาลต่าง ๆการสาธิตการใช้หม้อหุงข้าวไฟฟ้านึ่งข้าวเหนียวด้วยหวดอัจฉริยะ พนักงานขายที่เชิญชวนชิมข้าวเหนียวนึ่งและอธิบายการนึ่งข้าวเหนียวด้วยหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะตลอดจนลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งขันรายอื่น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่พบเห็น

 4.2การปรับปรุงเว็บไซต์ให้แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า รวมไปถึงกิจกรรมของกลุ่มข้อความที่สื่อสารถึงวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมตำบลหนองขอน จังหวัดอุบลราชธานี และคลิปวิดีโอต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น คลิปรายการโทรทัศน์ที่เคยมาถ่ายทำ คลิปการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า คลิปวิธีการใช้หวดนึ่งข้าวเป็นต้น

 4.3ควรจัดทำเพจที่เป็นทางการของผลิตภัณฑ์ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมในเฟซบุ๊ก โดยแสดงทั้งถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า รวมไปถึงกิจกรรมของกลุ่มข้อความที่สื่อสารถึงวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมตำบลหนองขอน จังหวัดอุบลราชธานี และคลิปวิดีโอต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น คลิปรายการโทรทัศน์ที่เคยมาถ่ายทำ คลิปการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า คลิปวิธีการใช้หวดนึ่งข้าวเป็นต้น และมีการสื่อสารทางตรงกับผู้สนใจ

 การอภิปรายผลการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการรักษามาตรฐานการผลิตหวดนึ่งข้าว เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้งในมาตรฐานการผลิตสินค้าหัตกรรมเดียวกัน สอดคล้องกับนราวุฒิ สังข์รักษา (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี พบว่ากลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนรายด้านกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่เน้นสินค้าได้มาตรฐาน รวมถึงไม่แตกหักหรือบุบสลายก่อนส่งถึงมือลูกค้า

 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งในงานวิจัยของ ภาสกร โทณะวณิก (2554: บทคัดย่อ) เรื่องการประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมสาขางานจักสานของจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมจักสาน เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมจักสาน และเพื่อสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมสาขาจักสาน เป็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น ระดับชุมชน ระดับประเทศสู่สากล พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ด้านงานหัตถกรรมสาขางานจักสานมานาน โดยได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นคุณพ่อคุณแม่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้นมีความหลากหลาย รูปแบบแปลกใหม่ สวยงาม คงทน ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมควรพัฒนารูปแบบของหวดนึ่งข้าวให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับ ธันยมัย เจียรกุล (2557: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC ซึ่งได้กล่าวว่าด้านการตลาด ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุดการพัฒนาด้านราคาของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการตั้งราคาแตกต่างกัน โดยตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย สิบหน่วย และราคาขายส่ง และควรมีการติดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาดของหวดนึ่งข้าว ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของฌัชฌานันท์ นิติวัฒนะ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอซำสูงจังหวัดขอนแก่นการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสภาพทางประชากรศาสตร์ของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอซำสูง จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมากและประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงใช้บ้างแต่น้อยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอซำสูง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีแนวทางด้านราคาโดยเน้นตั้งราคาตามคุณภาพสินค้า ให้เครดิตในการซื้อสินค้า/ขายเงินเชื่อตามหลักวิชาการสมาชิกรู้ความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ ตั้งราคาที่ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และไม่เน้นกำไรระยะสั้นการพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการออกงานแสดงสินค้า สอดคล้องกับ ทิชากร เกสรบัว (2558) ที่ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน)ในตลาดอาเซียนกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรทำนาข้าวบ้านบางพลวงอำเภอบ้านสร้างจังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์เชิงรุกคือออกงานแสดงสินค้าระดับประเทศ เช่นงาน OTOP ต่างๆโดยเฉพาะที่เมืองทองธานีซึ่งงานแสดงสินค้าจะเป็นงานที่รวบรวมนักธุรกิจทั้งในและต่างประเทศไว้เป็นจำนวนมากดังนั้นหากกลุ่มวิสาหกิจสามารถเข้าไปร่วมงานแสดงสินค้าได้จะเป็นการเปิดโอกาสในการทำตลาดได้เป็นอย่างดีและงานวิจัยของพัชรา วงศ์แสงเทียน, ชญานิษฐ์ ศศิวิมล และพัทธนันท์ โกธรรม(2559) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดงเดือย อําเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่ของชุมชนดงเดือย อําเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย และเพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดงเดือย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยออกงานแสดงสินค้าในสถานที่เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

 การเพิ่มช่องทางการตลาดดิจิตอล ด้วยการบริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่งและการรับออร์เดอร์สินค้าจากต่างประเทศ ติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ สอดคล้องกับ Chen, Jaw, & Wu (2016) ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้ดิจิตอลกับการดำเนินงานในองค์การของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมผ้าในเว็บไซต์ของประเทศไต้หวัน ผลการศึกษาพบว่าการให้บริการจากเว็บไซต์มีผลต่อการดำเนินงานในองค์การธุรกิจ อย่างไรก็ตามการให้บริการจากเว็บไซต์ประกอบด้วยการให้บริการซ่อมบำรุงระหว่างการใช้งาน การให้บริการระบบธุรกิจต่อธุรกิจ และซอฟแวร์การจัดเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นเรื่องที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้คำแนะนำและให้การสนับสนุนเพื่อให้ช่องทางการตลาดดิจิตอลช่วยให้ผู้ผลิตสามารถติดต่อกับผู้บริโภคได้โดยตรงและขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นได้ และงานวิจัยของ Jones, Borgman, &Ulusoy, (2015) ที่ได้ศึกษาถึงผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อธุรกิจขนาดเล็ก วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือการสำรวจบทบาทและ ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีต่อธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาคที่ด้อยโอกาส โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะตรวจสอบผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับเว็บไซต์ของธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินงานในภูมิภาค การวิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับเจ้าของหรือผู้จัดการ จำนวน 5 รายของธุรกิจขนาดเล็กในพื้นที่แถบภูเขาทางตะวันตกของรัฐเมน (Maine) หน่วยงานของรัฐด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจ อธิบายว่าภูมิภาคด้อยโอกาส คือภูมิภาคที่โดยทั่วไปทางเศรษฐกิจตกต่ำเป็นเหตุให้ธุรกิจมักจะต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นในการรับรู้และสอบถามข้อมูล รวมถึงความสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นกับลูกค้า ซึ่งส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าใหม่ เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าในระดับโลก และร่วมส่งเสริมการตลาดของธุรกิจในท้องถิ่นที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาค การวิจัยมีข้อยืนยันว่าข้อได้เปรียบที่มีศักยภาพของการใช้หน้าเว็บและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาคหรือสถานที่ที่ด้อยโอกาส ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสถานะเว็บรวมกับการส่งเสริมการตลาด สามารถมีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในแง่ของช่องทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กเพิ่มช่องทางในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงลูกค้าในระดับโลก ซึ่งเปิดโอกาสใหม่สำหรับการขายและการเติบโตของธุรกิจนอกเหนือจากการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ที่ร้านค้าชุมชน ออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการ งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานี ร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท. บริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่ง และออร์เดอร์สินค้าจากต่างประเทศ ติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศแล้วพบว่าในงานวิจัยของ ฉัตรชัย อินทสังข์และปวีณา อาจนาวัง (2555) ที่ศึกษาต้นแบบกลยุทธ์การตลาด สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนเพื่อการค้าระดับประเทศ สู่ความยั่งยืน (กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา) ซึ่งมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่วางจำหน่าย ได้แก่ ร้านของฝากปึงหงี่เชียง ร้านเจ้าสัว ตลาดไทยสามัคคี Montana Farm บริเวณร้านของฝาก A-Cup of Love อำเภอวังน้ำเขียว และแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ทภายในอำเภอวังน้ำเขียว เช่น โกลด์เมาท์เท่นรีสอร์ท บ้านไร่คุณนายรีสอร์ท เป็นต้น อีกทั้งในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยวของอำเภอวังน้ำเขียว การพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้าตลอดจนใช้บุคคลเป็นผู้แนะนำการใช้งานหวดนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้าสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชัญ จงเจริญ(2555) ซึ่งได้ศึกษาพัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดนนทบุรี โดยผลการศึกษาพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า มีการสื่อสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าหน้าร้านด้วยตนเอง

 สรุปได้ว่า ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัยโดยใช้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม สถานที่จัดตั้งกลุ่ม ณ บ้านเลขที่ 36 หมู่ 6 ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี การดำเนินการศึกษาถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยบริบทที่จะศึกษา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม มีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น 71 คน โดยแบ่งเป็น สมาชิกที่ร่วมกันก่อตั้งและจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม จำนวน 14 คน และชาวบ้านในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแต่มิใช่สมาชิก จำนวน 57 คน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม นางระลึก ซื่อสัตย์ ณ วันที่ 26 มกราคม 2559)แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แบ่งเป็นการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค นอกจากการใช้เพื่อการนึ่งข้าวยังสามารถพัฒนา สร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมคุณค่าหรือให้สะดวกต่อการใช้งาน การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน การผลิตที่เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติและปลอดสารเคมีเนื่องจากไม่มีการย้อมสีเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายเองตามธรรมชาติ รวมถึงการรักษาคุณภาพด้วยการรมควันไม้เพื่อป้องกันเชื้อราและการเกิดมอดไม้ รวมถึงการนำเสนอคุณค่าด้วยการรับรองหรือรางวัลต่าง ๆ การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ โดยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้วยกล่องกระดาษที่มีส่วนพลาสติกใสให้มองเห็นหวดนึ่งข้าวด้านใน การออกแบบผลิตภัณฑ์ภายนอกของกล่องกระดาษที่สื่อสารตราสินค้า ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ รางวัลที่ได้รับ เครื่องหมายมาตรฐานการผลิต วิธีการใช้ ประโยชน์ วิธีการเก็บรักษา เป็นต้น การจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์และชุดสินค้าสามารถประยุกต์เป็นของฝากในโอกาสต่าง ๆ การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านราคา ประกอบด้วยติดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาด รูปแบบของหวดนึ่งข้าว ตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย สิบหน่วย และราคาขายส่ง การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยการตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Digital Marketing) งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานีร้านค้าชุมชนออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท.การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศที่ผ่านการติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศรวมถึงชาวต่างชาติที่อยู่ในไทยและส่งออกไปขายยังประเทศของตนเอง เช่น ลาว เวียดนาม การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า ประกอบด้วย ไวนิลแสดงชื่อผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ การออกแบบการจัดแสดงสินค้า การปรับปรุงเว็บไซต์ และการจัดทำเพจที่เป็นทางการของผลิตภัณฑ์ของหวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมในเฟสบุ๊ก และมีการสื่อสารทางตรงกับผู้สนใจ

 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม มีแนวทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

 1.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ควรการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ และการจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น

 2.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ควรพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านราคา โดยติดป้ายราคาและตั้งราคาขายปลีกกับราคาขายส่ง

 3.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ควรการพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการตลาดบนอินเทอร์เน็ต งาน OTOP อิมแพค เมืองทองธานีร้านค้าชุมชนออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปั๊มน้ำมัน ปตท. การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ

 4.การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า การปรับปรุงเว็บไซต์ และจัดทำเพจที่เป็นทางการในเฟซบุ๊ก

 ธันยมัย เจียรกุลศึกษาเรื่อง ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC พบว่า การรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้น มีผลกระทบต่อการปรับตัวของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำ บลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่ถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวนมาก โดยที่ปัญหาของ OTOP โดยรวมของทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ด้านเทคโนโลยีและด้านการสนับสนุนจากภาครัฐดังนั้น แนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ OTOPสู่การรวมตัวของAEC ตามกรอบ ASEAN SMEs นั้นต้องเกิดจากความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีความจริงใจในการร่วมมือกันอย่างบูรณาการ เพื่อช่วยพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยควรเริ่มพัฒนาจากการสร้างแรงบันดาลใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ประกอบการเอง รวมทั้งเน้นด้านการสร้างเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในด้านการบริหารจัดการต้องมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงทักษะด้านภาษารวมทั้งให้ความรู้ด้านต่างๆ ของอาเซียน ส่วนด้านการตลาด ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด สำ หรับด้านการผลิตควรให้มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ ด้านการเงินและแหล่งเงินทุน ควรมีการใช้ระบบการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง มีความรู้เรื่องต้นทุนและจุดคุ้มทุน สนับสนุนเรื่องแหล่งทุนต้นทุนต่ำด้านเทคโนโลยีควรมีการนำ เทคโนโลยีมาใช้ในระบบการทำ งาน รวมถึงระบบสารสนเทศ และด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ผู้ประกอบการควรหาพันธมิตรธุรกิจทั้งในด้านการผลิตและการจัดจำ หน่ายและสำ หรับภาครัฐควรให้การสนับสนุนในเรื่องข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับ AEC อบรมให้ความรู้และประสานแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป

 ชนนิกานต์ จุลมกร (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า(1) มีปัจจัยส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวคือ ภาควิชา ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต (2) มีปัจจัยเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพียงด้านเดียวคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต (3.1) เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการขาย (3.2)นิสิตที่ศึกษาในระดับชั้นปีที่ต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในทุกด้าน (3.3) นิสิตที่มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ (3.4) นิสิตที่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยครั้งละกี่นาทีต่างกันมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในด้านราคา

 รสดา เวษฎาพันธุ์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ (2556) ได้ทำการศึกษาโครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสายบัว ในปีงบประมาณ 2555 และโครงการจัดทำเว็บไซต์เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการดำเนินงานทั้งสองโครงการมีอัตราประสิทธิผลในระดับค่อนข้างสูงทาให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจแนวทางปฏิบัติและวิธีการใช้สิทธิประโยชน์ตามข้อตกลง FTA ของอาเซียน ส่วนการประเมินด้านประสิทธิภาพ ปรากฏว่าต้นทุนต่อหน่วยที่ใช้จริงทั้งสองโครงการสูงกว่าที่กำหนดไว้ตามแผนโครงการแรกมีต้นทุน-ประสิทธิผลสูงกว่าโครงการที่ 2 นอกจากนี้ เมื่อกำหนดอัตราคิดลดร้อยละ 10 ต่อปี และอายุโครงการ 10 ปี การประเมินจากค่า NPV, B/C และ IRR แสดงว่าการดำเนินการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ตามระบบ GMP ด้วยการลงทุนปรับปรุงโรงงาน การซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์ มีความเป็นไปได้ทางการเงิน

 พุฒิพัฒน์ ทวีวชิรพัฒน์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ (2557) ศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานการพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปีงบประมาณ 2556 มีกิจกรรมที่ทำการประเมินทั้งหมด 8 กิจกรรม ใช้การประเมิน 3 วิธี ขึ้นกับประเภทกิจกรรม วิธีแรก คือ การประเมินผลกิจกรรมการฝึกอบรมตามแบบจำลองIPO พบว่า ความเหมาะสมของปัจจัยเข้า ระดับการเข้าร่วมกิจกรรมในการฝึกอบรม และระดับประโยชน์หรือผลที่ได้รับจากการฝึกอบรมอยู่ในระดับสูง ส่วนความเหมาะสมของการดำเนินงานของโครงการอยู่ในระดับสูงมาก วิธีที่สอง คือ การประเมินประสิทธิผลของทุกกิจกรรม พบว่า มีประสิทธิผลของผลผลิตและประสิทธิผลของผลลัพธ์อยู่ในระดับสูงและระดับค่อนข้างต่ำตามลำดับ วิธีที่สาม คือ การประเมินประสิทธิภาพ พบว่า อัตราส่วนระหว่างต้นทุน-ประสิทธิผลกับประสิทธิภาพตามเป้าหมายมีระดับประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลประโยชน์ของโครงการด้านเศรษฐศาสตร์ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 8,380,966 บาท อัตราส่วนระหว่างประโยชน์ต่อต้นทุน เท่ากับ 1.10 และอัตราผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการ เท่ากับร้อยละ 40.99 ซึ่งสูงกว่าอัตราคิดลดร้อยละ 10