

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และศักยภาพธุรกิจชุมชน ตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ ตำบลเทพเสด็จ อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ มีการจัดลำดับความสำคัญ ในการจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องในเนื้อหาการวิจัยดังนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
3. ประชากรที่ศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง
4. กิจกรรมในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในพื้นที่ตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อดำเนินการพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ยกระดับสู่การพัฒนาสินค้าท้องถิ่น ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เป็นขั้นตอนในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่างๆ แบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

- 2.1 ศึกษาบริบทชุมชน โดยติดต่อประสานงานกับผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชนคณะกรรมการ อบต. และผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อเตรียมนัดประชุม
- 2.2 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1 ประชุมทีมวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานวิจัย ระหว่างผู้วิจัย ผู้นำท้องถิ่น นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา

2.3 เก็บรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชนในระดับหมู่บ้าน และระดับครัวเรือนในด้านประวัติ สภาพแวดล้อม ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การศึกษา และความสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านปัญหา สรุปลและวิเคราะห์ข้อมูล

2.4 ศึกษาผลงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของชุมชน

2.5 การจัดเวทีครั้งที่ 2 เพื่อร่วมกันจัดทำโครงการ โดยนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาผลงาน มาวิเคราะห์ และหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.6 เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของชุมชนเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิต และการจัดจำหน่าย

2.7 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนากลวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.8 การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการ การผลิต ด้านการตลาด และออกแบบตกแต่ง ร้านค้า

2.9 การเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 3 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน

2.10 การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้ว ไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ

2.11 การนำไปทดลองวางจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการประเมินผลโดยให้ประชาชนทำการประชาพิจารณ์

2.12 ประเมินสรุปผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพสินค้าตาม ความต้องการของท้องตลาด ถ้าการจำหน่ายประสบผลสำเร็จ ค่อยไปชุมชนนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย โดยออกค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด

2.13 จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 4 ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อหาแนวทาง ในการแก้ไข พัฒนาคุณภาพ การจัดจำหน่าย เพื่อดึงดูดลูกค้า

2.14 การจัดนิทรรศการ

1) การจัดนิทรรศการ ณ สถานที่ว่าการอำเภอฝายสะแก

2.15 สรุบบทเรียนกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

1) สรุบบทเรียนกระบวนการของโครงการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการต่อยอดการวิจัย ครั้งต่อไป

2) สรุปผลการวิจัย จัดพิมพ์รูปเล่ม จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์

การวิจัยด้านพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังภาพที่ 3.1 .



ภาพที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน

จากขั้นตอนการดำเนินการงานการวิจัยครั้งนี้ ทำให้งานวิจัยมีความต่อเนื่องโดยมีแผนการวิจัยและรายละเอียด ดังนี้

แผนการวิจัย

ตารางที่ 3.1 แผนปฏิบัติการวิจัย (Action Plan)

กิจกรรม	สถานที่ / ระหว่างวัน	ผู้ดำเนินการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
1. ศึกษาบริบทชุมชนโดยการติดต่อประสานงานกับผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชนคณะกรรมการ อบต. และผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อเตรียมนัดประชุม	ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลคอยสะแก 10 มีนาคม 2551	ผู้วิจัย นักวิจัยท้องถิ่น และผู้นำชุมชน	- ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน คณะกรรมการ อบต. และผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่มีความเข้าใจร่วมกันในโครงการวิจัย - ผลการศึกษาข้อมูลสภาพบริบทชุมชน - ความต้องการของชุมชน - ความสัมพันธ์ภายในชุมชน
2. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1 ประชุมทีมวิจัยเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานวิจัยระหว่างผู้วิจัย ผู้นำท้องถิ่น นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	ณ ห้องประชุมโรงเรียนเทศบาลอำเภอดอยสะเก็ด 13 มีนาคม 2551	วิทยากรท้องถิ่น ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพในอำเภอดอยสะเก็ด นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ความต้องการของชุมชน - ความสัมพันธ์ภายในชุมชน - ผู้วิจัย ผู้นำท้องถิ่น นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา มีความเข้าใจร่วมกันในโครงการวิจัย
3. เก็บรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชนในระดับหมู่บ้าน และครัวเรือนด้านประวัติ สภาพแวดล้อม ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การศึกษาและความสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านปัญหา สรุป และวิเคราะห์ข้อมูล	ณ ห้องประชุม โรงเรียนเทศบาลอำเภอดอยสะเก็ด 11 เมษายน – 23 พฤษภาคม 2551	ผู้วิจัย นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ได้ข้อมูลชุมชนบริบทชุมชนในระดับหมู่บ้าน และครัวเรือนด้านประวัติ สภาพแวดล้อม ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม

			การศึกษา และความสัมพันธ์ ฯลฯ
4. ศึกษาจากผู้ที่ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน	สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่ 4 มิถุนายน 2551	วิทยากรท้องถิ่น ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพในอำเภอดอยสะเก็ด นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ได้แนวคิดในการพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์
5. การจัดเวทีครั้งที่ 2 เพื่อร่วมกันจัดทำโครงการ โดยการนำ ความรู้ที่ได้จากการศึกษาจาก มวิเคราะห์ และหาทางพัฒนา ผลิตภัณฑ์	ณ ห้องประชุมเทศบาล ตำบลดอยสะเก็ด 18 มิถุนายน 2551	วิทยากรท้องถิ่น ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพในอำเภอดอยสะเก็ด นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ฐานข้อมูลในการวิเคราะห์ และหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์
6. เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของชุมชนเกี่ยวกับ เรื่องการผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ประเภท 5 กลุ่ม เป็นการศึกษาปัญหา ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิต และการจัดจำหน่าย	ณ ห้องประชุมเทศบาล ตำบลดอยสะเก็ด / ตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 3 กรกฎาคม - 18 กรกฎาคม 2551	ผู้วิจัย นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ได้ฐานข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทั้ง 4 ประเภท 5 กลุ่ม และปัญหา ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิต และการจัดจำหน่าย
7. การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนากลวิธีการออกแบบ ผลิตภัณฑ์	สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่ 10 กันยายน 2551	วิทยากรท้องถิ่น ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพในอำเภอดอยสะเก็ด นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ - ได้ผลงานผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้ แสดงนิทรรศการเพื่อการจัดจำหน่าย
8. การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการ การผลิต ด้านการตลาด และออกแบบตกแต่งร้านค้า	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เชียงใหม่ / สถาบัน ห้างประชุม โรงเรียนอำเภอดอยสะเก็ด 1-2 ตุลาคม 2551	วิทยากรท้องถิ่น ผู้วิจัย กลุ่ม อาชีพในอำเภอดอยสะเก็ด นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ได้ผลสรุปเกี่ยวกับแนวทาง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ - ทราบถึงปัญหา และอุปสรรค ที่มีผลกระทบต่อการแก้ไขปัญหา - ได้เอกสารความก้าวหน้าใน

			การจำหน่ายผลิตภัณฑ์
9. การเวทีการเรียนรู้ครั้งที่ 3 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรค การปฏิบัติงาน	ณ ห้องประชุม โรงเรียนเทศบาล อำเภอค้อยสะเกต 28 ตุลาคม 2551	วิทยากรท้องถิ่น ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพในอำเภอค้อยสะเกต นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ได้ผลการวิเคราะห์เพื่อที่จะเป็น แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อไป - ได้ทราบถึงผลการพัฒนา ของแต่ละกลุ่ม
10. การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้ว ไปวิเคราะห์ โดยผู้เชี่ยวชาญ	ศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่ 4 พฤศจิกายน 2551	กรรมการตรวจสอบ ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพในอำเภอค้อยสะเกต นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามหลักเกณฑ์ OTOP - วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในอนาคต
11. นำไปทดลองวางจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประเมินผลโดยให้ประชาชน ทำการประชาพิจารณ์	สถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป ในจังหวัดเชียงใหม่ 12 พฤศจิกายน 2551	กลุ่มอาชีพในอำเภอค้อยสะเกต และเจ้าของร้านค้าทั่วไป ผู้วิจัย นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- พัฒนาคุณภาพความเป็นอยู่ ของชุมชน - แก้ไขปัญหาความยากจน - จัดหาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้า
12. ประเมินสรุปผลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หาแนวทาง ในการพัฒนาคุณภาพสินค้า ตามความต้องการของท้องตลาด ถ้าการจำหน่ายประสบผลสำเร็จ ต่อไปชุมชนนำผลิตภัณฑ์ จำหน่ายโดยออกค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด	ณ ห้องประชุม โรงเรียนเทศบาล อำเภอค้อยสะเกต 27 พฤศจิกายน 2551	ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพ ในอำเภอค้อยสะเกต นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ผลสรุปการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพ สินค้า ตามความต้องการ ของท้องตลาด - ความร่วมมือร่วมแรงกันในชุมชน
13. จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 4 ประเมินสรุปผล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไข พัฒนาคุณภาพ การจัดจำหน่าย เพื่อดึงดูดลูกค้า	ณ ห้องประชุมเทศบาล ตำบลค้อยสะเกต 3 มีนาคม 2552	วิทยากรท้องถิ่น ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพในอำเภอค้อยสะเกต นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- ได้เอกสารความก้าวหน้า จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - ได้ข้อสรุปผลจากการจัดจำหน่าย

			ในเรื่องความต้องการของท้องถิ่น - ทราบถึงปัญหา และแนวทางแก้ไข - ได้ข้อสรุปผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาอาชีพ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชน
14. การจัดนิทรรศการ 14.1 การจัดนิทรรศการ ณ สถานที่ว่าการอำเภอคอสะเก็ด	การจัดนิทรรศการ ณ สถานที่ว่าการอำเภอคอสะเก็ด วันที่ 1-9 เมษายน พ.ศ.2552	กลุ่มอาชีพในอำเภอคอสะเก็ด และเจ้าของร้านค้าทั่วไป ผู้วิจัย นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	-การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ -การเผยแพร่ความรู้ -สาธิตการทำผลิตภัณฑ์ -แสดงผลงานที่ผ่านการพัฒนาในขั้นตอนสุดท้ายมาทดลองจัดจำหน่าย
15. สรุปบทเรียนกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 15.1 สรุปบทเรียนกระบวนการของโครงการวิจัย เพื่อหาแนวทางในการต่อยอดการวิจัยครั้งต่อไป 15.2 สรุปผลการวิจัย จัดพิมพ์รูปเล่ม จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และเว็บไซต์ (มีในส่วนกิจกรรมในการวิจัย)	ณ ห้องประชุมโรงเรียนเทศบาล อำเภอคอสะเก็ด/ มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ 3 มีนาคม 2552 – 29 เมษายน 2552	ผู้วิจัย กลุ่มอาชีพ ในอำเภอ คอสะเก็ด นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา	- แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - แนวทางการจัดจำหน่าย - แนวทางความเป็นไปได้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อการดำเนินธุรกิจ - ได้งานวิจัยฉบับสมบูรณ์ 20 เล่ม - สรุปงานวิจัย - ได้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์

3. ประชากรที่ศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่วิจัย คือ ตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมในครั้งนี้ ได้แก่

3.1 นักวิจัยท้องถิ่นในตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย จากกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ 7 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ 1) ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) กลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์ 2) ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง 3) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรชั้น ดอกอัญชัน มะขามป้อม และไพลอบแห้ง กลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ 4) ผลิตภัณฑ์ปั่น กลุ่มงานปั้น ศิลปะตกแต่ง 5) ผลิตภัณฑ์ทอผ้าไหมฝ้าย กลุ่มหัตถกรรมทอผ้าไหมฝ้ายบ้านป่าจั่ว 6) ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น และกล้วยฉาบสมุนไพร กลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแต่นและกล้วยฉาบสมุนไพร 7) ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม เป็นต้น ในพื้นที่ตำบลป่าป้อง ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ ในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผลิตภัณฑ์ในชุมชนเหล่านี้ล้วนเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้สืบทอด มาเป็นระยะเวลานาน และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของภาคเหนือ

3.2 คณะกรรมการ และบุคลากรของเทศบาลตำบลดอยสะเก็ด

3.3 บุคคลที่เป็นครุภูมิปัญญาของตำบลดอยสะเก็ด

3.4 ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ และตัวแทนประชาชน จากตำบลดอยสะเก็ด

3.5 คณะผู้วิจัย นักศึกษาสาขาวิชาศิลปกรรมจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

4. กิจกรรมในการวิจัย

ในการดำเนินกิจกรรมการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินกิจกรรมตามที่กำหนดไว้เป็นขั้นตอนในแผนงานวิจัย ดังต่อไปนี้

4.1 การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 1 ประชุมทีมวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานวิจัย ระหว่างผู้วิจัย ผู้นำท้องถิ่น นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา

4.1.1 กิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องโครงการวิจัยระหว่างผู้วิจัย ผู้นำท้องถิ่น นักวิจัยท้องถิ่น และนักศึกษา เพื่อหาผู้ช่วยนักวิจัย หรือนักวิจัยในชุมชน รวมถึงกลุ่มอาชีพที่ต้องการเข้าร่วมโครงการ

4.1.2 วิธีการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ การจัดการประชุม เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับโครงการวิจัย การจัดกิจกรรมกลุ่ม เพื่อคั่นหานักวิจัยในชุมชน และกลุ่มอาชีพที่มีความประสงค์ เข้าร่วมโครงการ

4.1.3 ระยะเวลาดำเนินการวันที่ 13 มีนาคม 2551

4.1.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.1.5 สถานที่ ณ ห้องประชุมโรงเรียนเทศบาลอำเภอดอยสะเก็ด

4.1.6 ผลที่ได้จากการประชุมในครั้งนี้ ทำให้ได้กลุ่มอาชีพที่เข้าร่วมโครงการตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ตำบลป่าป้อ ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ และตำบลเทพเสด็จ 7 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ผลิตภัณฑ์จากน้ำอัดลมพลาสติก (รีไซเคิลขยะ) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์ 2) ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง 3) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมันชัน ดอกอัญชัน มะขามป้อมและไหลอบแห้งของกลุ่มพัฒนาวัตถุดิบและแปรรูปสมุนไพรภาคเหนือ 4) ผลิตภัณฑ์ปั้นกลุ่มงานปั้นศิลปะตกแต่ง 5) ผลิตภัณฑ์ร่มไม้ไผ่ กลุ่มหัตถกรรมทำร่มไม้ไผ่บ้านป่าจั่ว 6) ผลิตภัณฑ์ข้าวแตนและกล้วยฉาบสมุนไพร กลุ่มแปรรูปอาหาร ข้าวแตนและกล้วยฉาบสมุนไพร 7) ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดหอม ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดหอม เป็นต้น โดยประธานกลุ่มอาชีพของทุกกลุ่มยินดีร่วมเป็นผู้ช่วยนักวิจัยในชุมชน รวมถึงให้ความร่วมมือในการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1 ดังภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 1

4.2 ศึกษาฐานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน

4.2.1 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มอาชีพที่เข้าร่วมโครงการได้ศึกษาดูงานกลุ่มอาชีพ และกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จตามกำหนด โดยให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศึกษาดูงาน แหล่งประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในตำบลบ้านแหวน จังหวัดเชียงใหม่

4.2.2 ขั้นตอนในการทำกิจกรรม ได้แก่ การมอบหมายให้กลุ่มอาชีพจัดทำ เครื่องมือ ในการประเมินสถานการณ์ (SWOT) ของกลุ่มนำเสนอต่อที่ประชุม จากนั้นร่วมกันกำหนดสถานที่ ศึกษาดูงาน เพื่อหาแนวทางการแก้ปัญหา และเสริมจุดแข็งของกลุ่ม

4.2.3 ระยะเวลาดำเนินการ วันที่ 4 มิถุนายน 2551

4.2.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.2.5 สถานที่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่

4.2.6 ผลที่ได้จากการศึกษาดูงาน พบว่า กลุ่มอาชีพเล็งเห็นความสำคัญของการไป ศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่ ของตนเอง เพราะมีความเชื่อว่าคนในพื้นที่ เดียวกัน จะเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับการเริ่มต้น และจากการสรุปผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้ข้อสรุป ดังนี้

- 1) การสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
- 2) การรวมทุนมักจะเป็นปัญหาในการบริหารจัดการในระยะยาว
- 3) การจัดการด้านการตลาดต้องมีการบริหารจัดการที่ดี มีความรู้
- 4) ผู้นำกลุ่มต้องเป็นผู้ที่มีความเป็นผู้นำสูง โดยต้องมีเวลา มีมนุษยสัมพันธ์และหาแนวทางที่จะสนับสนุนกลุ่มอย่างต่อเนื่อง
- 5) วัสดุที่ใช้ในการผลิตไม่สามารถจัดหาได้จากท้องถิ่นทั้งหมด จะต้องมีการซื้อขาย โดยอาศัยความร่วมมือของคนในกลุ่ม ผู้นำหรือประธานกลุ่มจะต้องเป็นผู้ประสาน ช่วยให้กลุ่มมีความรู้เรื่องที่มาของแหล่งวัตถุดิบต่าง ๆ โดยศึกษาดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ดังภาพที่ 3.3



ภาพที่ 3.3 ศึกษาดูงานจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

4.3 การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 2 เพื่อร่วมกันจัดทำโครงการ โดยการนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานมาวิเคราะห์ และหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.3.1 วัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการสามารถที่จะนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาดูงานไปประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่ม ให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด และได้มาตรฐาน

4.3.2 วิธีการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ จัดอบรมการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อร่วมวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเครือข่าย

4.3.3 ระยะเวลาการดำเนินการวันที่ 18 มิถุนายน 2551

4.3.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน คณะผู้วิจัย นักศึกษาและผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.3.5 สถานที่ ณ ห้องประชุมโรงเรียนบ้านเชิงคอย คอยสะแก

4.3.6 ผลที่ได้จากการอบรม พบว่า กลุ่มอาชีพเล็งเห็นความสำคัญของความรู้ที่ได้รับจากการอบรมในครั้งนี้ และสามารถนำความรู้รวมทั้งข้อสรุปจากผลการอภิปราย ไปปรับใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นได้ต่อไปโดยการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานมาวิเคราะห์ และหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.4



ภาพที่ 3.4 การจัดเวทีครั้งที่ 2 นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานมาวิเคราะห์ เพื่อหาทางพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.4 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์

4.4.1 กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 5 กลุ่ม ให้ได้รับการอบรมในด้านกลวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามชนิดสินค้าของตนเอง และเพื่อให้กลุ่มได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตลอดจนเป็นการสร้างเครือข่ายในกลุ่มอาชีพ

4.4.2 วิธีการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ การอบรมเชิงปฏิบัติการ

4.4.3 ระยะเวลาดำเนินการระหว่าง 10 กันยายน 2551

4.4.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มธุรกิจชุมชน คณะผู้วิจัย นักศึกษา และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.4.5 สถานที่ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่

4.4.6 ผลที่ได้จาก พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนไปสู่มาตรฐานสินค้าชุมชน

ผลที่ได้จาก พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนไปสู่มาตรฐานสินค้าชุมชน และได้เสนอโครงการในการพัฒนา ดังตัวอย่างเช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.5



ภาพที่ 3.5 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์

4.5 การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการผลิต และด้านการตลาด

4.5.1 วัตถุประสงค์ เพื่อการถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการด้านการจัดการการตลาด ตลอดจนการออกแบบตกแต่งร้านค้า (เอกสารที่แจกในการอบรมส่วนหนึ่งอยู่ใน บทที่ 2)

4.5.2 วิธีดำเนินการกิจกรรม คือ การจัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการ

4.5.3 ระยะเวลาดำเนินการวันที่ 1-2 ตุลาคม 2551

4.5.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.5.6 สถานที่ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ และห้องประชุมเทศบาลตำบลคอยสะเก็ด อำเภอคอยสะเก็ด

4.5.7 ผลที่ได้จากการดำเนินงานคือ กลุ่มอาชีพทุกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในการนำเสนอสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจ และมีแหล่งส่งสินค้า ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ถนนคนเดินจังหวัดเชียงใหม่ ถนนคนเดินสันกำแพง ถนนคนเดินเดินวัวลาย ห้างสรรพสินค้าคาร์ฟูร์ ห้างสรรพสินค้าโลตัส งานไม้ดอกไม้ประดับจังหวัดเชียงใหม่ สวนพฤกษศาสตร์ (พืชสวนโลก) และงานเทศกาลต่างๆ

การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการผลิต การตลาดเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการด้านการจัดการการตลาด ตลอดจนการออกแบบตกแต่งร้านค้า ดังภาพที่ 3.6



ภาพที่ 3.6 การอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการจัดการผลิต การตลาด

4.6 การจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 3 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน

4.6.1 กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน

4.6.2 วิธีการดำเนินกิจกรรม คือ จัดอบรมถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน รวมทั้งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเครือข่าย

4.6.3 ระยะเวลาดำเนินการวันที่ 28 ตุลาคม 2551

4.6.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.6.5 สถานที่ ณ ห้องประชุม โรงเรียนเทศบาลอำเภอคอยสะเก็ด

4.6.6 ผลที่ได้จากการดำเนิน คือ การวิเคราะห์ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป รวมทั้ง ผลการพัฒนา ของแต่ละกลุ่มอาชีพทุกกลุ่มที่มาแลกเปลี่ยนกันเรื่องความสำเร็จในการดำเนินงาน และอุปสรรคต่าง ๆ พร้อมการแก้ปัญหาปรับวิธีคิด และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฐานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นต่อไปสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรค การปฏิบัติงาน

ความสำเร็จ	วิเคราะห์แนวทาง	อุปสรรค	วิธีแก้ไข
การมีส่วนร่วม	ขอความร่วมมือ ร่วมแรงจากผู้ ที่สนใจ และต้องการมีอาชีพ และรวมทุนจากผู้สนใจ ลงทุน	กลุ่มอาชีพมีการส่วนตัว ทำให้มาไม่ตรงต่อเวลา และค่าตอบแทนที่ได้ ไม่พอใจ	บริหารจัดการกลุ่มอาชีพ ให้อยู่ในกลุ่มที่มีลักษณะงาน แบบเดียวกัน เช่น กลุ่มอาชีพ รวมกลุ่มปฏิบัติงาน และจัดทำ แนวปฏิบัติให้ชัดเจน
พัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์	ศึกษาแนวโน้ม ความต้องการของ การตลาดรูปแบบ การออกแบบผลิตภัณฑ์	มีผู้ลอกเลียนแบบมากขึ้น และยังสามารถเลียนแบบ ได้ดี โดยพัฒนาให้ดีกว่า ของเดิมที่เลียนแบบมา และจำหน่ายราคาที่ถูกลง	เข้ารับการฝึกอบรม และร่วม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องสม่ำเสมอ รวมทั้งศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเอง เพื่อเปิดโลกทัศน์ ใหม่ๆ
การออกแบบ และ การตกแต่งร้านค้า	ศึกษาทำความเข้าใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ ตนเอง รวมถึงการ ออกแบบตกแต่งร้านค้า ให้เหมาะสม	เกณฑ์การทำความเข้าใจ ค่อนข้างมาก การเรียนรู้ สามารถทำได้ไม่ดีพอ อันเนื่องมาจากอายุ และ เวลาในการเรียนรู้สั้น	เข้ารับการอบรมระยะสั้นโดย ผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งให้ คำปรึกษาเฉพาะ เพื่อให้เกิด ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น
การบริหารจัดการ การตลาด	เพื่อสร้างเครือข่ายด้าน วัตถุ แลกเปลี่ยนสินค้า และแหล่งขายสินค้า	หาแหล่งขายสินค้าไม่ได้ อีกทั้งยังขาดเงินทุน หมุนเวียน	สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยน สินค้า ผลผลิตสินค้าให้ได้ มาตรฐาน และเพื่อศึกษา การเป็นนักธุรกิจ
กลวิธีการขาย	เพื่อจูงใจลูกค้าให้ซื้อ สินค้า และเพื่อ การโฆษณาสินค้าให้ เป็นที่รู้จักมากขึ้น	ลูกค้าเดินดูแต่ไม่ซื้อ อีกทั้งยังต่อรองราคามาก	ผลิตภัณฑ์ต้องได้มาตรฐาน มีการกำหนดราคา ขนาดสินค้า พร้อมทั้งฝึกทักษะการพูด มารยาท ความอดทน และ ยิ้มแย้มอยู่เสมอ

จากการจัดเวทีการจัดการความรู้ครั้งที่ 3 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา ปัญหา และอุปสรรคการปฏิบัติงาน เพื่อนำผลมาพัฒนาข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ และนำมาออกแบบปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ดังภาพที่ 3.7



ภาพที่ 3.7 การวิเคราะห์ถึงผลสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการพัฒนา

4.7 การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้วไปวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญ

4.7.1 มีวัตถุประสงค์ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มอาชีพมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม เพื่อให้ได้ตามเกณฑ์การคัดสรรที่ตั้งไว้ และดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.7.2 เพื่อให้ได้มาตรฐานที่กำหนด วิธีการดำเนินกิจกรรม คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน แล้วจัดทำมาตรฐาน เพื่อจะนำไปปรับ ให้ได้ตามเกณฑ์การคัดสรร สุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ จากนั้นนำ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ส่งให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เพื่อรับการคัดสรร ซึ่งมีหลักเกณฑ์ องค์ประกอบ รวมทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่

ส่วน ก ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน)

ประเด็นที่ 1 ด้านการผลิต

ประเด็นที่ 2 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ประเด็นที่ 3 ด้านความเข้มแข็งของชุมชน

ส่วน ข ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด(30 คะแนน)

ประเด็นที่ 1 ด้านการตลาด

ประเด็นที่ 2 ด้านเรื่องราว หรือตำนานของผลิตภัณฑ์

ส่วน ค หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (40 คะแนน)

คุณสมบัติของผู้ผลิต

1. เป็นผู้ผลิต/หรือผู้ประกอบการ OTOP ที่มีชื่อในการสำรวจ และลงทะเบียนผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัด
2. ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP
3. ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรร ต้องได้ผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด หรือผ่านการรับรองมาตรฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ออ. มพช. มอก. ฮาลาล คิว(Qmark) GAP GMP HACCP และมาตรฐานอินทรีย์ เป็นต้น
4. ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ส่งสมัครเข้าคัดสรร ได้รับละ 1 ผลิตภัณฑ์หลัก

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตร อาหารแปรรูป ที่ได้รับมาตรฐาน ออ. GAP GMP HACCP Qmark มพช. มอก. มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายทั่วไป ประกอบด้วย ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภค เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบ ผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น ข้าวสาร เนื้อสัตว์สด อาหารประมงสด อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป และ สำเร็จรูป
2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น เช่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาว 35-40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร จิงผงสำเร็จรูป มะตูมผง และชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น
3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าดักที่ได้จากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกาย จากวัสดุทุกประเภท ได้แก่ เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งร่างกาย จากวัสดุทุกประเภท เพื่อประโยชน์ใช้สอย และความสวยงาม
4. ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้ หรือตกแต่งประดับในบ้าน สถานที่ต่าง ๆ เครื่องใช้สอย หรือเครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการใช้สอย

ตกแต่ง หรือให้เป็นของขวัญ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ หรือประดับตกแต่งร่างกาย และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยเครื่องจักรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในลักษณะของโรงงานที่ใช้เครื่องจักรเป็นหลัก ใช้แรงงานคนเสริมโดยไม่ใช้ฝีมือในการผลิตของคน ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 ประเภทได้แก่

ไม้ หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่ใช้วัสดุทำจากไม้ เป็นหลักได้แก่ ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ ก่อถ่อไม้ เป็นต้น

จักสาน ถักสาน หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึกที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใด ๆ เช่น พลาสติก นาม้าจักสาน หรือถักสาน ถักทอเป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระชูดสาน เลือก ที่รองจานทำจากเลือก ที่ใส่ของจากพลาสติกสาน เป็นต้น

ดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา หมายถึงดอกไม้ต้นไม้มัดกล้วยไม้ ผลไม้ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่าง ๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก มีวัสดุที่ทำจากกระดาษสาเป็นหลัก เช่น ดอกกระดาษ ก่อถ่อกระดาษสา ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่งของที่ระลึกที่ทำ จากโลหะต่างๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสหุ้ม และทองเหลืองชุบฟิวเตอร์ บรอนซ์ แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

เซรามิก เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดิน สินแร่ นำไปขึ้นรูป และนำไปเผาด้วยความร้อนสูง เพื่อเป็นภาชนะของใช้ของตกแต่งของที่ระลึกเช่น เเบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะกระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง และกระถางต่าง ๆ เป็นต้น

เลหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ที่มีวัสดุ ทำจากผ้า มีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรมเช็ดเท้า และผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น

และอื่น ๆ ได้แก่ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใด นอกเหนือจาก ข้อ 1- 6 เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน รูปวาด เปเปอร์มาเช่ กระจก และซีเมนต์ เป็นต้น

5. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบอ้างใช้ประโยชน์ และอาจส่งผลต่อสุขภาพได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร สมุนไพรไล่ หรือกำจัดแมลง

และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการแพทย์ ทั้งนี้ ในกรณีที่มีปัญหาการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ให้พิจารณาจัดประเภทผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ หรือประโยชน์ในการใช้สอย การจัดระดับผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ในปี พ.ศ.2549 จะดำเนินการ คัดสรรในระดับประเทศเท่านั้น โดยการใช้หลักเกณฑ์เฉพาะของแต่ละประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชนหลักเกณฑ์ ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และหลักเกณฑ์ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนน

เป็นการจัดมาตรฐาน ด้านการผลิต การออกแบบ และมาตรฐานของผู้ประกอบการเอง ซึ่งจะมีเกณฑ์ที่ตัดสินระดับชั้นของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการจะเป็นผู้ให้คะแนน และลงความเห็น โดยผู้ประกอบการทั้งหลายจำเป็นต้องรักษากฎเกณฑ์ และพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อเข้าสู่การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ให้ได้ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน

1. ระดับ 5 ดาว ★★★★★ (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ หรือมีศักยภาพในการส่งออก
2. ระดับ 4 ดาว ★★★★ (ได้คะแนนระหว่าง 80 - 89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้
3. ระดับ 3 ดาว ★★★ (ได้คะแนนระหว่าง 70 - 79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. ระดับ 2 ดาว ★★ (ได้คะแนนระหว่าง 50 - 69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. ระดับ 1 ดาว ★ (ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา

สรุปได้ว่า “การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ.2549” นับเป็นโครงการในการคัดสรรผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น หรือผู้ประกอบการทั้งหลาย เพื่อเป็นการจัดมาตรฐานด้านการผลิต การออกแบบ และมาตรฐานของผู้ประกอบการเอง ซึ่งจะมีเกณฑ์ที่ตัดสินระดับชั้นของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยผู้เชี่ยวชาญ และคณะกรรมการจะเป็นผู้ให้คะแนน และลงความเห็น โดยผู้ประกอบการทั้งหลายจำเป็นต้องรักษากฎเกณฑ์ และพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อเข้าสู่การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ให้ได้ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขัน

4.7.3 ระยะเวลาดำเนินการวันที่ 4 พฤศจิกายน 2551

4.7.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.7.5 สถานที่ ศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่

4.7.6 ผลที่ได้จากการดำเนินงาน ดูผล (บทที่ 6)

4.8 การจัดเวที เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองวางจำหน่ายเป็นการนำผลิตภัณฑ์ ที่ได้จากการพัฒนาแล้ววางจำหน่ายตามสถานที่จัดงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประเมินผลโดยให้ประชาชนทำการประชาพิจารณ์

4.8.1 กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้ววางจำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่างๆในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประเมินผล โดยให้ประชาชนทำประชาพิจารณ์

4.8.2 วิธีดำเนินกิจกรรม คือ การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาแล้ว วางจำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

4.8.3 ระยะเวลาดำเนินการ วันที่ 12 พฤศจิกายน 2551

4.8.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.8.5 สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆในจังหวัดเชียงใหม่

4.8.6 ผลที่ได้จากการดำเนินงานพบว่า ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต้องมีการพัฒนาหลายด้าน อยู่เสมอ โดยเฉพาะด้านการออกแบบ กลุ่มอาชีพเกิดความคิดในการทำงานว่าต้องทำร่วมกัน ทำกิจกรรม มีการรวมกลุ่ม เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.8



ภาพที่ 3.8 การนำผลิตภัณฑ์ ที่ได้จากการพัฒนาแล้ววางจำหน่ายตามสถานที่จัดงานจำหน่าย
ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประเมินผลโดยให้ประชาชนทำการ ประชาพิจารณ์

4.9 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ครั้งที่ 4 ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไข พัฒนาคุณภาพ และการจัดจำหน่าย เพื่อดึงดูดลูกค้า

4.9.1 กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ และความเข้าใจในกลวิธีการจัดตกแต่งหน้าร้าน วิธีเชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามาในร้าน และการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ในการตกลงใจเลือกซื้อสินค้า (เอกสารการจัดตกแต่งหน้าร้านที่แจกให้กลุ่มผู้ประกอบการรวมอยู่ในบทที่ 2)

4.9.2 วิธีการดำเนินกิจกรรม คือ โดยการจัดอบรมให้ในการจัดหน้าร้านโดยวิทยากร ผู้มีความรู้ และประสบการณ์การจัดหน้าร้าน รวมทั้งการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของกลุ่มต่างๆ

4.9.3 ระยะเวลาดำเนินการวันที่ 3 มีนาคม 2552

4.9.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.9.5 สถานที่ ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลดอยสะเก็ด

4.9.6 ผลที่ได้จากการดำเนิน คือ ผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับความรู้ และแนวทางการจัดหน้าร้าน เพื่อดึงดูดลูกค้า และได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และความคิดเห็นระหว่างกัน ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไข พัฒนาคุณภาพ และการจัดจำหน่าย เพื่อดึงดูดลูกค้า ดังภาพที่ 3.9



ภาพที่ 3.9 ประเมินสรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางในการแก้ไข
พัฒนาคุณภาพ การจัดหน้าร้านและจำหน่ายสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้า

4.10 การจัดนิทรรศการ เป็นการนำผลงานของผู้ประกอบการ ไปจัดแสดง ดังนี้

4.10.1 กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา เพื่อจัดนิทรรศการ

4.10.2 วิธีการดำเนินกิจกรรม คือ จัดนิทรรศการแสดงผลงานของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนา และการทดลองจัดจำหน่ายแล้ว โดยการจัดนิทรรศการ ณ ลานหน้าที่ว่าการอำเภอ ดอยสะเก็ด ผู้ประกอบการจัดจำหน่าย และสาธิตการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในงาน

4.10.3 ระยะเวลาดำเนินการ วันที่ 1-9 เมษายน พ.ศ.2552

4.10.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.10.5 สถานที่การจัดนิทรรศการ ณ ลานหน้าที่ว่าการอำเภอ ดอยสะเก็ด

4.10.6 ผลที่ได้จากการดำเนินพบว่า ได้รับเสียงตอบรับจากผู้เข้าชมผลงานดี เช่น ด้านการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ การเผยแพร่ความรู้ สาธิตการทำผลิตภัณฑ์ และแสดงผลงานที่ผ่านการพัฒนาในขั้นตอนสุดท้ายมาทดลองจัดจำหน่าย ซึ่งจะส่งผลในด้านการพัฒนา ด้านอื่น ๆ ตามมาดังภาพการจัดนิทรรศการ เป็นการนำผลงาน ไปจัดแสดง ณ ลานหน้าที่ว่าการอำเภอ ดอยสะเก็ดเป็นการ ประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ความรู้ สาธิตการทำผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 3.10



ภาพที่ 3.10 การจัดนิทรรศการ เป็นการนำผลงานของผู้ประกอบการที่พัฒนาแล้ว ไปจัดแสดงทดลองจัดจำหน่าย

4.11 สรุปบทเรียนกระบวนการจัดการความรู้

4.11.1 กิจกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ สรุปบทเรียนกระบวนการจัดการความรู้ และ ศึกษาข้อมูลที่ได้รับจากการเข้าร่วมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

4.11.2 วิธีการดำเนินกิจกรรม คือ การจัดเสวนาที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม

4.11.3 ระยะเวลาดำเนินการระหว่าง 3 มีนาคม 2552 – 29 เมษายน 2552

4.11.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการทั่วไปทั้งหมด

4.11.5 สถานที่ ณ ห้องประชุมโรงเรียนเทศบาลอำเภอดอยสะเก็ด / หรือมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

4.11.6 ผลที่ได้จากการดำเนินพบว่า ผู้ประกอบการเกิดความคิดในการทำงานว่าต้องทำงานร่วมกัน ทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ มีการดูแลช่วยเหลือกันตลอดเวลา ซึ่งจะส่งผลต่อความเข้มแข็งของกลุ่มอาชีพ และธุรกิจชุมชนของตำบล

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 การดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัย มีดังนี้

5.1.1 การเตรียมการวิจัย ผู้วิจัย และผู้ช่วยนักวิจัย ตลอดจนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่ร่วมกิจกรรม ได้เก็บข้อมูลจากการจัดเวทีชุมชน การสัมภาษณ์ แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เก็บข้อมูลอย่างเป็นทางการ จากการจัดเวทีชุมชน ตลอดจนศึกษาพื้นที่เป็นระยะพร้อมทั้ง จดบันทึกในรูปเอกสาร เก็บบันทึกด้วยแถบเสียงดิจิทัล ภาพถ่าย การรวบรวมข้อมูลในลักษณะเป็นระบบ และการบันทึกถ้อยคำในรูปแบบเอกสาร

5.1.2 การดำเนินการวิจัย ในการศึกษาพื้นที่เชิงลึก ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างการดำเนินการวิจัยตามตารางปฏิบัติการ (Action Plan) โดยการเก็บข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ การศึกษาชุมชน การนำเสนอรายงานความก้าวหน้า วิเคราะห์ผลงานนักศึกษาต่อชุมชน การสะท้อนความคิดเห็นของชุมชนด้วยการจัดเวทีเสวนา และการประชุมกลุ่มย่อยแบบไม่เป็นทางการ แล้วจดบันทึกข้อมูลที่ได้โดยการบันทึกเอกสาร การบันทึกโดยใช้แถบเสียง การบันทึกภาพ การจัดระบบข้อมูล และการบันทึกถ้อยคำในรูปแบบเอกสาร

5.1.3 การจัดเวทีการจัดการความรู้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการ และเครื่องมือ ได้แก่แบบประเมินความพึงพอใจ การสังเกตระหว่างการดำเนินกิจกรรม การสัมภาษณ์ประชุมกลุ่มย่อย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาจดบันทึกในรูปแบบบันทึกเอกสาร และการบันทึกโดยใช้แถบเสียง การบันทึกภาพ ระหว่างการดำเนินกิจกรรมเป็นระยะ

5.1.4 การศึกษาดูงาน สำหรับการศึกษาดูงานนั้น ผู้ประกอบการร่วมกำหนดประเด็นไว้ก่อน แล้วนำความรู้ที่ได้มาสรุปเป็นความรู้ ที่ได้รับในภาพรวมอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บเป็นข้อมูล เพื่อนำมาบันทึกในรูปแบบการจดบันทึกเอกสาร และการบันทึกภาพระหว่างการดำเนินกิจกรรม

5.1.5 สรุปบทเรียนกระบวนการของโครงการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสรุปบทเรียนที่ได้รับจากโครงการวิจัยคือ แบบประเมินความพึงพอใจ การสัมภาษณ์รายกลุ่ม และการบันทึกภาพ ซึ่งการเก็บข้อมูลนี้ยังใช้วิธีเดียวกันในขั้นตอนการจัดเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และติดตามการดำเนินโครงการของแต่ละกลุ่มด้วย จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ จัดบันทึกในรูปแบบเอกสารการบันทึกภาพ การบันทึกวิดีโอที่สน ระหว่างการดำเนินกิจกรรมส่วนข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจนำมาวิเคราะห์ โดยหาลำร้อยละ

5.2 ข้อมูลที่ทำการศึกษา และการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ใช้วิธีการศึกษาตามขั้นตอนตามลำดับ คือ

5.2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source Data) เป็นการศึกษาจากเอกสารเกี่ยวกับตำรารายงานการวิจัย บทความต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น

5.2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source Data) ได้แก่การศึกษากลุ่มตัวอย่างในชุมชนที่เกี่ยวข้องจากกลุ่มธุรกิจชุมชนพื้นที่ตำบลป่าป้อ ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวิธีการหาข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 1) จากการสังเกต สัมภาษณ์
- 2) การใช้แบบสอบถาม
- 3) การจัดเวที
- 4) การปฏิบัติการ และทดลอง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์

5.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 100 ชุด จากกลุ่มธุรกิจชุมชนในตำบลป่าป้อ ตำบลสง่าบ้าน ตำบลตลาดขวัญ ตำบลเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งข้อมูลเป็น 8 ส่วน ลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed – End Question) และคำถามแบบปลายเปิด (Open–End Question) ซึ่งมีลักษณะดังนี้

- ส่วนที่ 1 รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลการทำผลิตภัณฑ์
- ส่วนที่ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลของโครงการ
- ส่วนที่ 6 ส่วนของการผลิต
- ส่วนที่ 7 ส่วนของการตลาด
- ส่วนที่ 8 เกณฑ์วิเคราะห์ศักยภาพด้านการผลิตของธุรกิจชุมชน

นอกจากนั้นยังมีการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นการรวบรวมองค์ความรู้โดยอาศัยวิธีการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) การจัดเวทีชาวบ้าน เพื่อระดมความคิดเห็นร่วมกันของทุกฝ่าย
- 2) การสังเกตการณ์ทำผลิตภัณฑ์ตามขั้นตอนต่าง ๆ รวมทั้งการใช้วัสดุอุปกรณ์การผลิต และการตลาด
- 3) การอบรม โดยเชิญวิทยากร เพื่อให้ความรู้ด้านการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 4) การศึกษาดูงานตามแหล่งประกอบการ และความรู้จากการสัมมนาตามแหล่งต่าง ๆ
- 5) การจัดประชุมกลุ่มย่อยเป็นการติดตามพัฒนาผลงาน แล้วนำไปประเมินผลตามขั้นตอน
- 6) กลุ่มผู้ประกอบการของแต่ละกลุ่มได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันกับกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

6. การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีการดำเนินงานโดยนำข้อมูลที่ได้ จากการจัดเวทีประชาคม การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ศึกษาเอกสาร องค์ความรู้ที่ได้จากการลงมือปฏิบัติจริงในกิจกรรมต่างๆ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาสรุปร่วมกันเพื่อปรับปรุงแก้ไขโดยยึดวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ ดังนี้

6.1 ด้านแนวคิด หลักการ และทฤษฎี เป็นการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาพื้นที่เป้าหมาย ได้นำมารวบรวมไว้ตามหัวข้อของการศึกษาตามลำดับ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในด้านเนื้อหา

6.2 ด้านการจัดการจัดการความรู้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาบริบทชุมชน เพื่อคืนความรู้ให้กับชุมชน สรุป และประมวลผล ดังนี้

6.2.1 การศึกษาพื้นที่เชิงลึก นับว่าเป็นการค้นหาข้อมูลด้านศักยภาพ ด้านบริหารจัดการ การผลิตของท้องถิ่น ตลอดจนกระตุ้น และสร้างความร่วมมือเพื่อนำข้อมูลที่ได้ดำเนินงานจัดทำกิจกรรมขั้นต่อไป จากนั้นนำมาประมวล แล้ววิเคราะห์สรุปผล ตามจุดประสงค์ของกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดไว้ โดยใช้การวิธีการพรรณนา

6.2.2 การจัดเวทีการจัดการความรู้เป็นการประมวลองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาถึงกลุ่มอาชีพของแต่ละคน เพื่อนำมาแลกเปลี่ยน รวบรวมองค์ความรู้เข้าด้วยกันแล้ว

นำมาวิเคราะห์ ทำให้ได้รูปแบบเพื่อนำมาประมวลผล ต่าง ๆ จากการจดบันทึก การถ่ายภาพ การบันทึกด้วยฐานข้อมูลดิจิทัล เว็บไซต์ และจัดทำในรูปแบบของเอกสารต่าง ๆ

6.2.3 จากการออกแบบ ผลิตภัณฑ์โดยผู้วิจัย (สอนออกแบบ) รวมทั้งวิทยากรด้านการออกแบบและนักศึกษา เพื่อใช้ผลงานจากการออกแบบที่ได้ เป็นต้นแบบ หรือ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการได้ดูเป็นตัวอย่าง จากนั้นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลงานการออกแบบที่ได้ ว่าเหมาะสมหรือไม่ในการผลิต รวมทั้งความสามารถในการใช้งาน ความเหมาะสม ว่าสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง หรือไม่อย่างไร จึงเริ่มทำการปรับปรุงรูปแบบที่มีอยู่ โดยมีคณะกรรมการฝ่ายประเมินจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้ประเมินได้ประเมินตามเกณฑ์การคัดสรรคหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่ แล้ว จึงนำไปทดลองวางจำหน่ายในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการประเมินผลอีกครั้ง โดยให้ประชาชน ทำการประชาพิจารณ์

6.2.4 การคืนความรู้สู่ชุมชน เป็นการนำปัญหาโจทย์วิจัยมาวิเคราะห์ แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปปฏิบัติการจริง ตามขั้น จนสามารถตอบโจทย์งานวิจัย ที่ทำให้ได้ องค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการให้กับชุมชน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนารูปแบบ และแนวคิดในการดำเนินงานต่อไป