

ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
ท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

นางสาวอาจารย์ คำทูล

วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน ภาควิชาการศึกษาตลอดชีวิต
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2555
ลิขสิทธิ์ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

EFFECTS OF ORGANIZING PARTICIPATORY TRAINING PROCESSES ON THE ABILITY
IN VALUE ADDING OF LOCAL PRODUCTS OF COMMUNITY ENTREPRENEUR

Miss Archariya Khumtoon

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Education Program in Non-Formal Education

Department of Lifelong Education

Faculty of Education

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อ ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของ ผู้ประกอบการชุมชน
โดย	นางสาวอาจารย์ คำทูล
สาขาวิชา	การศึกษานอกระบบโรงเรียน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา

คณะกรรมการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะครุศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนิตา รัชกุลเมือง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติวรรณ อมาตยกุล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.มิ่งขวัญ คงเจริญ)

อาจารย์รียา คำพูล : ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน (EFFECTS OF ORGANIZING PARTICIPATORY TRAINING PROCESSES ON THE ABILITY IN VALUE ADDING OF LOCAL PRODUCTS OF COMMUNITY ENTREPRENEUR) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ.ดร.วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา, 244 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาการ จัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน 2) เพื่อศึกษาผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 30 คน การจัดกิจกรรมดังกล่าวใช้ระยะเวลา 6 วัน รวมทั้งสิ้น 50 ชั่วโมง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบวัดความรู้แบบวัดทักษะ แบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น และแบบประเมินผลการจัดกระบวนการฝึกอบรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยสถิติทดสอบที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบว่า

1. การพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน มีกระบวนการจัดตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) ขั้นตอนการสนทนา 2) ขั้นตอนทำความเข้าใจและอภิปราย 3) ขั้นตอนการคิดรวบยอด 4) ขั้นตอนทดลองหรือประยุกต์แนวคิด และใช้การเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม ได้แก่ การมีส่วนร่วมสูงสุด และการบรรลุนานสูงสุด เข้ามาช่วยด้วย ส่งผลให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น

2. ผลการ จัดกระบวนการฝึกอบรม พบว่า กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการ จัดกระบวนการฝึกอบรม พบว่า กลุ่มทดลองมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$)

ภาควิชา การศึกษาดุษฎีบัณฑิต..... ลายมือชื่อนิสิต.....

สาขาวิชา การศึกษานอกระบบโรงเรียน..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

ปีการศึกษา 2555.....

5383438627: MAJOR NON-FORMAL EDUCATION

KEYWORDS: ORGANIZING PARTICIPATORY TRAINING/ THE ABILITY/ VALUE ADDING OF LOCAL PRODUCTS/ COMMUNITY ENTREPRENEUR

ARCHARIYA KHUMTOON: EFFECTS OF ORGANIZING PARTICIPATORY TRAINING PROCESSES ON THE ABILITY IN VALUE ADDING OF LOCAL PRODUCTS OF COMMUNITY ENTREPRENEUR. ADVISOR: ASST.PROF. WIRATHEP PATUMCHAROENWATTANA, Ph.D., 244 pp.

The purposes of this research were to 1) develop organizing participatory training processes on the ability in value adding of local products of community entrepreneur. 2) study effects of organizing participatory training processes on the ability in value adding of local products of community entrepreneur. 3) study participant's satisfaction with the organizing participatory training processes on the ability in value adding of local products of community entrepreneur.

The research methodology was experimental research. The research samples were 30 community entrepreneur in Na gooseberry District, Nongbua Lamphu Province. Activities were organized for 6 days, totally 50 hours. . Plans the research instruments organizing participatory training, the knowledge test, the skill test, the attitude test and the evaluation form. The data were analyzed by using means (\bar{X}), standard deviation (S.D.) and dependent-samples (t-test) at .05 level of significance.

The results were as follow:

1. The processes of developing organizing participatory training processes on the ability in value adding of local products of community entrepreneur were; 1) Experience, 2) Reflection and Discussion, 3) Conceptualization, 4) Application and Group Process. As a result, the community entrepreneur has the ability to add value to local products.

2. After the experiment, The experimental group had the mean scores in knowledge, skill and attitude in value add of local products after the experiment higher than the mean scores before the experiment at .05 level of significance.

3. After participating the developing training processes, the experiment group reported their satisfied towards the training processes at the high level ($\bar{X} = 4.34$).

Department: Lifelong Education.....

Student's Signature.....

Field of Study: Non-Formal Education.....

Advisor's Signature.....

Academic Year: 2012.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี เนื่องด้วยได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้ คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้ง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติวรรณ อมาตยกุล และ ดร.มิ่งขวัญ คงเจริญ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับ นี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความกรุณาตรวจพิจารณาและให้ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านใน สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่ได้ประสิทธิ์ ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย อันเป็นประโยชน์ อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการชุมชนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรม เป็นอย่างดี ซึ่งผู้วิจัยมีความประทับใจและซาบซึ้งเป็นอย่างมาก

ขอขอบพระคุณ คุณเยาวภา ทาน้อย และครอบครัว ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน ใน การจัดกิจกรรมครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณลิขิตธิ์ พุฒเขียว คุณอานูภาพ แยมดีและพี่ๆน้องๆ สาขาการศึกษานอกระบบโรงเรียนทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือ คำปรึกษา และเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อแผนชัย คำทูล คุณแม่ธนวรรณ คำทูล และ คุณพนธ์สิริ คำทูล ที่เป็นกำลังสำคัญและให้การสนับสนุนในทุกด้าน รวมทั้งอยู่เคียงข้างเป็น กำลังใจที่ดีแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ตอนที่ 1 แนวคิดในการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน.....	12
1.1 ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียน.....	12
1.2 แนวคิดและปรัชญาการศึกษานอกระบบโรงเรียน.....	16
1.3 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียน.....	20
1.4 ประเภทของการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียน.....	21
1.5 ประโยชน์ของการศึกษานอกระบบโรงเรียน.....	25
ตอนที่ 2 แนวคิดการฝึกอบรม.....	26
ความหมายของการฝึกอบรม.....	26
ความสำคัญของการฝึกอบรม.....	27
ประเภทของการฝึกอบรม.....	28

บทที่	หน้า
ขั้นตอนในการฝึกอบรม.....	29
ประโยชน์ของการฝึกอบรม.....	33
ตอนที่ 3 แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.....	34
3.1 ความหมายของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.....	34
3.2 หลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.....	36
3.3 การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.....	46
3.4 หลักการสอนความรู้แบบมีส่วนร่วม.....	50
3.5 หลักการสอนทักษะแบบมีส่วนร่วม.....	50
3.6 หลักการสอนเจตคติแบบมีส่วนร่วม.....	51
ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....	52
4.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน.....	52
4.2 ความเป็นมาของแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....	53
4.3 แนวทางการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.....	57
4.4 แนวคิดวิสาหกิจชุมชนของกรมการพัฒนาชุมชน.....	58
ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น(สินค้าท้องถิ่น).....	61
5.1 ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น.....	61
5.2 ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	61
5.3 วัตถุประสงค์ของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	63
5.4 เป้าหมายหลักของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	64
5.5 แนวทางการดำเนินงานตามนโยบายโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	65
ตอนที่ 6 แนวคิดการเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า.....	67
6.1 แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า.....	68
6.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม.....	69
6.3 แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม.....	70
6.4 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า.....	74

บทที่	หน้า
ตอนที่ 7 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการชุมชน.....	80
7.1 ความหมายของผู้ประกอบการ.....	80
7.2 คุณสมบัติของผู้ประกอบการ.....	81
7.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ...	83
ตอนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	85
8.1 งานวิจัยในประเทศ	85
8.2 งานวิจัยต่างประเทศ	88
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	93
ชั้นตอนที่1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	94
ชั้นตอนที่2 การออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความ สามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน....	94
ชั้นตอนที่3 การดำเนินการทดลอง	118
ชั้นตอนที่4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	119
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	122
ตอนที่ 1 สภาพและบริบทชุมชนของตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู.....	122
ตอนที่ 2 ผลของการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อ ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน.	124
ตอนที่ 3 สถานภาพทั่วไปของผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม ที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการ ชุมชน.....	133
ตอนที่ 4 ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถ ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนนำเสนอผลค่า เฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบคะแนนจาก แบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติ.....	134
ตอนที่ 5 ผลของการใช้กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่ม ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน..	139

บทที่	หน้า
ตอนที่ 6 ผลของการประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน.....	141
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	147
สรุปผลการวิจัย.....	148
อภิปรายผลการวิจัย	155
ข้อเสนอแนะ	172
รายการอ้างอิง.....	174
ภาคผนวก.....	184
ภาคผนวก ก รายงานผู้ทรงคุณวุฒิ.....	185
ภาคผนวก ข แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน.....	187
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	219
ภาคผนวก ง โครงการอบรมเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู.....	233
ภาคผนวก จ ภาพการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน...	238
ภาคผนวก ฉ รายงานผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน..	242
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	244

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	การออกแบบกลุ่มเพื่อการมีส่วนร่วมสูงสุด.....	43
2.2	แผนการอบรมความรู้ แบบมีส่วนร่วม.....	50
3.1	เนื้อหาในการจัดกิจกรรม.....	97
3.2	กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่า สินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน.....	101
3.3	แสดงการกำหนดการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความ สามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน.....	108
3.4	จำนวนข้อคำถามแบบวัดความรู้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า.....	110
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำแนกตามเพศ อายุ และประเภท วิสาหกิจ.....	133
4.2	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดความรู้ในเรื่อง การตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้านัก่อนและหลังการทดลอง.....	134
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดทักษะในการ เพิ่มมูลค่าสินค้านัก่อนและหลังการทดลอง.....	136
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดทัศนคติในการ เพิ่มมูลค่าสินค้านัก่อนและหลังการทดลอง.....	137
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบประเมินผลการจัด กิจกรรมการฝึกอบรม.....	141

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	หลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.....	37
2.2	องค์ประกอบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ตามรูปแบบของKolb	39
2.3	รูปแบบของกระบวนการกลุ่ม.....	42
2.4	กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม.....	47
2.5	หลักการสอนทักษะแบบมีส่วนร่วม.....	50
2.6	หลักการสอนเจตคติแบบมีส่วนร่วม.....	51
2.7	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	51

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมไทยปรับเปลี่ยนตัวเองจากสังคมที่อยู่ “แบบพอเพียง” มาเป็นสังคมอย่างอยู่แบบมั่งคั่ง มีแต่การผลิตเพื่อขายและแสวงกำไรให้ได้มากที่สุด จากการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในสังคมหลายๆ ด้านทำให้เห็นได้ถึงความสัมพันธ์ดั้งเดิมที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็งได้นั้นเสื่อมสลายลงไป ผู้คนไม่มีความสัมพันธ์กับธรรมชาติเหมือนก่อน เพราะการพัฒนานำเอาทรัพยากรไปแลก เป็นผลจากการพัฒนาที่ “เอาเงินนำหน้า เอาปัญญาตามหลัง” (เสรี พงศ์พิศ, วิชิต นันทสุวรรณ และจ่านง แรกพินิจ, 2544)

จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (2540-2544) ได้มีการปรับแนวคิดจากการที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลักแต่เพียงอย่างเดียวมาเป็นการเน้นคน เป็นศูนย์กลางในการพัฒนา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพคนเพื่อให้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมและรับผลประโยชน์จากการพัฒนาได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งจุดมุ่งหมายในการพัฒนา คือ การพัฒนาศักยภาพของคนและการพัฒนาสังคมให้ส่งเสริมและสนับสนุนต่อการพัฒนาคน เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในสังคม ช่วยแก้ไขปัญหาที่ขาดความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม ที่มีปัญหาการการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน เพื่อก้าวไปสู่วิสัยทัศน์การพัฒนาที่พึงปรารถนาใน ระยะยาว (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8, 2540-2544)

ต่อมาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (2545-2549) ซึ่งเป็นแผนที่มียุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศที่มีการดำเนินการต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ในด้านแนวคิดที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” ในทุกมิติอย่างเป็นทางการ รวม ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่สมดุล ทั้งทางด้านตัวคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างระบบการบริหารจัดการภายในที่ดีให้เกิดขึ้นทุกระดับ อันจะทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืนที่มี “คน” เป็นศูนย์กลางได้อย่างแท้จริง ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 นี้ได้บัญญัติแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ เพื่อให้ประเทศไปสู่การพัฒนาที่สมดุล มีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9, 2545-2549)

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (2550-2554) ได้มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาที่มุ่งพัฒนาสู่ "สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน" (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรม นำความรอบรู้ รู้เท่าทันโลก ครอบคลุมอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีความเสถียรภาพและเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการดำรงคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่เป็นภัยคุกคามต่อระบบนิเวศ ตลอดจนคุณภาพชีวิตของคนไทย อยู่ภายใต้ระบบการจัดการบริหารประเทศที่มีธรรมาภิบาล ดำรงไว้ซึ่งระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10, 2550-2554)

จากสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8-10 มีการวางแผนยุทธศาสตร์ เป้าหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคน รวมไปถึงวิสาหกิจชุมชน โดยอาศัยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง วิสาหกิจชุมชนยังได้มีการเสนอร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการประกอบกิจการโดยมีหลักการเพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน (วิสาหกิจชุมชน, 2547)

ล่าสุดสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555-2559) ซึ่งเป็นแผนปัจจุบันที่ภาครัฐกำลังใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในปัจจุบัน โดยมีวิสัยทัศน์สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นแผนที่ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์การพัฒนาทั้งสามด้านอันได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคม โดยให้ความสำคัญกับคนในสังคมไทยให้สามารถจัดการความเสี่ยงและสร้างโอกาสในชีวิต พัฒนาคุณภาพคนไทยให้มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญในพื้นที่ฐานการผลิตภาคเกษตรให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน และการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างโดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เป็นพื้นฐานในการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและมีคุณภาพสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนในระดับรากหญ้า เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้น วิสาหกิจชุมชนเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างรากฐานได้ดี เพราะรากฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุด ได้แก่ วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือการให้บริการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อการสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเอง ครอบคลุมชุมชน และระหว่างชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์หลักดังนี้

1. ชุมชนทุกภาคส่วนเกิดการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
2. ชุมชนสามารถดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนได้ และมีการบริหารจัดการที่ดี
3. วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพ

จากการวิจัยของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ยังคงพบอยู่ คือ ผู้ประกอบการชุมชนในวิสาหกิจชุมชนนั้นยังมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนไม่ชัดเจน ขาดความรู้ ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ และการตลาด กล่าวอีกอย่างได้ว่าผู้ประกอบการชุมชนในวิสาหกิจชุมชนนี้ยังขาดความรู้ ความสามารถ ในหลักการตลาดพื้นฐาน 4P ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยปัญหาที่พบคือ การผลิตผลิตภัณฑ์ (Production) และการตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ซึ่งยังคงขาดทักษะในกระบวนการผลิต และการพัฒนาช่องทางการตลาดหรือช่องทางการจำหน่ายสินค้า (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2554)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเป็นยุทธศาสตร์หลักหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชนของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวอยู่หลายหน่วยงาน มุ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ให้กับวิสาหกิจชุมชน ผ่านกระบวนการพัฒนาทักษะการผลิต การผลิตผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาด แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมาจึงเน้นกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ ในรูปแบบการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษา แนะนำโดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีความเชื่อว่ากระบวนการพัฒนาดังกล่าวจะสามารถแก้ไขปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการตลาด จนเป็นผลให้ราษฎรมีรายได้เพิ่มตามตัวชี้วัดการดำเนินงานของหน่วยงาน ความสำเร็จจากการดำเนินงานนับได้ว่าในมิติทางเศรษฐกิจ

ราษฎรมีรายได้เพิ่มขึ้นตามเกณฑ์ตัวชี้วัดที่กำหนดไว้การผลิตสินค้ามีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามด้านตัวผลิตภัณฑ์ การผลิตผลิตภัณฑ์ และการตลาด ประสบความสำเร็จเพียงชั่วคราว ไม่ยั่งยืนและพึ่งตนเองไม่ได้ ความสำเร็จชั่วคราวเกิดจากการช่วยเหลือของที่ปรึกษาและวิทยากร เนื่องจากกลุ่มยังขาดความสามารถในด้านต่างๆ อย่างแท้จริง เช่น การแสวงหาข้อมูลเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการผลประโยชน์และการกระจายรายได้ภายในสมาชิกกลุ่มยังมีข้อสงสัยของโอกาสทางการตลาดและความเป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์ ด้านมิติทางสังคม มีราษฎรเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากที่ประสบปัญหาการพัฒนาศักยภาพและการปรับตัวในระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ที่เกื้อหนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากแนวทางการดำเนินงานไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาที่จะผสมผสานองค์ความรู้เดิม ภูมิปัญญาวัฒนธรรมท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในชุมชน ผลกระทบจากการพัฒนาดังกล่าวก่อให้เกิดผลดีและผลเสียต่อชุมชนในหลายกรณี โดยเฉพาะในระยะยาว จะเห็นรอยแตกร้าวที่เกิดจากการขัดแย้งทั้งในมิติทางเศรษฐศาสตร์และมิติทางสังคมกว้างขึ้น อย่างชัดเจน เริ่มจากระหว่างปัจเจกชนพัฒนาสู่สถาบันครอบครัว และกระจายสู่องค์กรต่างๆ ในชุมชน กลุ่มที่มีฐานความสัมพันธ์ของสมาชิกไม่เข้มแข็งเพียงพอ ก็มักจะประสบความล้มเหลวไปในที่สุด ด้านมิติทางสิ่งแวดล้อม ยังขาดการปลูกจิตสำนึกในการรักษาและจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต เปลือกกล้วยที่เกิดจากกระบวนการผลิตกล้วยตาก และกล้วยทอดเนย ที่สะสมจนเป็นแหล่งแพร่พันธุ์แมลงวันและเชื้อโรคต่างๆ น้ำทิ้งจากการผลิตกระดาษสาที่สะสมในดินช่วงฤดูแล้งรอการชะล้างในฤดูฝนไหลลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ เป็นต้น ดังนั้นเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอาจจะต้องกลับมาทบทวนการคิดต้นทุนสินค้าที่รวมต้นทุนการกำจัดของเสียที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนไม่เป็นผู้สร้างปัญหามลภาวะและต้นเหตุของการเจ็บป่วยของราษฎรในชุมชน (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2554)

การปรับเปลี่ยนวิธีคิดและแบบแผนการปฏิบัติงานของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนข้างต้น ไม่ใช่ได้จากการอบรมหรือฟังบรรยายหรือการมีคู่มือการปฏิบัติงานเพียงอย่างเดียว สิ่งสำคัญคือผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ประกอบการชุมชนจะต้องลงชุมชน มีส่วนร่วมในกระบวนการทุกขั้นตอน เพื่อเรียนรู้สภาพชุมชนใหม่ในทุกมิติ ต้องมีจินตนาการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่มีใช้การท่องตำรา การจดจำ หรือมองผ่านชุมชนอย่างผิวเผิน การเริ่มลงมือกระทำการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนร่วมกับชุมชนเป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตและธรรมชาติของชุมชน เพื่อการสร้างแบบแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ชุมชนต้องการ

ดังนั้น กระบวนทัศน์ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใหม่จึงต้องเข้าใจ “วิสาหกิจชุมชนแบบองค์รวม” เข้าใจถึงการมีชีวิตชีวาตามธรรมชาติ ด้วยความเชื่อพื้นฐานที่ว่า ความเชื่อมโยงคือสภาวะที่องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนทุกส่วนมีความสัมพันธ์กันในบริบทที่ซับซ้อนกันไปมา และมีกระบวนการที่ต่อเนื่องจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริบททางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่มีความหลากหลายในชุมชน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554)

เพื่อให้การพัฒนาคนรวมไปถึงวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปได้ตามจุดหมาย จึงต้องมีการจัดกิจกรรมการศึกษาเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 มีเป้าหมายมุ่งพัฒนาบุคคลให้มีความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมตามศักยภาพของตนเอง ประชาชนทุกคนสามารถได้รับการศึกษา การฝึกอบรม ได้รับการพัฒนาความรู้ ทักษะอย่างเท่าเทียมกันและมีคุณภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545)

การศึกษานอกระบบโรงเรียน เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษาโดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม (ราชกิจจานุเบกษา, 2542) ซึ่งการศึกษานอกระบบโรงเรียนนี้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิตให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การฝึกอบรมเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาบุคคล ซึ่งเป็นการรวมกิจกรรมการเรียนรู้เข้าด้วยกันอย่างมีระบบและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นในความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างรวมกัน (สุรพล จันทราปัติย์, 2532)

ในปัจจุบันการอบรมแบบมีส่วนร่วม เป็นการอบรมที่มีแนวคิดของการมีส่วนร่วมเพื่อมาพัฒนาความสามารถของผู้เข้าอบรม โดยการจัดประสบการณ์เรียนรู้ให้ตามความสนใจของผู้เรียนบนหลักการและทักษะต่างๆที่จำเป็นในการมีส่วนร่วม

แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คือ มีแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนสร้างความรู้ใหม่ โดยใช้กระบวนการทางปัญญา (กระบวนการคิด) กระบวนการทางสังคม (กระบวนการกลุ่ม) ให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการเรียนมากที่สุด สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ โดยการเรียนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญนี้ ประเมินได้จากผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนมากเพียงใด (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์, 2544)

การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) เป็นการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เกิดจากความเชื่อที่ว่า การเรียนรู้ของคนเป็นกระบวนการสร้างความรู้ด้วยตัวของผู้เรียนเอง โดยมีผู้สอนจัดกระบวนการเรียนการสอนที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสร้างความรู้มากกว่าการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนสู่ผู้เรียนแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นกระบวนการสร้างความรู้จึงต้องอ้างอิงประสบการณ์ของผู้เรียน เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นฝ่ายกระทำ ซึ่งจะทำให้การเปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง การเรียนรู้ลักษณะนี้จึงย้มาถึงลักษณะทางสังคมของการเรียนรู้ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยตนเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน ทำให้เกิดการขยายเครือข่ายการเรียนรู้ออกไปอย่างกว้างขวาง ซึ่งการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมประกอบด้วยหลักการเรียนรู้ที่ 2 อย่าง ได้แก่ การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) และการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม (Group Process) ซึ่งในการเรียนรู้เชิงประสบการณ์มีองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้ (กรมสุขภาพจิต, 2543)

1. ประสบการณ์ (Experience) เนื้อหาที่ใช้ในการให้ความรู้ หรือนำไปสู่การสอนทักษะต่างๆ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่คุณเรียนมีประสบการณ์มาก่อนแล้ว โดยผู้สอนจะพยายามกระตุ้นให้ผู้เรียนดึงประสบการณ์ของตนเองมาใช้ในการเรียนรู้ และสามารถแบ่งปันประสบการณ์ของตนให้แก่เพื่อนๆ ที่อาจมีประสบการณ์เหมือนหรือแตกต่างไปกับตนเองได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้กระบวนการกลุ่มของผู้สอน

2. การสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย (Reflect and Discussion) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่คุณเรียนจะได้แสดงความคิดเห็น และความรู้สึกรู้สึกของตนเองแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งช่วยให้การเรียนรู้กว้างขึ้น และผลของการสะท้อนความคิดเห็นหรือการอภิปรายจะทำให้ได้ข้อสรุปที่หลากหลายหรือมีลักษณะมากยิ่งขึ้น

3. ความคิดรวบยอด (Concept) ผู้เรียนได้เรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาจึงเกิดความเข้าใจหรือเป็นการพัฒนาด้านพุทธิพิสัย (ความรู้) และนำไปสู่การเกิดความคิดรวบยอด ซึ่งจะส่งผลไปถึงการเปลี่ยนแปลงเจตคติหรือความเข้าใจในเนื้อหา ขั้นตอนของการฝึกต่างๆ ที่ช่วยทำให้ผู้เรียนปฏิบัติได้ง่ายขึ้น

4. การทดลองหรือประยุกต์แนวคิด (Experimentation/Application) ผู้เรียนนำเอาการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ไปประยุกต์ใช้ในลักษณะหรือแนวคิด สถานการณ์ต่างๆ จนเกิดเป็นแนวทางการปฏิบัติของผู้เรียนเอง

การเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม(Group Process) ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมสูงสุด และการบรรลุงานสูงสุด ซึ่งในกระบวนการกลุ่มนี้ จะช่วยให้ผู้เรียนทุกคนมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมของแต่ละองค์ประกอบ นำไปสู่การบรรลุงานสูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้

การนำแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมาใช้ในการจัดกระบวนการฝึกอบรม จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมมีบทบาทในการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกิจกรรมอย่างแท้จริง ขั้นตอนการดำเนินงานมีการใช้กระบวนการกลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รวมกลุ่มเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่มากมายและหลากหลาย ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน แก้ไขปัญหาร่วมกัน ช่วยให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองได้

สังคมไทยในปัจจุบันยังคงประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อคนและสังคมเป็นอย่างมาก เช่น ปัญหาความยากจน คุณภาพชีวิต ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ เป็นต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมเพื่อที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคงส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและเศรษฐกิจของประเทศในระดับรากหญ้ามีความมั่นคง

คำถามการวิจัย

1. การจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน มีลักษณะเป็นอย่างไร
2. ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนระหว่างก่อนและหลังการเข้ารับการฝึกอบรม มีความแตกต่างกันอย่างไร
3. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการชุมชนต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น มีลักษณะเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
2. เพื่อศึกษาผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

สมมติฐานของการวิจัย

หลังจากการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนกลุ่มทดลองมีการพัฒนาในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม และมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขตนี้ อหาวิจัยเพื่อตอบสนองตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยรายละเอียดของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนมีดังนี้

1. ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการชุมชนที่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่อาศัยในตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

2. เนื้อหาในการจัดกระบวนการฝึกอบรม

การจัดกระบวนการฝึกอบรม ประกอบด้วย การนำแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมาใช้ ซึ่งขั้นตอนในการเรียนรู้ ประกอบด้วย การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) และกระบวนการกลุ่ม (Group Process) โดยมีขั้นตอนของกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนประเมินปัญหา ความต้องการ 2) ขั้นตอนกำหนดวัตถุประสงค์ 3) ขั้นตอนเลือกกำหนดเนื้อหา 4) ขั้นตอนเลือกวิธีการจัดการเรียนรู้ 5) ขั้นตอนจัดทำโครงการ 6) ขั้นตอนการออกแบบหลักสูตรตามหลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม คือ เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนประสบการณ์เรียนรู้ ขั้นตอนสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย ขั้นตอนความคิดรวบยอด และขั้นตอนทดลองหรือประยุกต์แนวคิด และผสมผสานขั้นตอนของการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม 2 ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมสูงสุดและการบรรลุงานสูงสุด) 7) ขั้นตอนจัดการกระบวนการ

เรียนรู้ 8) ชั้นประเมินผล และเนื้อหาเรื่องการตลาด และการเพิ่มมูลค่าสินค้า มาสังเคราะห์ร่วมกัน เพื่อทำให้เกิดเป็นขั้นตอนในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดการพัฒนาตนเอง ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดกระบวนการฝึกอบรมโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมแก่ผู้ประกอบการชุมชน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ทั้ง 3 ด้านคือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

กระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนที่เป็นผู้ประกอบการชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการ เป้าหมายเพื่อพัฒนาให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นโดยเนื้อหาและหลักสูตรมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการชุมชน โดยมีขั้นตอนของกระบวนการ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ประเมินปัญหา ความต้องการของผู้เข้าร่วม

ขั้นที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์

ขั้นที่ 3 เลือกกำหนดเนื้อหา

ขั้นที่ 4 เลือกวิธีในการจัดการเรียนรู้

ขั้นที่ 5 จัดทำโครงการ

ขั้นที่ 6 การออกแบบหลักสูตรการฝึกอบรมตามหลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม คือ เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นประสบการณ์ขั้น สะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย ขั้นความคิดรวบยอดและขั้น ทดลองหรือประยุกต์แนวคิดและผสมผสาน ขั้นตอนของการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม ๒ ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมสูงสุดและการบรรลุงานสูงสุด

ขั้นที่ 7 จัดกระบวนการฝึกอบรม

ขั้นที่ 8 การประเมินผล

การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เป็นความร่วมมือระหว่างผู้สอนและผู้เรียน โดยเน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนได้ใช้ประสบการณ์จริงเพื่อเป็นส่วนร่วมในการเรียนรู้ และนำความรู้ที่ได้นี้ มาแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นเพื่อวิเคราะห์ปัญหา วางแผนร่วมกันและลงมือปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหา นั้นๆโดยมีการนำกระบวนการกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมอย่างสูงสุดและสามารถบรรลุงานอย่างสูงสุดตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ประสบการณ์ เป็นขั้นตอนของการเริ่มต้นของการเรียนรู้ที่ให้ผู้ประกอบการชุมชนได้ทบทวนประสบการณ์เดิมที่ได้ประสบมา โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนนำประสบการณ์เดิมนี มาพัฒนาเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

2. การสะท้อนความคิดและอภิปราย เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการชุมชนแต่ละท่านได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดสถานการณ์ตัวอย่างกรณีศึกษา แล้วให้ผู้ประกอบการชุมชนได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ ซึ่งเป็นการเรียนรู้ซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม

3. การสรุปความเข้าใจและเกิดเป็นความคิดรวบยอด จากขั้นตอนของการสะท้อนความคิดเห็นและอภิปรายในกลุ่มแล้ว ผู้วิจัยให้ผู้ประกอบการชุมชนส่งตัวแทนกลุ่มมานำเสนอข้อสรุปสาระสำคัญจากการเรียนรู้ ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนเกิดความเข้าใจ นำไปสู่การเกิดความคิดรวบยอด โดยผู้วิจัยมีการยกตัวอย่างเพื่อให้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น

4. การทดลองหรือประยุกต์แนวคิด ผู้วิจัยให้ผู้ประกอบการชุมชนนำความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่นี้ มากำหนดเป็นแนวทางของตนเอง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

ความสามารถ หมายถึง ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน โดยมุ่งเน้นการเพิ่มความรู้ ความสามารถ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

ด้านความรู้

1. มีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องการตลาด
2. มีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น

ด้านทักษะ

1. ผู้ประกอบการชุมชนมีทักษะทางการตลาด สามารถจัดการตลาดให้กับสินค้าของตนได้อย่างเหมาะสม

2. ผู้ประกอบการชุมชนสามารถพัฒนาทักษะในกระบวนการผลิตสินค้าท้องถิ่นเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ชุมชน

ด้านทัศนคติ

1. มีความตระหนักในการที่จะพัฒนาสินค้าท้องถิ่นเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้เป็นไปอย่างยั่งยืน

2. การเป็นผู้กระอบการที่ดี สื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค

การเพิ่มมูลค่าสินค้า หมายถึง การพัฒนาสินค้าซึ่งได้แก่ ผ้าทอและปู+ ยัดเม็ดให้มีคุณภาพ มีคุณค่าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการชุมชนสามารถพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์คุณภาพ อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปลักษณะหรือลวดลายที่สวยงาม น่าสนใจ เพื่อช่วยกระตุ้นการซื้อแก่ผู้บริโภค

2. ด้านราคา (Price) ผู้ประกอบการชุมชนกำหนดราคาขายให้กับผ้าทอและปู+ ยัดเม็ดได้เหมาะสม สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ประกอบการชุมชนสร้างบรรยากาศของทำเลที่ตั้งของร้านค้าเพื่อการจำหน่ายผ้าทอและปู+ ยัดเม็ดได้อย่างเหมาะสมสภาพแวดล้อมของชุมชน สามารถจัดการจำหน่ายหรือขนส่งสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างสะดวกและทั่วถึง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ประกอบการชุมชนเลือกใช้สื่อและวิธีการที่เหมาะสมเพื่อเผยแพร่ ให้ข้อมูลสินค้าให้แก่ผู้บริโภค เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อ

สินค้าท้องถิ่น หมายถึง สินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนามาเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

ผู้ประกอบการชุมชน หมายถึง ผู้ดำเนินการประกอบธุรกิจในชุมชนที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมเกิดการพัฒนาความสามารถ และความรู้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปปฏิบัติได้จริง

2. เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกระบวนการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในเขตพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยได้ทำการรวบรวมสาระสำคัญซึ่งมีหัวข้อเรื่อง ตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 แนวคิดในการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน
- ตอนที่ 2 แนวคิดการฝึกอบรม
- ตอนที่ 3 แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
- ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- ตอนที่ 6 แนวคิดการเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
- ตอนที่ 7 แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ
- ตอนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ตอนที่ 9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตอนที่ 1 แนวคิดในการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน

ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียน

การศึกษานอกระบบโรงเรียน เป็นกิจกรรมทางการศึกษาทุกรูปแบบที่จัดให้บริการแก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ไม่มีการจำกัดพื้นฐานการศึกษา อาชีพ ประสบการณ์หรือความสนใจ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ผู้เรียนได้รับความรู้ทั้งในด้านที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต การอ่าน การเขียน การคิดคำนวณเบื้องต้น ความรู้ทางด้านทักษะการประกอบอาชีพ ตลอดจนความรู้และข่าวสารข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในด้านต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและปรับตัวเข้ากับสภาพสังคม สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างเหมาะสม

สำหรับความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้น ได้มีนักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้คล้ายคลึงกัน ซึ่งแต่ละท่านนั้นได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้ คือ

โกวิท วรพิพัฒน์ (2516) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า หมายถึง ประสบการณ์และกิจกรรมที่จัดนอกระบบการศึกษา โรงเรียนภาคปกติ เพื่อส่งเสริมความรู้ ความสามารถทั้งในด้านความรู้ทั่วไปละวิชาชีพ ให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีสัมมาชีพและทำหน้าที่พลเมืองให้ดีขึ้น

บรรจง ชูสกุลชาติ (2522) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียน คือ การศึกษาที่พยายามจะจัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือคนซึ่งผิดหวังในระบบโรงเรียน หรือไม่มีโอกาสที่จะเข้าในระบบโรงเรียน หรือไม่ได้รับความเสมอภาค และให้สมหวังในการศึกษาเพื่อการดำรงชีวิตอยู่รอดปลอดภัย และดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุขในสังคม

อุ้นตา นพคุณ (2523) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมหรือโครงการใดๆ ที่สถาบันต่างๆ ในสังคมจัดขึ้น โดยมีเจตนาและวัตถุประสงค์ที่จะให้การเรียนรู้แก่ประชาชนที่สามารถกำหนดเป้าหมายได้ ผู้รับการศึกษาเองก็มีเจตนาหรือวัตถุประสงค์ในการที่จะให้การเรียนรู้กิจกรรมดังกล่าวจัดให้แก่ประชาชน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชุมชน และทุกระดับการศึกษา เพื่อให้บุคคลดังกล่าวมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติค่านิยมที่ดี กิจกรรมทางการศึกษาที่เรียกว่า เป็นการศึกษานอกระบบโรงเรียนจะต้องจัดขึ้นในระยะเวลาด้านหลัง หลักสูตรยืดหยุ่น ประหยัด และตอบสนองความต้องการ ความสนใจของผู้เรียนและปัญหาของชุมชน

ประชุมสุข อาชาวอรุณ (2528) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่าเป็นกิจกรรมทางการศึกษาที่มีรูปแบบโครงสร้างแน่นอน เป็นการจัดการศึกษาที่จัดขึ้นโดยไม่เลือกวัย ไม่เลือกเพศ ไม่เลือกวรรณะ ไม่เลือกภูมิหลังและสติปัญญา ความสามารถหรือความถนัด ครอบคลุมถึงการศึกษานอกระบบที่ไม่มีพิธีรีตองด้วย เป็นการศึกษานอกระบบที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกคนในสังคม จัดกิจกรรมการศึกษาได้ทั้งในและนอกโรงเรียน นับเป็นวิชาการศึกษาที่สอดคล้องกับสังคมประชาธิปไตยอย่างยิ่ง

สุนทร สุนันท์ชัย(2532) ได้ให้ความหมายว่า การศึกษานอกระบบ หมายถึง กิจกรรมทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน ไม่ว่าจะดำเนินการโดยเอกเทศ หรือเป็นส่วนประกอบสำคัญของกิจกรรมอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ ที่จะให้บริการแก่กลุ่มผู้เรียนทุกเพศทุกวัย

รัตนา พุ่มไพศาล (2533) กล่าวว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียนเป็นกระบวนการจัดการศึกษาสำหรับผู้ขาดโอกาสที่จะศึกษาเล่าเรียนในโรงเรียนภาคปกติ เพื่อที่เขาเหล่านั้น จะได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้ตามความต้องการ

เกียรติวรรณ อมาตยกุล (2533) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า เป็นกิจกรรมการศึกษาที่จัดขึ้นได้ทั้งในและนอกระบบโรงเรียน โดยไม่มีรูปแบบที่แน่นอน จัดขึ้นตามความเหมาะสมและความต้องการของผู้เรียน ยึดหลักปรัชญาที่ว่า การศึกษาคือชีวิต ชีวิตคือการศึกษา มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาคนให้รู้จักความคิดตัดสินใจ รู้จักการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีอิสรภาพจากสิ่งแวดล้อมมากที่สุด โดยวิธีการเป็นส่วนประกอบที่จะทำให้คนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงเป็นกิจกรรมการศึกษาที่จัดเพื่อทุกคนในสังคม

สุรกุล เจนอบรม (2541) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่าเป็นกิจกรรมการศึกษาที่จัดขึ้นนอกระบบโรงเรียนปกติ มีเป้าหมายผู้รับบริการ และวัตถุประสงค์การเรียนรู้อย่างชัดเจน กิจกรรมการศึกษาดังกล่าวมีทั้งจัดเป็นเอกเทศหรือส่วนหนึ่งของกิจกรรมอื่น หน่วยงานที่จัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้นเป็นได้ทั้งหน่วยงาน ที่มีหน้าที่ทางการศึกษาโดยตรงและหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ตลอดจนชุมชนที่อาศัยการศึกษาเป็นเครื่องมือผู้วัตถุประสงค์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสังคม

อาชัญญา รัตนอุบล (2542) ได้สรุปความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมทางการศึกษา และมวลประสบการณ์ความรู้ใดๆ ก็ตามที่จัดขึ้นโดยบุคคล หน่วยงานและสถาบันต่างๆในสังคม โดยมุ่งจัดขึ้นนอกเหนือไปจากการศึกษาในระบบโรงเรียน ภาคปกติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติที่พึงประสงค์ของกลุ่มเป้าหมายต่างๆในสังคม โดยยึดหลักการที่ว่า กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้นๆ จะตอบสนองต่อความต้องการ ความสนใจ และประยุกต์ใช้แก้ปัญหาให้แก่กลุ่มเป้าหมายนั้นได้ด้วย

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (2542) การศึกษานอกระบบเป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาหลักสูตรต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคล

อุดม เทยกิจวงศ์ (2544) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษาโดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

สุมาลี สังข์ศรี (2545) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า หมายถึง การศึกษาทุกรูปแบบที่จัดให้แก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ไม่จำกัดพื้นฐานการศึกษา

อาชีพ และประสบการณ์ หรือความสนใจ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

วอร์ตัน อภินันท์กุล (2551) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า หมายถึง การศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื้อหาหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม

พระราชบัญญัติส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2551 ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมการศึกษาที่มีกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการ และวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ที่ชัดเจน มีรูปแบบ หลักสูตร วิธีการจัด และระยะเวลาเรียนหรือฝึกอบรมที่ยืดหยุ่นและหลากหลายตามสภาพความต้องการและศักยภาพในการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายนั้น และวิธีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ที่มีมาตรฐานเพื่อรับวุฒิทางการศึกษา หรือเพื่อจัดระดับผลการเรียนรู้

Coombs (1974) กล่าวว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียน หมายถึง กิจกรรมการศึกษาที่จัดขึ้น นอกระบบการศึกษามหาภาคปกติ ไม่ว่าจะกิจกรรมจะจัดขึ้น เป็นกิจกรรมต่างหากหรือจัดเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมใหญ่ๆ เป็นกิจกรรมที่มุ่งบริการกลุ่มผู้เรียนที่กำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมาย

Knowles (1984) นักการศึกษาผู้ใหญ่ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนว่า เป็นกระบวนการที่ผู้ใหญ่ได้เรียนรู้ต่อไปหลังจากที่ได้ออกจากโรงเรียนภาคปกติไปแล้ว และเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นไว้สำหรับผู้ใหญ่ โดยสถาบันต่างๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ

Brembeck and Thompson (อ้างถึงในอุดม เศษกิจวงศ์, 2541) กล่าวว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียนหากจะให้คำจำกัดความที่ดีที่สุด ก็จะเป็นการศึกษาที่ก่อให้เกิดทักษะและความรู้ต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกระบบโรงเรียนตามปกติเป็นการผสมผสานของกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่มีมาตรฐานแน่นอนและดูเหมือนว่าไม่สัมพันธ์กันเลย โดยมีจุดมุ่งหมายไปสู่เป้าหมายนานับประการ บางทีการศึกษานอกระบบโรงเรียนอาจถือได้ว่าเป็นระบบที่ไม่มีระบบที่สุดของระบบต่างๆ แต่ในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่แล้วบทบาทของการศึกษานอกระบบโรงเรียนในการก่อให้เกิดทักษะต่างๆ ในการสร้างอิทธิพลต่อทัศนคติของประชากร และในการหล่อหลอมค่านิยมทั้งหลายทั้งปวงนี้ มีความสำคัญเท่าเทียมกับระบบโรงเรียนปกติ

McCall (อ้างถึงในซิดซิงค์ ส. นันทนาเนตร, 2549) ได้ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ว่า หมายถึง แหล่งประสบการณ์การเรียนรู้ทั้งหลาย ซึ่งอยู่นอกระบบโรงเรียนภาคปกติ การศึกษานอกระบบโรงเรียนนี้ เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมาก หมายถึง การศึกษาทุกอย่าง การเรียนรู้จากพ่อแม่ การเรียนรู้จากประสบการณ์ การเรียนรู้จากสื่อมวลชน การเรียนรู้จากโรงเรียนผู้ใหญ่ และจากหน่วยพัฒนาต่างๆ การเรียนรู้จากการฝึกงาน การเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกกลุ่ม เป็นต้น

Paulston (อ้างถึงในซิดซิงค์ ส. นันทนาเนตร, 2549) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียน คือ การจัดระบบการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาในระบบโรงเรียนที่มีความหมายว่าเป็นการศึกษาที่จัดกันเป็นชั้นเรียน เป็นที่ยอมรับกันมาแต่ดั้งเดิมว่า จะต้องเริ่มต้นจากชั้นประถม มัธยม และไปจบลงที่อุดมศึกษา ส่วนการศึกษานอกระบบโรงเรียนเป็นการศึกษาที่ให้คำจำกัดความไว้ค่อนข้างหลวมๆ เพื่อให้รวมถึงกิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และทักษะอื่นๆ นอกระบบชั้นเรียนในโรงเรียนปกติ

จากความหมายต่างๆ ของการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จึงพอสรุปได้ว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียน หมายถึง การศึกษาที่มีความยืดหยุ่น หลากหลาย ทั้งรูปแบบ วิธีการจัด ระยะเวลาการศึกษา การวัดและประเมินผล เป็นการศึกษาที่จัดขึ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้เรียน ได้อย่างเหมาะสม เหมาะกับความต้องการของผู้เรียนอย่างยิ่ง

แนวคิดและปรัชญาการศึกษานอกระบบโรงเรียน

จากการศึกษาการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศพบว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียนได้ใช้หลายปรัชญาผสมผสานกันโดยมีปรัชญาหรือหลักการของการศึกษาตลอดชีวิตเป็นปรัชญาหลัก และมีปรัชญาอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปรัชญาในกลุ่มพัฒนาการนิยมซึ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต การพัฒนาสังคม ปรัชญาในกลุ่มมนุษยนิยมซึ่งเน้นความแตกต่างระหว่างบุคคล ปรัชญาในกลุ่มปฏิรูปนิยมซึ่งเน้นการศึกษาเพื่อการแก้ปัญหาการเปลี่ยนแปลงเชิงปฏิรูป และปรัชญาในกลุ่มอัตถิภาวนิยมซึ่งเน้นการรู้จักตนเอง การพึ่งพาตนเอง

จากการประยุกต์ใช้ปรัชญาต่างๆ ผสมผสานกัน การจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนมีหลักการสำคัญ คือ เน้นความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษา กระจายโอกาสทางการศึกษาให้ครอบคลุมทั้งถึง ส่งเสริมการจัดการศึกษาอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต มีความยืดหยุ่นในเรื่องกฎเกณฑ์ ระเบียบต่างๆ จัดการศึกษาให้สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ให้เรียนรู้ในสิ่งที่

สัมพันธ์กับชีวิต จัดการศึกษาหลากหลายรูปแบบคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ผู้สอนมีได้จำกัดเฉพาะครู อาจจะเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานหรือจากท้องถิ่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วม สิ่งที่ทำให้เรียนรู้ ควรนำไปใช้ประโยชน์ได้ มีความยืดหยุ่นเรื่องเวลาและสถานที่เรียน

ผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับปรัชญาของการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้หลากหลาย ดังต่อไปนี้

โกวิท วรพิพัฒน์ (2516) ได้ให้แนวคิดการศึกษานอกระบบโรงเรียน โดยมีหลักการว่า ความต้องการขั้นพื้นฐานของการเรียนของมวลชนก็เพื่อมุ่งให้เกิดความประสมกลมกลืนเข้ากันได้ระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งความสมดุลจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคนสามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆ หรือสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งเรียกว่า “คิดเป็น”

สุนทร สุนันท์ชัย(2529) ได้กล่าวว่า การจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้น เป็นการมุ่งผลิตเพื่อพัฒนาประชากร ทั้งนี้ เพราะเป้าหมายสุดท้ายในการพัฒนา คือ มุ่งให้ประชาชนมีความสุข อยู่ดีกินดี โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา เน้นเรื่องการพัฒนาตนเองของสังคม เน้นความร่วมมือในการพัฒนา เน้นอิสระในการตัดสินใจเลือก นั่นก็หมายถึง การยอมรับนับถือในศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ของบุคคล

สุรกุล เจนอบรม (2541) กล่าวว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียนปัจจุบันได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อฝึกอบรมให้ผู้เรียนเป็น “ผู้คิดเป็น”
2. เพื่อให้ผู้เรียนได้มีเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ต่อไป
3. เพื่อสนับสนุนให้ผู้เรียนได้นำความรู้ ทักษะและทักษะที่จำเป็นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม
4. เพื่อส่งเสริมและรักษาวินัยธรรมอันดีงามซึ่งเป็นมรดกของชาติ

ปฐุม นิคมมานนท์ และคณะ (2543) ได้กล่าวไว้ว่ากิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนมีความเป็นทางการน้อยกว่า หรือมีความยืดหยุ่นมากกว่าการศึกษาในระบบโรงเรียน ดังนั้น การศึกษานอกระบบโรงเรียนจึงมีโครงสร้างที่ไม่ตายตัว มีความอ่อนตัว และมีความคล่องตัวมากกว่าการศึกษาในระบบโรงเรียน โดยลักษณะแห่งความยืดหยุ่นของการศึกษานอกระบบที่สำคัญในด้านต่างๆ มีดังต่อไปนี้

1. ความยืดหยุ่นด้านเวลาเรียน เนื้อหาส่วนใหญ่จะถูกแบ่งออกเป็นหน่วยย่อยๆ ให้เหมาะสมกับเวลา ความต้องการและความจำเป็นของผู้เรียน โดยอาจจัดหลักสูตรสั้นหรือยาวก็ได้

ซึ่งคำนึงถึงผู้เรียนเป็นหลักสำคัญ นอกจากนี้ การศึกษานอกระบบโรงเรียนยังเปิดสอนในเวลาที่แตกต่างกัน เช่น เช้า กลางคืน หรือเปิดสอนวันหยุดเพื่อเอื้อต่อผู้เรียน

2. ความยืดหยุ่นด้านสถานที่เรียน การศึกษานอกระบบไม่ได้เจาะจงแน่นอนว่าจะต้องทำการสอนในโรงเรียนเสมอไป อาจจัดกิจกรรมขึ้นในโรงเรียน หรือจัดในสถานที่อื่นก็ได้ตามความเหมาะสม หรือแล้วแต่ความสะดวกเท่าที่สามารถหาได้ ทำให้สถานที่เรียนของการศึกษานอกระบบจึงจัดได้หลายสภาพ ตามความสะดวก และตามลักษณะของกิจกรรม

3. ความยืดหยุ่นด้านตัวผู้เรียน การศึกษานอกระบบเป็นการจัดการศึกษาให้แก่บุคคลหลายช่วงวัย ทั้งเด็ก ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ โดยอาจจัดขึ้นเพื่อบุคคลช่วงวัยใดวัยหนึ่งเฉพาะหรืออาจไม่จำกัดช่วงวัยก็ได้

4. ความยืดหยุ่นด้านตัวผู้สอน การเรียนการสอนในกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนส่วนใหญ่จะใช้วิทยากรที่หลากหลาย อาจเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในอาชีพแขนงต่างๆ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นครูที่สอนเป็นประจำในหน่วยงานนั้น

5. ความยืดหยุ่นด้านวิธีเรียน การศึกษานอกระบบมีการใช้วิธีการสอน วิธีการเรียนที่แตกต่างกันไม่จำเป็นต้องเรียนในห้องเรียนเท่านั้น อาจเรียนผ่านสื่อต่างๆหรือเรียนที่บ้านก็ได้

6. ความยืดหยุ่นด้านผู้จัดบริการองค์กรหรือหน่วยงานที่ให้บริการการศึกษานอกระบบมีความหลากหลาย นับแต่องค์กรที่รับผิดชอบการศึกษาโดยตรง หน่วยงานอื่นหรือเอกชนก็สามารถจัดได้

7. ความยืดหยุ่นด้านระเบียบ และกฎเกณฑ์ต่างๆ กิจกรรมการศึกษานอกระบบจะมีการกำหนดกฎเกณฑ์ และระเบียบการปฏิบัติอย่างหลวมๆ ไม่ตายตัว ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสมควรด้วยเหตุและผล นอกจากนี้ ยังต้องอยู่บนพื้นฐานที่ให้เกียรติซึ่งกันและกัน

สุมาลี สังข์ศรี (2545) กล่าวว่า การศึกษานอกระบบเป็นการศึกษาที่นำปรัชญาหลายปรัชญามาประยุกต์ผสมผสาน ซึ่งปรัชญาต่างๆ ที่นำมาเป็นหลักได้แก่ การศึกษาตลอดชีวิต พัฒนาคนตามนิยาม มนุษย์นิยมคิดเป็น และปรัชญาทางพระพุทธศาสนา โดยหลักการจัดการศึกษานอกระบบนี้ ยึดหลักการ ดังต่อไปนี้

1. ความครอบคลุมทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย
2. ความเท่าเทียมและเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษา
3. การเปิดโอกาส สร้างโอกาส และขยายโอกาสทางการศึกษา
4. สมองความต้องการของบุคคลและสังคม
5. การจัดกิจกรรมที่หลากหลายให้กลุ่มเป้าหมายมีสิทธิเลือก

6. มีความยืดหยุ่นและเข้าถึงได้ง่าย ลดกฎระเบียบ ขั้ นตอนและเปิดโอกาสสำหรับทุกกลุ่มเป้าหมาย

7. จัดบริการให้ใกล้ชิดตัว เข้าถึงตัวผู้เรียน เช่น การใช้สื่อประเภทต่างๆ มีแหล่งการเรียนรู้ในชุมชน

8. จัดกิจกรรมให้ผสมกลมกลืนกับวิถีชีวิต ไม่ให้แปลกแยกไปจากการดำเนินชีวิต

9. จัดกิจกรรมให้มีความต่อเนื่อง

10. สร้างแรงจูงใจ สร้างนิสัยใฝ่เรียน ใฝ่รู้ ให้เครื่องมือในการแสวงหาความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย

11. ให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ เอกชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของประชาชน

12. ให้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ โดยเริ่มที่ชุมชน และชุมชนเป็นหลักในการดำเนินการ

13. เน้นการเรียนรู้ตามสภาพปัญหา

14. เปลี่ยนภาพจากการศึกษาในห้องเรียน การท่องจำ การบอกความรู้ มาเป็นภาพของการร่วมรู้จากการดำเนินชีวิตและสภาพปัญหาจริง

สำนักบริหารงานการศึกษาออกโรงเรียน (2550) กล่าวว่า การศึกษานอกโรงเรียนเป็นการจัดการศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิตให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เพราะการจัดการศึกษาในระบบโรงเรียนแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะสนองตอบความต้องการในการเรียนรู้ ของประชาชนได้อย่างทั่วถึง จำเป็นต้องมีการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนซึ่งมีลักษณะยืดหยุ่นมากกว่า สามารถสนองตอบความต้องการของประชาชนได้อย่างหลากหลายและทั่วถึง โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างวิธีการใหม่ๆ ในการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนโดยทำให้การเรียนรู้ เป็นสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวและแสวงหาได้โดยง่ายสำหรับคนทั่วไป

จากแนวคิดและปรัชญาการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นนั้น สามารถสรุปได้ว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียนมีแนวคิดที่ยืดหยุ่นในทุกๆ ด้าน สนองตอบความต้องการของผู้เรียน ถือผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เรียนสามารถคิดเป็น เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและทัศนคติที่ผู้เรียนจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการดำเนินชีวิต เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการศึกษานอกระบบโรงเรียน

กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนจะมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายเพื่อบริการโอกาสทางการศึกษาให้บุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ ทุกฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะผู้ที่ไม่มีโอกาสหรือพลาดโอกาสที่จะได้รับการศึกษาในระบบโรงเรียน รวมทั้งผู้ที่ต้องการจะเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพและให้มีความรู้ทั่วไปที่จำเป็นตลอดจนข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตพัฒนาคุณภาพชีวิต สามารถเผชิญกับสถานการณ์ปัญหาต่างๆ ได้รู้จักคิดวิเคราะห์ แสวงหาความรู้ และข้อมูลมาแก้ปัญหา ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพสังคม สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างเหมาะสม ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการจัดการศึกษานอกระบบไว้หลากหลาย เพื่อมุ่งให้บุคคลได้เกิดการเรียนรู้ ดังต่อไปนี้

โกวิท วรพิพัฒน์ (2516) ได้ให้วัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่มีแก่ผู้เรียน ไว้ดังนี้

1. ให้ประชาชนมีปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ฯลฯ
2. ให้ประชาชนมีความมั่นคงในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะในงานและผลลัพธ์ที่จะเกิดจากงาน

3. ให้ประชาชนมีความมั่นใจว่าตนมีความรู้ และทันต่อเหตุการณ์

อุดม เขยกิจวงศ์ (2523) ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ดังนี้

1. ฝึกอบรมให้ผู้เรียนเป็นคนคิดเป็น
2. เพื่อให้ผู้เรียนได้มีเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ต่อไป
3. เพื่อสนับสนุนให้ผู้เรียนได้นำความรู้ ทักษะและทักษะที่จำเป็นไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับสังคม

4. เพื่อส่งเสริมและรักษาวัฒนธรรมอันดีงามซึ่งเป็นมรดกของชาติ

อาชัญญา รัตนอุบล (2544) กล่าวว่า เนื่องจากการศึกษานอกระบบโรงเรียนหมายถึง การเรียนรู้จากธรรมชาติ สังคม หรือโปรแกรมการศึกษาที่จัดขึ้น เฉพาะ ด้วยเหตุนี้ การศึกษานอกระบบจึงหมายความรวมถึง วัตถุประสงค์ของการศึกษานอกระบบโรงเรียนที่จัดขึ้น ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสภาพแต่ละท้องถิ่น อายุผู้เรียน สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

ตลอดจนความต้องการ ความสนใจของผู้เรียน แต่อย่างไรก็ตาม โครงการหรือกิจกรรมการศึกษา นอกระบบโรงเรียนที่จัดขึ้นในในแต่ละโครงการย่อมตั้งอยู่บนพื้นฐานของการร่วมมืออันดีระหว่างกลุ่ม ผู้เรียน หรือกลุ่มประชาชนในสังคมกับผู้จัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน นับตั้งแต่การวางแผน การศึกษา การประเมินความต้องการของผู้เรียน การกำหนดวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ การ แสวงหาวิธีการ และทรัพยากร ตลอดจนการประเมินผลการเรียนรู้ นี้ นี้ด้วย

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการศึกษานอก ระบบโรงเรียน ได้ว่า การจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียนจัดขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้แก่บุคคล ทุกเพศ ทุกวัย และเพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคล พัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อส่งเสริมความรู้ ความสามารถ ให้รู้จักคิดเป็น แก้ปัญหาเป็น สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

ประเภทของการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียน

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้แบ่งประเภทการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียน ออกเป็นหลายด้าน แตกต่างกันไป ดังนี้

รัตนา พุ่มไพศาล (2523) แบ่งประเภทกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ 6 ประเภท ดังนี้

1. การศึกษาสามัญหรือความรู้พื้นฐาน ได้แก่ ความรู้ด้านหนังสือ การอ่านออกเขียน ได้ คิดเลขเป็น ตลอดจนสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคม
2. การศึกษาด้านอาชีพ รวมถึงเกษตรสหกรณ์ ได้แก่ การมุ่งพัฒนาความรู้ และทักษะ เกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และทักษะที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ
3. การศึกษาสำหรับการพัฒนาชุมชนและสภาพแวดล้อม ได้แก่ การให้การศึกษากลับเกี่ยวกับกิจกรรมของท้องถิ่นและสถาบันชาติ
4. การศึกษาเพื่อปรับปรุงความเป็นอยู่ในครอบครัว ได้แก่ สุขอนามัย ในด้านการโภชนาการ การตกแต่งบ้าน การเลี้ยงเด็ก การวางแผนครอบครัว เป็นต้น
5. การศึกษาที่มุ่งสร้างความสุขสมบูรณ์แก่ชีวิต เช่น ดนตรี ศิลปะ สันทนาการ การศึกษา ปรัชญา ศาสนา
6. การศึกษาเพื่อพัฒนาการจัดการและเพิ่มผลผลิต เช่น ความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพและความมั่นคงในอุตสาหกรรม

สุนทร สุนันท์ชัย(2530) ได้แบ่งประเภทของกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ 6 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. สามัญศึกษาหรือการศึกษาทั่วไป เป็นการศึกษาที่เทียบเท่าระบบโรงเรียนตั้งแต่ชั้นอ่านออกเขียนได้ จนถึงระดับอุดมศึกษา โดยผู้เรียนได้รับวุฒิหรือประกาศนียบัตร
2. การฝึกอาชีพ ได้แก่ การฝึกทักษะอาชีพของผู้เรียนตามความต้องการของผู้เรียน
3. การศึกษาด้านสุขภาพ สวัสดิภาพและชีวิตในครอบครัว ได้แก่ การป้องกันรักษาโรคภัยไข้เจ็บ โภชนาการ สวัสดิการ การจัดสิ่งแวดล้อม ฯลฯ
4. การศึกษาด้านการเมืองการปกครอง ได้แก่ การปกครองประเทศ การปกครองท้องถิ่น การออกเสียงเลือกตั้ง การเสียภาษีอากร ฯลฯ
5. การศึกษาเพื่อพัฒนาบุคคล ได้แก่ การศึกษาแบบเสรี การดนตรี ศิลปะ นันทนาการ
6. การศึกษาเพื่อพัฒนาชุมชน ได้แก่ การศึกษาเพื่อมุ่งให้เกิดความสามารถในการมีส่วนร่วมของชุมชน

อุ้นตา นพคุณ(2533) ได้แบ่งประเภทของกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนเป็น 5 ประเภท โดยค่านึงกลุ่มเป้าหมายประชากรดังนี้

1. การศึกษาแม่ และเด็ก หรือการศึกษาครอบครัว
2. กิจกรรมองค์การเยาวชน
3. การศึกษาผู้ใหญ่
4. การศึกษาชุมชนหรือพัฒนาชุมชน
5. การศึกษาพิเศษหรือการศึกษาต่อเนื่อง

Harbison (อ้างถึงใน อุดม เขยกิจวงศ์, 2541) ได้ให้คำนิยามของการศึกษานอกระบบโรงเรียนว่าประกอบด้วยกิจกรรม 3 ประเภท ได้แก่

1. กิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ ของผู้ใช้แรงงานหรือทำงานอยู่
2. กิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อเตรียมบุคคลต่างๆ โดยเฉพาะเยาวชนสำหรับการทำงาน
3. กิจกรรมที่จัดขึ้น เพื่อพัฒนาทักษะความรู้ และความเข้าใจที่อยู่นอกเหนือจากการทำงาน

Knowles (1950) ได้แบ่งประเภทของกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนโดยแบ่งตามเกณฑ์พฤติกรรมที่ประสงค์จะก่อให้เกิดแก่ผู้เรียน ไว้ 6 ประเภท ดังนี้

1. ด้านความรู้ ควรใช้กิจกรรม เช่น การอ่าน การบรรยาย การอภิปรายเนื้อหาจากตำรา การอภิปรายเป็นคณะ และการใช้อุปกรณ์โสตทัศนศึกษา

2. ด้านความเข้าใจ ควรใช้กิจกรรม เช่น การอภิปรายแก้ปัญหาระหว่างผู้เรียน การยกตัวอย่างเฉพาะกรณี และการเล่นเกมส์ต่างๆ

3. ด้านทักษะ ควรใช้กิจกรรม เช่น การสาธิตขั้น ตอนหรือวิธีการ การฝึกซ้อม การทำแบบฝึกหัด การฝึกทำงาน และการแสดงบทบาทสมมติ

4. ด้านทัศนคติ ควรใช้กิจกรรม เช่น การให้อภิปรายอย่างอิสระ การให้คำปรึกษา การยกตัวอย่างเฉพาะกรณี และการเล่นเกมส์ต่างๆ

5. ด้านค่านิยม ควรใช้กิจกรรม เช่น การสัมมนา การแสดงบทบาทสมมติ การฟังธรรม และการอภิปรายชั้น ปรัชญา

6. ด้านความสนใจ ควรใช้กิจกรรม เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ การจัดทัศนศึกษา การจัดนิทรรศการ การจัดฉายภาพยนตร์ การแสดงละคร

Coombs and Ahmed (1974) ได้แบ่งประเภทกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียน ออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การศึกษาขั้นพื้นฐาน (General Education) เพื่อให้ประชาชนในชนบทอ่านออก เขียนได้ คิดเลขได้ นอกจากนี้ ยังต้องมีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม

2. การศึกษาเพื่อปรับปรุงชีวิตครอบครัว (Family Education) เป็นการเสริมความรู้ ทักษะ และเจตคติในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตครอบครัว เช่น ด้านสุขภาพอนามัย โภชนาการ การดูแลบ้านเรือน

3. การศึกษาเพื่อการปรับปรุงชุมชน (Community Development Education) เป็นการพัฒนาศักยภาพให้ประชาชนปรับปรุงชุมชนตนเองได้ ได้เรียนรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ให้ประชาชนมีการร่วมมือช่วยแก้ปัญหาในชุมชน และการพัฒนาการประเทศชาติ

4. การศึกษาเพื่อการอาชีพ (Vocational Education) เป็นการพัฒนาความรู้ ทักษะ กิจกรรมให้ประชาชนมีอาชีพ หรือเกี่ยวกับการประกอบอาชีพทางเศรษฐกิจ เช่น ฝึกอาชีพตัดผม เลี้ยงปลาสัตว์ กรทอผ้า และแก้เครื่องยนต์ เป็นต้น

กรมการศึกษานอกโรงเรียน (2541) ได้แบ่งกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ 3 ประเภท คือ

1. กิจกรรมด้านความรู้พื้นฐาน โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอ่านออก เขียนได้ คิดเลขเป็น สามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้มีพละโอกาสในการศึกษาในระบบโรงเรียน มีโอกาสศึกษาหาความรู้ และปลูกฝังเจตคติที่จำเป็นในการดำเนิน

ชีวิต กิจกรรมประเภทนี้ ได้แก่ การศึกษาผู้ใหญ่แบบเบ็ดเสร็จ การศึกษานอกระบบโรงเรียนระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย

2. กิจกรรมด้านการฝึกทักษะ เป็นการศึกษามุ่งให้ผู้เรียนเห็นช่องทางทำมาหากิน มีความรู้ มีทักษะ และมีเจตคติที่ดีในการประกอบอาชีพอิสระ อาชีพ ในตลาดแรงงาน หรือเพื่อปรับปรุงชีวิตของตนเองและชุมชน รวมทั้งเพื่อเพิ่มวุฒิการศึกษา พัฒนาตนเองเกี่ยวกับหน้าที่ตนเองและการงาน กิจกรรมประเภทนี้ ได้แก่ กลุ่มสนใจ วิชาชีพระยะสั้น หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปอ.) และหลักสูตรการศึกษานอกระบบโรงเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.)

3. กิจกรรมด้านข่าวสารข้อมูล เป็นการเสนอโอกาสและทางเลือกในการศึกษา ทางเลือกด้วยตนเองให้ประชาชนเพื่อเพิ่มเติมความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และก่อให้เกิดโลกทัศน์ที่กว้างขวาง ใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงชีวิตให้ก้าวหน้า และดำรงตนอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข จากการทำงาน จากบุคคล จากครอบครัว จากสื่อ จากชุมชน และจากแหล่งการเรียนรู้ ซึ่งสามารถเรียนได้ตลอดเวลา และเกิดขึ้นในช่วงวัยตลอดชีวิต หรือจัดได้ว่าเป็นการศึกษาตามอัธยาศัย ได้แก่ การจัดห้องสมุดประชาชน ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน พิพิธภัณฑ์ วิทยาศาสตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา การบริการสื่อ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

สุมาลี สังข์ศรี(2551) ได้แบ่งประเภทของกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนไว้ 3 ประเภท คือ

1. กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนประเภทการศึกษาพื้นฐาน เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้พื้นฐานในการดำรงชีวิต ได้แก่ ความรู้ในการอ่านเขียน การคำนวณเบื้องต้น การติดต่อสื่อสาร ด้วยวิธีการสอนอ่านเขียน การศึกษานอกระบบโรงเรียนสามัญ ระดับประถม 3 วิธี คือ แบบชั้น เรียน แบบเรียนด้วยตนเอง และแบบทางไกล เป็นต้น

2. กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนประเภทการให้ความรู้ และทักษะอาชีพ เป็นการให้ความรู้ในสาขาวิชาต่างๆเพื่อจะนำความรู้มาปรับปรุงการประกอบอาชีพหรือสร้างอาชีพใหม่ เช่น การอุตสาหกรรม คหกรรม ศิลปกรรม ฯลฯ ด้วยวิธีการฝึกอาชีพระยะสั้น การฝึกอาชีพแบบกลุ่มสนใจ และหลักสูตรระยะสั้น ของสถาบันต่างๆ เป็นต้น

3. กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนประเภทให้ความรู้ทั่วไปและข่าวสารข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน อันเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ได้แก่ ความรู้ด้านสุขภาพ กฎหมาย ศาสนา สิ่งแวดล้อม ด้วยการอบรมโดยวิทยากร ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ในการแบ่งประเภทของการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้น แบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลักๆ คือ เป็นกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนประเภทการให้ความรู้พื้นฐาน เพื่อเป็นพื้นฐานในทศดำรงชีวิตของประชาชน กิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนด้านการฝึกทักษะ อาชีพ เพื่อให้ประชาชนได้นำไปใช้ในการประกอบอาชีพต่อไป สามารถพึ่งตนเองได้ และกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนด้านข่าวสาร ข้อมูล โดยให้ข่าวสารข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัย ทันต่อการเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

ประโยชน์ของการศึกษานอกระบบโรงเรียน

การศึกษานอกระบบโรงเรียน เป็นการศึกษาที่กว้างใหญ่ ทั้งที่จัดขึ้นในหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน ที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม จึงทำให้การศึกษานอกระบบโรงเรียนมีประโยชน์มากมายหลายด้าน พอสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยแก้ไขปัญหาความไม่รู้ และส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิต อันเนื่องมาจากการขาดแคลนหรือด้อยการศึกษา
2. เพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ศึกษาหาความรู้ เพิ่มพูนประสบการณ์
3. เกิดประโยชน์ในระยะเวลาสั้น สามารถนำไปใช้ได้ทันที ทันต่อเหตุการณ์ ตรงตามความต้องการและความสนใจ ซึ่งจะให้ผลโดยตรงต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบันของผู้เข้ารับการอบรม
4. การศึกษานอกระบบโรงเรียนช่วยขจัดความทุกข์ยากของประชาชน คือ ความไม่รู้ ความยากจน ความเจ็บป่วย
5. เพื่อให้เกิดการศึกษาตลอดชีวิตอย่างทั่วถึง ทัดเทียมกันในทุกะดับของสังคม
6. เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อันหัวใจสำคัญของการพัฒนาต่างๆ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อาชีพ วิธีการดำรงชีวิต เน้นการพึ่งตนเองได้
7. เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ที่สุด ทั้งทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรธรรมชาติ อันจะนำไปสู่ความสามัคคี

ตอนที่ 2 แนวคิดการฝึกอบรม

ความหมายของการฝึกอบรม

การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ มักใช้รูปแบบการฝึกอบรม เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนา ฝึกฝน เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถให้กับบุคลากรในหน่วยงานทั้งทางด้านทักษะ หรือทางด้านวิชาการ สำหรับความหมายของการฝึกอบรมนี้ มีผู้ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมหลายหลายอย่าง แตกต่างกันไป ดังนี้

อุทุมพร จามรมาน (2533) กล่าวว่า การฝึกอบรม คือ กิจกรรมหรือความพยายามที่จะจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีในเรื่อง ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ และทักษะในการทำงาน

วิจิต สุรัตน์เรืองชัย (2534) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่จัดขึ้น เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

วัฒนา ชื่นวงศา (2536) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นการเสริมสร้าง เพื่อพัฒนาความคิดเห็น ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ และทักษะของบุคคลในการทำงานให้กว้างขวางก้าวหน้า

วิน เชื้อโพธิ์หัก (2537) กล่าวว่า การฝึกอบรม เป็นกระบวนการพัฒนาความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยม คุณธรรมและทักษะความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรที่ไม่สามารถจะทำได้โดยกระบวนการเรียนการสอนปกติ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิจิตร อวระกุล (2537) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่ช่วยเพิ่มพูนความถนัด ความรู้ทางธรรมชาติ ทักษะ หรือความชำนาญ ความสามารถของบุคคลให้มีเทคนิควิชาการในการทำงาน เพื่อให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมใหม่ หรือเพื่อให้เกิดทักษะในการทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออีกนัยหนึ่ง การฝึกอบรมหมายถึง การพัฒนาหรือฝึกฝนอบรมบุคคลให้เหมาะสมหรือเข้ากับงานหรือการทำงาน

พงศ์ หรดาล (2539) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกิจกรรมการเรียนรู้เฉพาะบุคคล เพื่อที่จะปรับปรุงและเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และทัศนคติ (attitude) อันเหมาะสม จนก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและทัศนคติต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

Beach (1970) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่จัดขึ้น เพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้ และมีความชำนาญ เพื่อวัตถุประสงค์ให้บุคคลรู้ เรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะหรือเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลไปในทางที่ต้องการ

Good (1973) กล่าวว่า หมายถึง กระบวนการให้ความรู้ และฝึกทักษะแก่บุคคล ภายใต้เงื่อนไขบางประการ โดยการจัดการฝึกอบรม ไม่ได้จัดกระทำให้ใหญ่โตเหมือนกับการจัดการเรียนการสอน

Pont (1992) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นการพัฒนาบุคคลแต่ละบุคคล และการช่วยให้บุคคลมีความรู้ ความสามารถและความมั่นใจในการดำเนินชีวิตและการทำงาน

จากความหมายของการฝึกอบรมดังกล่าวมานี้ จึงพอสรุปได้ว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการจัดกิจกรรมในการพัฒนาบุคคลอย่างเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญ และมีทัศนคติที่ถูกต้องในเรื่องใดเรื่องหนึ่งถึงขั้นสามารถนำความรู้ ในเรื่องนั้น ไปปฏิบัติภาระหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่กำหนด

ความสำคัญของการฝึกอบรม

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้เน้นให้คนเป็นจุดศูนย์กลางของการพัฒนา ซึ่งก็คือการให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล อันถือว่า คนเป็นทรัพยากรที่เป็นกลไกสำคัญต่อความสำเร็จ และเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดในองค์กรหรือหน่วยงาน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพทัดเทียม มีความรู้ ความสามารถที่จะแข่งขันกับโลกภายนอกได้

อาชัญญา รัตนอุบล (2540) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรมมีความสำคัญ และจำเป็นในการพัฒนาประชากร และบุคลากร ซึ่งทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหลายประการตามได้สรุปไว้ดังนี้

1. การฝึกอบรมช่วยป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น โดยการสร้างเสริมความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง
2. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว โดยการสร้างเสริมความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาและฝึกปฏิบัติการแก้ปัญหานั้น เყ
3. การฝึกอบรมช่วยประหยัดรายจ่ายเพราะการฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่จัดขึ้น ในระยะเวลาสั้น ภายในงบประมาณจำกัดและได้ผลคุ้มค่าตามวัตถุประสงค์

4. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่จะช่วยให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้เพิ่มเติมประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งอาจจัดในเวลาเรียนตามปกติ หรือในวันหยุดสุดสัปดาห์ก็ได้

5. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ก่อให้เกิดความสามัคคี เนื่องจากผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน แก้ไขปัญหาร่วมกัน ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน

6. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความเชื่อมั่นในงาน กล้าที่จะเผชิญปัญหาและอุปสรรค

7. การฝึกอบรมเป็นวิธีการที่สนับสนุนการศึกษาตลอดชีวิต

การฝึกอบรมนอกจากจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรแล้ว ยังเป็นการช่วยป้องกันปัญหา และการแก้ปัญหาที่สามารถแก้ไขได้ด้วยการอบรม อันเกิดจากความรู้ ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสริมความรู้ให้แก่บุคลากร เป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างบุคลากร รวมทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานให้แก่บุคลากร และส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิต เพื่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ประเภทของการฝึกอบรม

การอบรมสามารถจำแนกออกโดยใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทแตกต่างกันไป ในที่นี้ จะขอแบ่งประเภทของการฝึกอบรมเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การฝึกอบรมก่อนประจำการ (Pre-entry Training) เป็นการฝึกอบรมให้กับผู้เข้างานใหม่ หรือเพิ่งจะเริ่มงานใหม่ โดยทั่วไปผู้เข้าอบรมมักจะอยู่ในระยะทดลองงาน ซึ่งเนื้อหาการอบรมจะเน้นในเรื่องของภารกิจเริ่มแรกและภารกิจทั่วไป มีทั้งการฝึกอบรมในห้องและการฝึกอบรมภาคสนาม ปกติจะใช้เวลาไม่นาน อาจแค่ 2-3 วัน หรือบางกรณีอาจใช้เวลานานเป็นเดือน

2. การฝึกอบรมระหว่างประจำการ (In-Service Training) เป็นการอบรมในช่วงที่เข้าไปทำงานแล้ว หรือผ่านระยะการทดลองงานแล้ว การฝึกอบรมจะจัดให้เป็นระยะๆ ซึ่งระยะเวลายืดหยุ่นได้ตามความต้องการ ส่วนใหญ่จะใช้เวลาไม่นานนัก ประมาณ 1-3 สัปดาห์

3. การฝึกอบรมในโครงการ (Project Related Training) เป็นการอบรมที่จัดให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในโครงการ มีระยะเวลาไม่นาน เป็นการอบรมเฉพาะเรื่อง หรือเฉพาะประเภทของบุคคล ปกติระยะสั้น คือ 1-3 เดือน หรือสั้น น้อยกว่าความจำเป็นของโครงการ

4. การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง (Self-Development Training) เป็นการอบรมให้แก่บุคลากรที่ทำงานมานานและความรู้เริ่มตื้นตัน ไม่ทันกับข้อมูลและวิทยาการสมัยใหม่ จึงต้องการอบรมเพื่อฟื้นฟูความรู้ ส่วนใหญ่เป็นการอบรมเติมเวลาหรือบางส่วนของเวลา ระยะเวลาใน

การอบรมที่ นอยู่กับคุณสมบัติที่หน่วยงานต้องการจะพัฒนา มีทั้งระยะสั้นและระยะยาว หรือบางคนอาจจะลาไปศึกษาต่อ

ขั้นตอนในการฝึกอบรม

การฝึกอบรม เป็นกระบวนการที่มีการดำเนินงานตามลำดับขั้น นตขออย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เครื่องวัลย์ ลิมอภิชาติ (2537) และอาชญญา รัตนอุบล (2540) ได้สรุปกระบวนการฝึกอบรมเป็นลำดับขั้น นตอน ดังนี้

ขั้นที่1 การวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรม ก่อนการฝึกอบรมใดๆ ผู้จัดการฝึกอบรมควรศึกษาข้อมูลของปัญหา สาเหตุของปัญหาหนทางที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหา โดยติดต่อประสานงานกับผู้รับผิดชอบและผู้ เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ตัวผู้ เข้ารับการฝึกอบรมเองเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้รับการฝึกอบรมในเรื่องของพื้นฐานทั่วไปเช่น คุณสมบัติ คุณวุฒิ เพศ วัย จำนวนการทำงาน ประสบการณ์เดิม พื้นฐานการศึกษา ความสามารถพิเศษ ความสนใจ ซึ่งผู้จัดการฝึกอบรมอาจใช้วิธีการศึกษาข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ และวิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นได้ จากการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ หรือการสัมภาษณ์ การพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ การสำรวจ หรือการทดสอบบุคลากรที่ทำงานและประสบปัญหาโดยตรง การวิเคราะห์หาความต้องการ นับว่าเป็นประโยชน์ และมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดการฝึกอบรม เนื่องจากเป็นการจัดการฝึกอบรมที่เกิดขึ้น จากความต้องการ และความสนใจที่แท้จริงของผู้รับการฝึกอบรมมากกว่าจะจัดขึ้นตามความพึงพอใจของผู้จัดการฝึกอบรม ซึ่งจะทำให้การฝึกอบรมมีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อผู้รับการฝึกอบรมอย่างแท้จริง นอกจากนี้ แล้วข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น ยังจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรมที่จัดขึ้น นำไปใช้ในการกำหนดเนื้อหาหลักสูตรของการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ออกแบบเทคนิควิธีการฝึกอบรมให้เหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ เนื้อหา และกลุ่มผู้เข้ารับการฝึกอบรม ตลอดจนสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี

ขั้นที่ 2 สร้างหลักสูตรฝึกอบรม หลักสูตรการฝึกอบรม หมายถึง ประมวลความรู้ เนื้อหาสาระและประสบการณ์ ความรู้ตามทีผู้จัด ผู้บริหาร โครงการฝึกอบรมได้จัดเสนอให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมพึงได้รับการพัฒนา โดยให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการการฝึกอบรมที่ได้กำหนดไว้ ดังเช่น อาชญญา รัตนอุบล (2540) ได้เสนอลักษณะของวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมไว้ดังนี้

1. ต้องระบุพฤติกรรมที่คาดหวังให้เกิดขึ้นในตัวผู้เข้ารับการอบรม หลังจากได้สอนวิชานี้ ๗ จบลงแล้ว
2. ต้องมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นหลักสำคัญ
3. คำที่บ่งบอกพฤติกรรมต้องชัดเจนไม่กำกวม เช่น คำว่า สามารถ จำแนก เพื่อช่วยให้วิทยากรมองเห็นวิธีการจัดประสบการณ์ในการเรียนรู้ เช่น การเตรียมการสอนการใช้เทคนิคและอุปกรณ์และระยะเวลาที่ใช้ในการสอนให้บรรลุวัตถุประสงค์
4. ต้องช่วยให้วิทยากรได้มองเห็นถึงพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม ที่จะแสดงออกซึ่งจะนำไปสู่การจัดการเรียนการสอน และการประเมินผล โดยควรระบุเกณฑ์ขั้นต่ำ ของพฤติกรรมที่คาดหวัง เพื่อใช้ในการวัดการประเมินผลการอบรม

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้ทำจัดการฝึกอบรม จึงจำเป็นต้องเขียนวัตถุประสงค์การฝึกอบรมในลักษณะของวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะทัศนคติของบุคลากรในเรื่องที่ยังขาดหายไปให้พัฒนาขึ้นมา ซึ่งส่วนใหญ่จะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วน คือ

1. ตัวผู้เข้ารับการฝึกอบรมหรือบุคคลเป้าหมาย บุคคลที่ผู้จัดการฝึกอบรมต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
2. พฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากผู้ที่ไม่มีความรู้ เป็นผู้ที่มีความรู้ จากผู้ที่ขาดทักษะ เป็นผู้ที่มีความรู้ มีทักษะ
3. เงื่อนไขของพฤติกรรมที่แสดงออกภายใต้สถานการณ์ที่กำหนดให้
4. เกณฑ์ หรือระดับความสำเร็จของงานที่ได้รับมอบหมาย

การสร้างหลักสูตรและเนื้อหาในการฝึกอบรมจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมที่กำหนดไว้ ซึ่งควรนำข้อมูลมาจากแนวคิด หลักการ ทฤษฎี ความต้องการ โดยควรกำหนดในลักษณะของโครงสร้างของหลักสูตรก่อน แล้วจัดแบ่งโครงสร้างของหลักสูตรออกเป็นหมวดวิชาต่างๆ กำหนดเนื้อหาสาระที่เหมาะสมภายใต้หมวดหมู่วิชาในแต่ละหมวดหมู่เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อไป

หลักสูตรและเนื้อหาการฝึกอบรมที่ดี จะช่วยให้ผู้จัดการฝึกอบรมหรือผู้บริหารโครงการฝึกอบรมสามารถปฏิบัติ และดำเนินการได้อย่างถูกต้อง ได้ทราบถึงแนวทางที่จะจัดวิธีการเทคนิค รวมทั้ง กิจกรรมการฝึกอบรม ที่จะทำให้ผู้รับกรฝึกอบรมได้พัฒนาความรู้ ทักษะทัศนคติ และความสามารถ ซึ่งจะทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น ตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม ตามที่ได้เสนอไว้โดยสรุปแล้วขั้นตอนของการสร้างหลักสูตรและเนื้อหาในการฝึกอบรม มีดังต่อไปนี้

1. ทบทวนข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี หลักการ มาตรฐานของงาน ความต้องการในการฝึกอบรม
2. กำหนดโครงสร้างหลักสูตร หรือกำหนดหัวข้อวิชาตามข้อมูลที่ได้วิเคราะห์
3. กำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตรโดยแบ่งโครงสร้างของหลักสูตรออกเป็นหมวดหมู่ของวิชา
4. กำหนดรายละเอียดของเนื้อหาสาระ ให้สอดคล้องกับหัวข้อวิชาในแต่ละหมวดหมู่
5. กำหนดขอบเขตของเนื้อหาวิชาตลอดจนประเด็นสำคัญในแต่ละหัวข้อวิชา
6. กำหนดวัตถุประสงค์ของแต่ละหัวข้อวิชา
7. กำหนดเทคนิค วิธีการ ฝึกอบรม กิจกรรม อุปกรณ์ สื่อการฝึกอบรม ที่เหมาะสมกับเนื้อหาของแต่ละหัวข้ออบรม

ขั้นที่3 ดำเนินการฝึกอบรม เมื่อพร้อมที่จะดำเนินการแล้ว ผู้จัดการฝึกอบรมก็จะสามารถเริ่มดำเนินการฝึกอบรมได้ โดยเริ่มจาก การสรรหาผู้เข้ารับการฝึกอบรมเตรียมการต่างๆ ให้มีความพร้อม เช่น การเชิญวิทยากร พิธีการ เตรียมกิจการ เตรียมสถานที่ อุปกรณ์ สื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ เอกสารประกอบการฝึกอบรม ตลอดจนการประเมินผล

ขณะที่ดำเนินการฝึกอบรม บทบาทหน้าที่ของวิทยากรผู้ให้การฝึกอบรม จะมีความสำคัญทำให้การฝึกอบรมประสบความสำเร็จ กล่าวคือ วิทยากรควรจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์การจัดกิจกรรมอย่างแท้จริง มีการเตรียมการในการฝึกอบรมเป็นอย่างดี ตลอดจนมีความตั้งใจจริงรับผิดชอบ ตรงต่อเวลา มีความเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ มีปฏิภาณไหวพริบ คอยช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เชื่อมมั่นในตัวเอง ตลอดจนเป็นผู้มีความอดทนยืดหยุ่นปรับตัวเข้ากับสถานการณ์การฝึกอบรมได้ และมีความคิดสร้างสรรค์ เคารพต่อคุณค่าความเป็นมนุษย์ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นต้น

ขั้นที่4 การประเมินผลและติดตามผล เป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้จัดการฝึกอบรม วิทยากร ผู้บริหารโครงการตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้ทราบว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดการเรียนรู้หรือพัฒนาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความรู้ทักษะ ทักษะคิดอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ ผลของการฝึกอบรมที่ได้ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมที่กำหนดจะทำให้ทราบว่า เป็นไปตามระดับหรือเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นการประเมินก่อนการฝึกอบรม ระหว่างการฝึกอบรม และภายหลังการฝึกอบรม

การประเมินผลจะให้ผลย้อนกลับต่อโครงการฝึกอบรมว่า มีความสำเร็จตามที่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรมที่ได้เสนอไว้หรือไม่ ผลที่ได้ตรงกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายมากน้อยเพียงใด การประเมินคุณภาพของผลที่ได้จากโครงการฝึกอบรมนั้น ควรทำการประเมินถึงคุณภาพการดำเนินงาน การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ วิทยากรและผู้จัดการฝึกอบรมด้วย

จากหลักการ แนวคิดของนักวิชาการเกี่ยวกับกระบวนการในการฝึกอบรม สรุปได้ว่า กระบวนการในการจัดการฝึกอบรม มี ๕ ขั้นตอนหลักและสำคัญ ๕ ขั้นตอนได้แก่ การสำรวจหาความต้องการในการฝึกอบรม การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม การดำเนินการฝึกอบรม และการประเมินผล และติดตามผล

กระบวนการฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการหรือขั้นตอนการปฏิบัติในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะหรือความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (สำนักงาน ก.พ., 2532)

กระบวนการฝึกอบรมเป็นการดำเนินการที่เป็นระบบและมีแบบแผน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (RCMP, 1990) เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องสัมพันธ์กันเป็นวงจร ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ เรียกได้ว่าเป็น วงจรการฝึกอบรม (Training Circle) ได้แก่

1. การวิเคราะห์ปัญหา (Research) เป็นการดำเนินการเพื่อวิเคราะห์การทำงาน เพื่อหาทางแก้ไข กระบวนการต้องเป็นกระบวนการที่เชื่อถือได้ มีการออกแบบอย่างรอบคอบ เป็นระบบเพื่อค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหา ทำการพิจารณาว่าควรแก้ปัญหาใดก่อนหรือหลัง และเรื่องใดเหมาะที่จะนำการฝึกอบรมมาใช้แก้ปัญหา กระบวนการในการวิเคราะห์ปัญหานี้สามารถใช้ระเบียบวิธีวิจัยมาดำเนินการศึกษาหาข้อเท็จจริงได้เช่นกัน

2. การออกแบบหลักสูตร (Design) เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ของหลักสูตร การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ กำหนดวัสดุ อุปกรณ์ และทรัพยากรต่างๆที่ต้องใช้ ซึ่งต้องมีการใช้หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการเรียนรู้ต่างๆมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

3. การจัดดำเนินการ (Delivery) การจัดการดำเนินการเป็นการบริหารจัดการฝึกอบรมให้เกิดผลบรรลุสู่เป้าหมายประสงค์ในการดำเนินงาน

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการประเมินผลการทำงาน ทั้งระหว่างดำเนินการ สิ้นสุดการดำเนินการ และหลังการดำเนินการ

ในขั้นตอนของกระบวนการฝึกอบรม สามารถพอสรุปได้ว่ามี 4 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ปัญหา การออกแบบและสร้างหลักสูตรกาฝึกอบรม การดำเนินการ และการประเมินผล การฝึกอบรม เพื่อช่วยให้การฝึกอบรมสามารถดำเนินไปได้อย่างมีระบบ แบบแผน บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้

ประโยชน์ของการฝึกอบรม

การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือของการบริหารชนิดหนึ่ง เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานของบุคลากร ซึ่งการฝึกอบรมมีบทบาทในการช่วยในการพัฒนาบุคลากรได้ในหลายๆ ทางด้วยกัน ดังต่อไปนี้ (Johnson, 1976; McGehee & Thayer, 1961)

1. ช่วยพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถ และเจตคติของบุคลากร ช่วยปรับปรุงให้มีคุณสมบัติที่จำเป็นต่อการทำงาน อันจะส่งผลให้ผลผลิตเพิ่มสูงขึ้นทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ
2. ช่วยลดปริมาณเวลาที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ แต่ยังคงได้สินค้าที่มีปริมาณและคุณภาพคงเดิม
3. ช่วยลดต้นทุนการผลิต โดยการลดปริมาณสินค้าที่ผลิตอย่างไม่ได้มาตรฐาน
4. ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านการบริหารบุคคล
5. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยการช่วยปรับปรุงระบบการให้บริการหรือส่งสินค้าแก่ลูกค้า
6. ช่วยพัฒนาบุคลากรเพื่อเป็นกำลังสำคัญในอนาคต สามารถทำงานทดแทนได้ทันที
7. ช่วยลดความล้าหลังด้านทักษะ เทคโนโลยี วิธีการทำงานและการผลิต การฝึกอบรมจะช่วยให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้

ตอนที่ 3 แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ความหมายของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

สำหรับความหมายของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมนี้ได้มีผู้เชี่ยวชาญและนักการศึกษาหลายท่านให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

กรมสุขภาพจิต (2543) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เป็นกระบวนการสร้างความรู้ด้วยตัวของผู้เรียนเองโดยมีผู้สอนจัดกระบวนการเรียนการสอนที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสร้างความรู้มากกว่าการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอน ผู้เรียนแต่เพียงอย่างเดียว ดังนี้ กระบวนการสร้างความรู้จึงต้องอ้างอิงจากประสบการณ์ของผู้เรียนเป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นฝ่ายกระทำอันจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นสังคมของการเรียนรู้ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเอง และระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน ทำให้เกิดการขยายตัวของเครือข่ายความรู้ที่ทุกคนมีอยู่ออกไปอย่างกว้างขวาง โดยอาศัยการแสดงออก ได้แก่ การพูดและการเขียนเป็นเครื่องมือใน การแลกเปลี่ยน การวิเคราะห์ และสังเคราะห์ความรู้

อลิศรา ชูชาติ (2544) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนได้ตระหนักถึงบทบาทของตนเอง ในการควบคุมการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อม และความเป็นอยู่ของตนเองมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาทั้งของบุคคลและชุมชน ทักษะในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่

สมใจ ปรายพล (2544) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ผู้เรียนแต่ละคนมีส่วนร่วมโดยการเอาใจใส่เข้าร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาศัยหลักการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ และการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ได้รับประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับชีวิตจริงได้รับการฝึกฝนทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการบันทึกความรู้ ทักษะการคิด ทักษะการจัดการความรู้ ทักษะการแสดงออก ทักษะการสร้างความรู้ใหม่ และทักษะการทำงานกลุ่ม

อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง (2545) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกาแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจเลือกบทเรียนที่ต้องการเรียนรู้ในลักษณะกลุ่มหรือศึกษาด้วยตนเอง ผู้เรียนจะร่วมกันจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทุกชั้น ตอนฝึกปฏิบัติการวางแผนการทำกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันและทำรายงานผลการเรียนรู้

อุดม เขยกีวงศ์ (2545) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนต้องมีส่วนร่วมเพื่อเกิดการเรียนรู้ในสิ่งที่อยากเรียนรู้ เกิดกระบวนการกลุ่มเกิดการเรียนรู้แบบแก้ปัญหา โดยใช้การระดมพลังสมอง และใช้เทคนิคต่างๆ เช่น Mind Mapping

Metaplan การทำเวทีประชาคม การอภิปราย การแสดงบทบาทสมมติ ฯลฯ เป็นการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีความสำคัญ เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้กับผู้สอนทุกชั้น ตอน

สุมณฑา พรหมบุญ และ อรพรรณ พรสีมา (2549) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ช่วยเตรียมผู้เรียนให้พร้อมที่จะเผชิญกับชีวิตจริงเพราะลักษณะการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้รับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง ได้ลงมือปฏิบัติ ทำกิจกรรมกลุ่ม ฝึกฝนทักษะการเรียนรู้ ทักษะการบริหาร การจัดการ การเป็นผู้นำผู้ตามและที่สำคัญเป็นการเรียนรู้ที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับชีวิตจริงของผู้เรียนมากที่สุดวิธีหนึ่ง อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่ดี ช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนความเป็นประชาธิปไตย ฝึกการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ช่วยให้ผู้เรียนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียน ต่อผู้สอน ต่อสถานศึกษา และต่อสังคม

วรรัตน์ อภินันทกุล (2551) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม คือ กิจกรรมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่ท้าทายอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงของผู้เรียน กิจกรรมการเรียนเป็นการเรียนรู้ที่อาศัยประสบการณ์เดิมของผู้เรียนมีการสื่อสารหลายทาง เช่น การพูด การเขียน เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน และปฏิสัมพันธ์ที่มีทำให้เกิดการขยายผลของเครือข่ายความรู้ที่ทุกคนมีอยู่ออกไปอย่างกว้างขวาง

Kolb (1994) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ ในการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ผู้เรียนควรมีทักษะในการเรียนรู้ที่ 4 องค์ประกอบ แม้บางคนจะชอบ/ถนัด หรือมีบางองค์ประกอบมากกว่า เช่น เคยมีประสบการณ์จริงแต่ถ้าไม่ชอบแสดงความคิดเห็นหรือไม่นำประสบการณ์มาร่วมอภิปราย นักเรียนนั้นก็ขาดการมีทักษะในองค์ประกอบอื่น ฉะนั้น ผู้เรียนจึงควรมีทิศทางการเรียนรู้ทุกด้าน และควรมีพัฒนาการเรียนรู้ให้ครบทั้งวงจร หรือที่ 4 องค์ประกอบ

Pretty และ Labs (1998) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นการเรียนรู้ที่อาศัยกระบวนการกลุ่มเข้ามาช่วย ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ โดยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านประสบการณ์ และใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน เน้นการทำงานเป็นกลุ่ม ซึ่งการทำงานในแต่ละกิจกรรมสมาชิกทุกคนจะมีส่วนร่วมในการทำงาน ดังนั้น ผลงานที่ได้จึงเป็นผลงานของกลุ่มมิใช่ของสมาชิกคนใดคนหนึ่งเท่านั้น

Jacqueline (2002) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมความมีอิสระในการแลกเปลี่ยนทางความคิดแก่ผู้เรียน ภายใต้ข้อมูลและความรู้ที่แต่ละคนมีหรือ

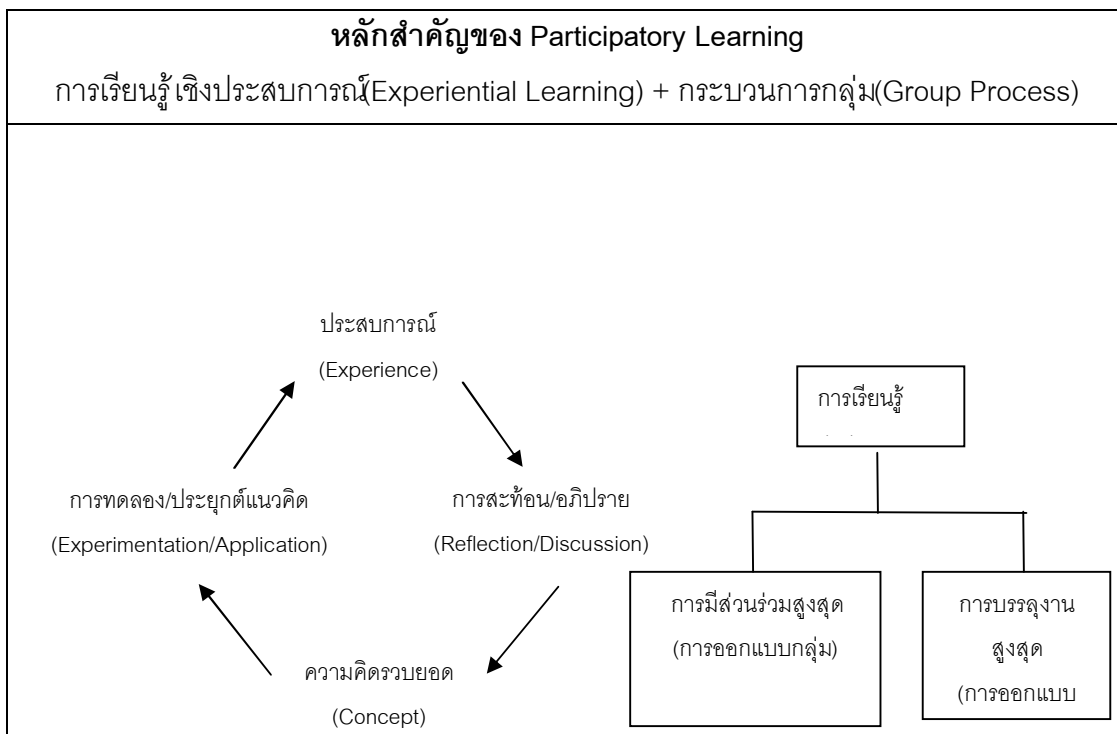
หามา นอกจากนี้ ผู้เรียนทุกคนยังมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน และมีส่วนร่วมในการทำงานโดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบงานตามความสามารถของแต่ละบุคคล

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปความหมายของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมได้ว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ได้รับการฝึกฝนทักษะ ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในรูปแบบต่างๆที่สัมพันธ์และสอดคล้องกับชีวิตจริง อันจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง

หลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

Juies N Pretty, Irene Guijt, Ian Scoones, John Thompson ในปี ค.ศ. 1995 ได้กล่าวถึงหลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมไว้ว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมาจากความเชื่อที่ว่า การเรียนรู้ของคนเราเป็นกระบวนการสร้างความรู้ขึ้น ด้วยตัวของผู้เรียนเองโดยผู้สอนเป็นผู้ช่วยจัดกระบวนการเรียนการสอนที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสร้างความรู้มากกว่าการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอน ดังนั้น กระบวนการสร้างความรู้จึงต้องอ้างอิงจากประสบการณ์ของผู้เรียน เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นฝ่ายกระทำ ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่พลวัตของการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องต่อไปอย่างไม่มีสิ้นสุด

Nicole (อ้างใน กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, 2543) กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนานักเรียนทั้งด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะได้ดีที่สุด ซึ่งประกอบด้วยหลักการเรียนรู้พื้นฐาน 2 อย่างคือ 1) การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) และ 2) กระบวนการกลุ่ม (Group Process) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 หลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม(กรมสุขภาพจิต, 2543)

การเรียนรู้เชิงประสบการณ์

1. ความหมายของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

Johnson and Johnson (1997) ได้ให้ความหมายไว้ว่า มาจากแนวคิดการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ อาศัยประสบการณ์เดิมของผู้เรียน และปรับเปลี่ยนให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ที่มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายการเรียนรู้ 3 ประการ คือ 1) ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของความรู้ (The learner's cognitive are structures are altered) 2) ผู้เรียนมีการเปลี่ยนแปลงเจตคติ (The learner's attitudes are modified) และ 3) ประสบการณ์เดิมของผู้เรียนเกิดการขยายตัวในด้านทักษะอย่างกว้างขวาง(The learner's repertoire of behavioral skills is expanded)

Dick (2002) ให้ความหมายการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ไว้ว่า เป็นการดำเนินการให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ถูกจัดขึ้น โดยผู้จัดการอบรมหรือผู้สนับสนุนให้แก่บุคคล กลุ่ม หรือทีม เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย การกระทำ (Action) และการสะท้อน (Reflection) เป็น

การเรียนรู้ที่ผู้สอนมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสร้างความรู้จากประสบการณ์เดิม และอาศัยประสบการณ์ของผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ที่ท้าทายอย่างต่อเนื่อง และเป็นการเรียนรู้อย่างกระตือรือร้น ใฝ่ใจ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้สอน โดยปฏิสัมพันธ์นี้ให้เกิดการขยายตัวของเครือข่ายความรู้ที่ทุกคนมีอยู่ออกไปอย่างกว้างขวาง

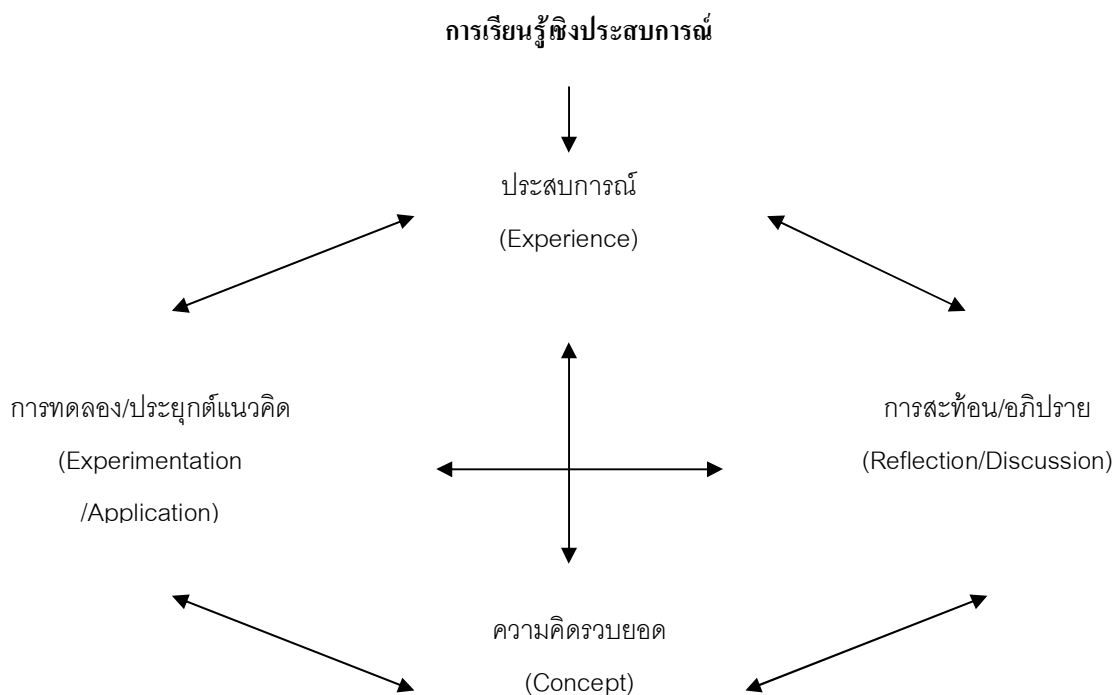
2. หลักการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

การเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นการเรียนรู้ที่ผู้สอนมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสร้างความรู้จากประสบการณ์เดิม มีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (กรมสุขภาพจิต, 2543)

1. เป็นการเรียนรู้ที่อาศัยประสบการณ์ของผู้เรียน
2. ทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆที่ท้าทายอย่างต่อเนื่องและเป็นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) คือ ผู้เรียนต้องทำกิจกรรมตลอดเวลาไม่ได้นั่งฟังการบรรยายอย่างเดียว
3. มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน
4. ปฏิสัมพันธ์ที่มีทำให้เกิดการขยายตัวของเครือข่ายความรู้ที่ทุกคนมีอยู่ออกไปอย่างกว้างขวาง
5. อาศัยการสื่อสารทุกรูปแบบ เช่น การพูด การเขียน การวาดรูป การแสดงบทบาทสมมติ เป็นต้น ซึ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ยน การวิเคราะห์และสังเคราะห์การเรียนรู้

3. องค์ประกอบของการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

Kolb (1991) ได้กล่าวถึงวงจรการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ ประสบการณ์ การสะท้อนและอภิปราย ความคิดรวบยอด และการทดลองหรือประยุกต์แนวคิด ซึ่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ผู้เรียนควรมีทักษะในการเรียนรู้ที่ 4 องค์ประกอบ มีทิศทางในการเรียนรู้ทุกด้าน และควรมีพัฒนาการเรียนรู้ให้ครบทั้งวงจร ดังภาพที่



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ตามรูปแบบของ Kolb (กรมสุขภาพจิต, 2545)

จากภาพที่ 2.2 องค์ประกอบในการเรียนรู้เชิงประสบการณ์นี้มีด้วยกัน 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ประสบการณ์ (Experience) ผู้สอนช่วยให้ผู้เรียนนำประสบการณ์เดิมของตนมาพัฒนาเป็นองค์ความรู้
2. การสะท้อนความคิดและอภิปราย (Reflect and Discussion) ผู้สอนช่วยให้ผู้เรียนมีโอกาสแสดงออกเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง
3. เข้าใจและเกิดความคิดรวบยอด (Understanding and Conceptualization) ผู้เรียนเกิดความเข้าใจ และนำไปสู่การเกิดความคิดรวบยอด อาจเกิดขึ้นโดยผู้เรียนเป็นฝ่ายริเริ่มแล้วผู้สอนช่วยเติมแต่งให้สมบูรณ์ หรือในทางกลับกันผู้สอนนำทาง และผู้เรียนเป็นผู้สานต่อจนความคิดนั้นสมบูรณ์เป็นความคิดรวบยอด
4. การทดลองหรือประยุกต์แนวคิด (Experiment) ผู้เรียนนำเอาการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ไปประยุกต์ใช้ในลักษณะ หรือสถานการณ์ต่างๆ จนเกิดเป็นแนวปฏิบัติของผู้เรียนเอง

กระบวนการกลุ่ม (Group Process)

กระบวนการกลุ่ม (Group Process) เป็นการจัดสถานการณ์การเรียนรู้การสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปได้มีปฏิสัมพันธ์กันโดยมีแนวคิด การกระทำ และแรงจูงใจร่วมกัน แบ่งหน้าที่ช่วยเหลือกันและกันในเรื่องใดสิ่งหนึ่ง การทำงานเป็นกลุ่มที่ดีจะก่อให้เกิดผลรวมของประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงกว่า

อาชัญญา รัตนอุบล (2544) ได้กล่าวถึงลักษณะพื้นฐานของกลุ่มไว้ว่า

1. มีคนรวมตัวกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป
2. มีการติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม
3. มีแรงจูงใจให้เกิดการรวมกลุ่ม (Share Goals)
4. มีระบบพฤติกรรมที่เป็นแบบแผนเฉพาะกลุ่มที่สมาชิกกลุ่มต้องปฏิบัติ
5. มีบรรทัดฐานของกลุ่ม (Group Norm) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ควบคุมพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่ม

สังคมของกลุ่ม

6. สมาชิกมีบทบาทในความสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ
7. กลุ่มแต่ละกลุ่มมักมีกลุ่มย่อยไว้เป็นช่วยในการผูกพันต่อกัน

การใช้กลุ่มในการเรียนรู้ ทำงาน หรือตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของกลุ่ม ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้ (อาชัญญา รัตนอุบล, 2544)

1. ขนาดของกลุ่ม
2. การแข่งขันภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม
3. สถานภาพของกลุ่มและบุคคลในกลุ่ม
4. เป้าหมายของกลุ่ม
5. สภาพแวดล้อม
6. ความใกล้ชิด
7. ความสม่ำเสมอของการติดต่อสัมพันธ์กัน
8. โครงสร้างของกลุ่ม
9. ภาวะผู้นำของผู้ในกลุ่ม
10. แรงกดดันจากภายนอก

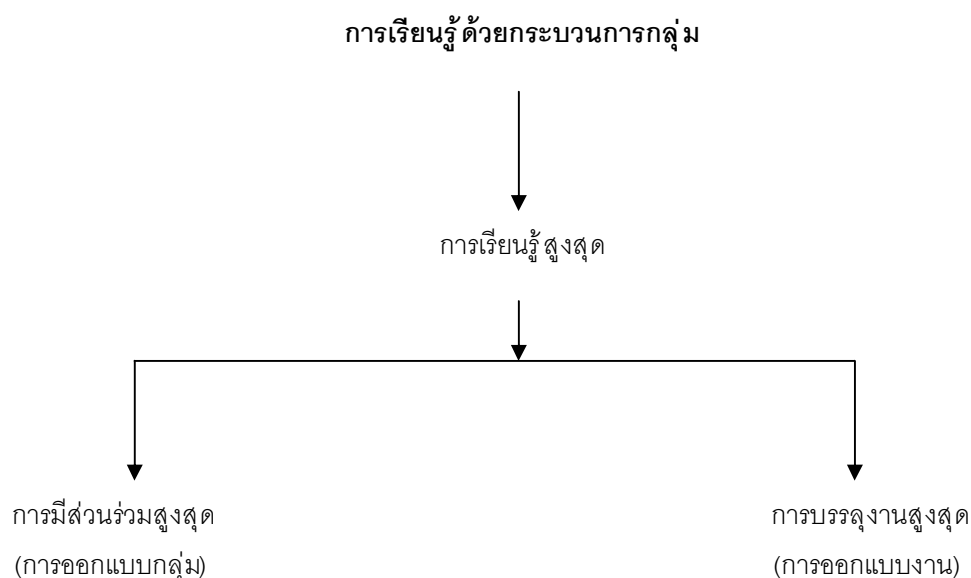
หลักการเรียนรู้ของกระบวนการกลุ่ม

หลักการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการกลุ่ม ต้องทำให้ผู้เรียนทุกคนมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมให้มากที่สุด และให้ผู้เรียนเรียนรู้จากกลุ่มให้มากที่สุด ฝึกให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถปรับตัว และทำงานร่วมกับคนอื่น ๆ ได้ กระบวนการกลุ่มเป็นการเรียนรู้ที่ยึดหลักการค้นพบ และสร้างสรรค์ความรู้ ด้วยตัวของผู้เรียนเอง โดยผู้สอนเป็นเพียงผู้ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ค้นพบ และพบคำตอบด้วยตนเอง โดยการดำเนินการอาจประกอบด้วย การกำหนดผู้นำ และผู้ตาม (โดยผลัดเปลี่ยนกัน) การวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และวิธีการ ต้องมีการรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิกทุกคนบนพื้นฐานของเหตุผล แบ่งหน้าที่รับผิดชอบให้สมาชิกในกลุ่มดำเนินการ มีการติดตามผล และปรับปรุงการดำเนินการ การประเมินผลรวม พร้อมทั้งชื่นชมผลงานของคณะ

การเรียนรู้โดยใช้กระบวนการกลุ่มมีขั้นตอนและองค์ประกอบ (นคร พันธุ์ณรงค์, 2549) ดังนี้

1. ขั้นนำ เป็นการสร้างบรรยากาศและสมาธิของผู้เรียนให้มีความพร้อมในการเรียนการสอน โดยการจัดสถานที่ การแบ่งผู้เรียนออกเป็นกลุ่มย่อย แนะนำวิธีดำเนินการสอน กติกา กฎเกณฑ์การทำงาน และระยะเวลาในการทำงาน
2. ขั้นสอน เป็นการให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติกิจกรรมเป็นกลุ่มๆ เพื่อให้เกิดประสบการณ์ตรง โดยที่กิจกรรมต่างๆ จะต้องคัดเลือกให้เหมาะสมกับเนื้อหาเรื่องในบทเรียน เช่น กิจกรรมเกมและเพลง บทบาทสมมติ สถานการณ์จำลอง การอภิปรายกลุ่ม เป็นต้น
3. ขั้นวิเคราะห์ดำเนินการให้ผู้เรียนวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆ รวมทั้งความสัมพันธ์ในกลุ่ม ตลอดจนความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน โดยวิเคราะห์ประสบการณ์ที่ได้รับจากความรู้สึกรับรู้ และการรับรู้ของผู้เรียน แสดงข้อคิดที่ได้จากการทำงานกลุ่มให้คนอื่นได้รับรู้ เป็นการถ่ายทอดประสบการณ์การเรียนรู้ของกันและกัน
4. ขั้นสรุปและนำหลักการไปประยุกต์ใช้ เป็นขั้นให้ผู้เรียนสรุปรวบรวมความคิดให้เป็นหมวดหมู่ โดยผู้สอนกระตุ้นให้แนวทางและหาข้อสรุป จากนั้นให้ผู้เรียนนำข้อสรุปที่ค้นพบจากเนื้อหาวิชาที่เรียนไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับตนเองและปรับปรุงตนเอง ประยุกต์ใช้ให้เข้ากับคนอื่น ประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาคำถามชีวิตประจำวัน และสร้างสรรค์สิ่งที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และสังคม
5. ขั้นประเมินผล เป็นการประเมินผลการเรียนว่า ผู้เรียนบรรลุผลตามจุดมุ่งหมายมากน้อยเพียงใด โดยจะประเมินทั้งด้านเนื้อหาวิชาและด้านกลุ่มสัมพันธ์

การเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม เป็นการเรียนรู้ที่เน้นฐานที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งเมื่อประกอบไปกับการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ กระบวนการกลุ่มจะช่วยทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมสูงสุด ผู้สอนต้องพิจารณาออกแบบกลุ่มให้เหมาะสมกับผู้เรียนและกิจกรรม โดยคำนึงถึง ความยากง่าย ในการมีส่วนร่วม ความลึกซึ้งของการแสดงความคิดเห็นหรือผลงาน และจัดสรรบทบาทของผู้เรียน ในการเข้ากลุ่มแต่ละประเภทและทำให้บรรลุงานสูงสุดนั่นคือ ผู้สอนจะต้องออกแบบงานให้ดี โดยการกำหนดกิจกรรมที่ชัดเจนว่าจะให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มอย่างไร กำหนดบทบาทของกลุ่มหรือผู้เรียนให้ชัดเจน กำหนดโครงสร้างของงานและบอกรายละเอียดของกิจกรรมที่ชัดเจน (พินสาย จึงตระกูล , 2546) ดังแผนภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 รูปแบบของกระบวนการกลุ่ม (กรมสุขภาพจิต, 2543)

จากภาพที่ 2.3 ในรูปแบบของกระบวนการกลุ่ม ประกอบไปด้วย

1. การมีส่วนร่วมสูงสุด(Maximum Participation)

การมีส่วนร่วมสูงสุดของผู้เรียน ขึ้นอยู่กับการออกแบบกลุ่ม มีตั้งแต่กลุ่มเล็ก คนจนกระทั่งกลุ่มใหญ่ ซึ่งกลุ่มแต่ละประเภทมีข้อดีและข้อจำกัดต่างกัน ผู้เรียนทุกคนควรมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมของแต่ละองค์ประกอบ ดังนั้น ผู้สอนควรพิจารณาออกแบบกลุ่มให้เหมาะสมกับ

ผู้เรียน และกิจกรรมในแต่ละองค์ประกอบของการเรียนรู้ของกลุ่มแต่ละประเภทมีข้อบ่งชี้และข้อจำกัด ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การออกแบบกลุ่มเพื่อการมีส่วนร่วมสูงสุด(กรมสุขภาพจิต, 2543)

ประเภทกลุ่ม	ลักษณะกิจกรรมกลุ่ม	ข้อบ่งชี้	ข้อจำกัด
กลุ่ม 2 คน (Pair Group)	ผู้เรียนจับคู่กันทำกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย	ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น นำเสนอประสบการณ์หรือฝึกปฏิบัติ	ขาดความหลากหลายทางความคิด และประสบการณ์เพราะเป็นการแลกเปลี่ยนกันเพียง 2 คน
กลุ่ม 3 คน (Triad Group)	ผู้เรียนจับกลุ่ม 3 คน แต่ละคนมีบทบาทหน้าที่ชัดเจน อาจหมุนเวียนบทบาทกันได้	ทุกคนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ตามบทบาท และสามารถเรียนรู้ได้ครบทุกบทบาท	ขาดหลากหลายและความกระฉับกระเฉง ชัดไปบ้าง อาจใช้เวลามากในการสลับบทบาท
กลุ่มย่อยระดมสมอง (Buzz Group)	เป็นการรวมกลุ่ม 3-4 คน ใช้วิธีรวมกลุ่มง่ายๆ เช่น นั่งใกล้ๆกัน ก็หันหน้าเข้าหากันเพื่อแสดงความคิดเห็นร่วมกัน	ผู้เรียนในแต่ละกลุ่มกิจกรรมร่วมกันในระยะสั้นๆ โดยไม่ต้องการข้อสรุปหรือข้อสรุปไม่ลึกซึ้งมากนัก	ขาดความลึกซึ้ง เพราะไม่มีการอภิปรายกันมากหรือลึกซึ้ง
กลุ่มเล็ก (Small Group)	เป็นการจัดกลุ่ม 5-6 คน ทำกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายจนลุล่วง	ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และอภิปรายอย่างลึกซึ้งจนได้ข้อสรุป	ใช้เวลามาก ถ้ามีการกำหนดบทบาท ทุกคนจะมีส่วนร่วมตามบทบาทที่กำหนด แต่ถ้าไม่มีบางคนอาจมีส่วนร่วมน้อย

ตารางที่ 2.1 การออกแบบกลุ่มเพื่อการมีส่วนร่วมสูงสุด(กรมสุขภาพจิต, 2543) (ต่อ)

ประเภทกลุ่ม	ลักษณะกิจกรรมกลุ่ม	ข้อบ่งชี้	ข้อจำกัด
กลุ่มใหญ่ (Large Group)	เป็นการอภิปรายในกลุ่ม 15-30 คน	ต้องการให้เกิดการโต้แย้งหรือการรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มย่อยเพื่อหาข้อสรุป	บางคนอาจให้ความสนใจหรือมีส่วนร่วมน้อย ใช้เวลามาก
กลุ่มไขว้ (Cross-over Group)	เป็นการจัดกลุ่ม 2 ชั้นตอน โดยแยกให้ผู้เรียนทำกิจกรรมเฉพาะบางกลุ่มจนมีความเชี่ยวชาญ จากนั้นจึงให้ผู้เรียนจากแต่ละกลุ่มมารวมกันเป็นกลุ่มใหญ่เพื่อบูรณาการ	เพื่อให้ผู้เรียนใช้ศักยภาพของตนเองในการสร้างความรู้ ผู้เรียนจะมีส่วนร่วมและได้เนื้อหามาก	ใช้เวลามากอาจมีความรู้ที่ตกหล่น
กลุ่มแบ่งย่อย (Sub Group)	เป็นการจัดกลุ่ม 2 ชั้นตอน จากกลุ่ม 8-12 คน แบ่งเป็นกลุ่มย่อย 3-4 คน เพื่อให้การทำงานกลุ่มแต่ละอย่าง (ที่ไม่เหมือนกัน) จากนั้นจึงให้กลุ่มย่อยมารวมกันเพื่อบูรณาการ	ไม่มีวิทยากรประจำกลุ่มย่อย หลังแบ่งกันทำงานแล้วจะมาสรุปความเห็นในกลุ่มใหญ่	ในการทำงานกลุ่มใหญ่ต้องใช้วิทยากรประจำกลุ่มย่อย ดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของเรื่องที่เรียน

ตารางที่ 2.1 การออกแบบกลุ่มเพื่อการมีส่วนร่วมสูงสุด(กรมสุขภาพจิต, 2543) (ต่อ)

ประเภทกลุ่ม	ลักษณะกิจกรรมกลุ่ม	ข้อบ่งชี้	ข้อจำกัด
กลุ่มพีรามิด (Pyramid Group)	รวบรวมความคิดเห็น เริ่มจากกลุ่ม 2-4 คน เพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆขึ้นไป เป็นขั้นๆจนครบทั้งชั้น	สร้างความตระหนัก และความเข้าใจใน ความรู้สึกร่วมกันของ แต่ละกลุ่มหรือฝ่าย	ขาดข้อสรุป หรือ ความลึกซึ้ง

การที่ผู้สอนออกแบบกลุ่มที่หลากหลายทำให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมในแต่ละชั่วโมงสอน ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้เกิดการมีส่วนร่วมตามลักษณะกลุ่มแต่ละประเภท การทำกิจกรรมกลุ่มช่วยให้ผู้เรียนมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ได้มาก มีการเคลื่อนไหวในการเรียนรู้ตลอดเวลา ทำให้ผู้เรียนมีความตื่นตัวในการเรียนรู้ และสนใจอย่างต่อเนื่อง

2. การบรรลุงานสูงสุด(Maximum Performance)

จากประเภทของกลุ่มชนิดต่างๆ จะเห็นว่าแม้ผู้เรียนจะได้มีส่วนร่วมมากแต่ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง เช่น ต้องใช้เวลามาก ขาดความลึกซึ้งหรือความหลากหลายในประเด็นอภิปราย สิ่งเหล่านี้ เป็นหัวใจสำคัญของการบรรลุงานสูงสุด โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญของการกำหนดงาน ดังนี้ (กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 2543)

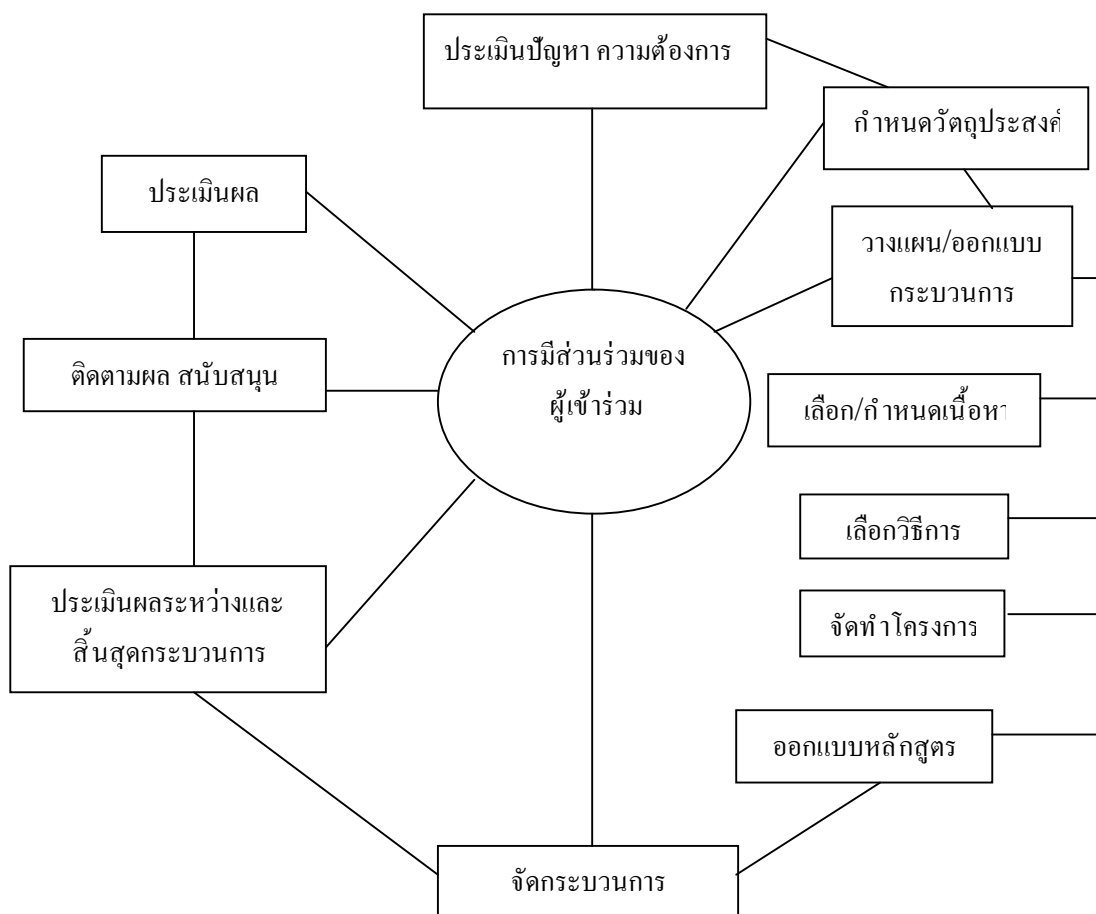
1. กำหนดกิจกรรมให้ชัดเจนว่าจะแบ่งกลุ่มอย่างไร เพื่อทำอะไร ใช้เวลามากน้อยแค่ไหน
2. กำหนดบทบาทของสมาชิกในกลุ่มให้ชัดเจน
3. กำหนดโครงสร้างของงานที่ชัดเจน บอกรายละเอียดของกิจกรรมและบทบาท เป็นกำหนดการที่ผู้สอนแจ้งแก่ผู้เรียน โดยทำเป็นใบงานหรือใบชี้แจง ดังนี้

3.1 ใบงาน เป็นข้อความกำหนดงานที่มีรายละเอียด เพื่อให้ผู้เรียนซึ่งส่วนใหญ่จะทำงานในกลุ่มเล็ก หรือกลุ่มย่อยระดมสมองทำงานกลุ่มได้สำเร็จผลงานที่ได้จากการทำงานตามที่กำหนดในใบงานจะเป็นข้อสรุปที่มีความหมายลึกซึ้ง เป็นไปตามประเด็นที่ผู้สอนต้องการ ใบงานใช้มากในกิจกรรมขององค์ประกอบสะท้อน/อภิปราย และการทดลอง/ประยุกต์แนวคิด และมีผลอย่างมากต่อการที่ผู้เรียนจะทำงานได้สำเร็จในเวลาจำกัด และตรงตามวัตถุประสงค์

3.2 ใบชี้แจง เป็นคำชี้แจงในการทำกิจกรรมกลุ่ม มีรายละเอียดไม่มากนัก จึงไม่จำเป็นต้องจัดทำเป็นใบงาน ผู้สอนอาจเขียนกระดาน หรือแผ่นใส ให้ผู้เรียนอ่านพร้อมกัน ใช้มากในกิจกรรมขององค์ประกอบประสบการณ์ หรือการประยุกต์แนวคิด ซึ่งใบชี้แจงที่ดีควรมีลักษณะเป็น ข้อความสั้น กระชับรัด ได้ใจความ และการกำหนดกิจกรรมต้องตรงกับองค์ประกอบ เช่น ให้ผู้เรียนได้นำเสนอประสบการณ์ หรือได้ประยุกต์ความคิดรวบยอด

การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

จากกระบวนการเรียนรู้แบบสรุปบทเรียนทำให้เราได้พบว่า หัวใจสำคัญของการเรียนที่ดีคือ การได้ลงมือทำเอง ได้สัมผัสในสิ่งที่เป็นความสนใจใคร่รู้สิ่งนี้เองที่จะทำให้คนเปิดหัวใจ เปิดสมองในการเรียนรู้อย่างเต็มที่ที่เราเรียกการเรียนรู้นี้ว่า "การเรียนรู้จากประสบการณ์" การวางแผนและออกแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้ จึงเน้นให้ผู้เข้าร่วมได้เปิดสมอง เปิดใจที่จะเรียนรู้ และลงมือทำ ด้วยการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ได้วิเคราะห์บททวนถึงผลที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้ผู้เข้าร่วมได้มีบทบาทในการมีส่วนร่วม ตั้งแต่ขั้นตอนวางแผน ขั้นตอนดำเนินการ ขั้นตอนติดตามและสนับสนุน และประเมินผลเช่นเดียวกับกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเราได้ถอดตัวแบบ (Model) ของกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมนี้เองมาปรับสร้างเป็นแนวทางการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม(วราลักษณ์ไชยทัฬห, 2544)



ภาพที่ 2.4 กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม(วราลักษณ์ ไชยทัพ, 2544)

ขั้นตอนการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (วรลักษณ์ ไชยทัต, 2544) มาใช้ในการดำเนินการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ประเมินปัญหา ความต้องการของผู้เข้าร่วม

ขั้นตอนนี้ เป็นขั้น ตอนแรกเริ่มที่สำคัญของการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ข้อมูลที่เรา ได้จากการประเมินปัญหา ความต้องการของผู้ เข้าร่วมจะเป็นข้อมูลสำคัญในการใช้ออกแบบ กระบวนการที่เข้าถึงความสนใจและลักษณะการเรียนรู้ ของผู้ เข้าร่วม ในขั้น นี้ เราจำเป็นต้อง ดำเนินการเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐาน(background) ของผู้ เข้าร่วม ประสบการณ์การทำงาน ความ สนใจ หรือปัญหา และควรศึกษาถึงธรรมชาติหรือลักษณะการเรียนรู้ ของผู้ เข้าร่วมเพื่อใช้ ประกอบการพิจารณาถึงแนวทางและตัวอย่างเครื่องมือวิธีการที่ใช้ในการประเมินปัญหา ความ ต้องการ

ขั้นที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์

ในการจัดการเรียนรู้ในแต่ละครั้ง ไม่สามารถแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการทุก อย่างของผู้ เข้าร่วมได้ การกำหนดความชัดเจนของสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้น ในการจัดการเรียนรู้ แต่ ละครั้ง จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยกำหนดขอบเขตของการเรียนรู้ ครั้ง นั้นๆ ให้สอดคล้องกับปัญหา ความต้องการในส่วนที่ถูกระหือรือร่วมกันว่าเป็นความจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ว่าต้องการให้ เกิดอะไรบ้างในเวลาและเงื่อนไขต่างๆ ที่มีอยู่

ขั้นที่ 3 เลือกกำหนดเนื้อหา

เนื้อหาของจัดการเรียนรู้ จะเลือกและกำหนดขึ้น จากวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ ครั้ง นั้นๆ ในแต่ละวัตถุประสงค์จะนำมาวิเคราะห์ กำหนดเนื้อหาของการเรียนรู้และมักได้ประเด็น เนื้อหาหลายประเด็น ซึ่งควรมีการเลือกกำหนดเนื้อหาที่สำคัญ และจัดเรียงลำดับ ให้สอดคล้องต่อ กลุ่มผู้ เข้าร่วม ตามเวลาและเงื่อนไขต่างๆ ที่มีอยู่

ขั้นที่ 4 เลือกวิธีการในการจัดการเรียนรู้

วิธีการจัดการเรียนรู้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ผลการเรียนรู้ที่ดี โดยเฉพาะการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ จัดกระบวนการเรียนรู้ ควรให้ความสำคัญและพิจารณาเลือกวิธีการที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมและการได้ลงมือทำเองของ ผู้ เข้าร่วมเป็นสำคัญ

ขั้นที่ 5 จัดทำโครงการจัดการเรียนรู้

หลังจากที่เราได้ข้อมูลต่างๆ ตามขั้น ตอนการวางแผนออกแบบกระบวนการทั้งหมด แล้ว ขั้น ตอนของการเตรียมการที่สำคัญคือการจัดทำเป็นโครงการจัดการเรียนรู้ โดยการนำข้อมูล

ต่างๆ มาเรียบเรียงเขียนเป็นโครงการ ซึ่งควรประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 – 4 รวมทั้งแผนงานในช่วงจัดกระบวนการ และแผนการติดตามสนับสนุนและประเมินผลหลังกระบวนการ ตลอดจนรายละเอียดงบประมาณที่ต้องใช้ในโครงการ

ขั้นที่ 6 การออกแบบจัดทำหลักสูตรกระบวนการจัดการเรียนรู้

การออกแบบและจัดทำแผนหลักสูตรกระบวนการจัดการเรียนรู้ (Session Design) เป็นขั้นตอนสำคัญที่เปรียบเสมือนเข็มทิศและแผนที่การเดินทางที่จะนำพาการเรียนรู้ครั้งนี้ให้ เป็นไปตามสิ่งที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยการออกแบบรายละเอียดของกระบวนการแต่ละเนื้อหา ให้เห็น ถึงขั้นตอน วิธีการ เวลา เครื่องมือ สื่อต่างๆ ตลอดจนการแบ่งบทบาทของทีมงาน ซึ่งจำเป็นต้องให้ ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วม

ขั้นที่ 7 จัดกระบวนการเรียนรู้

ในขั้นตอนนี้ เป็นช่วงที่ต้องดำเนินการจัดกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญของ ทีมงานผู้จัดกระบวนการเรียนรู้ที่ต้องทำงานเป็นทีมและแบ่งบทบาทต่างๆ ในการจัดการเรียนรู้

ขั้นที่ 8 – 9 ประเมินผลและติดตามสนับสนุน

ในการจัดการเรียนรู้จะมีการประเมินผลก่อน- ระหว่าง- สิ้นสุด และหลังกระบวนการ ผ่านไประยะหนึ่งที่กำหนดไว้ รวมทั้งเมื่อสิ้นสุดกระบวนการเรียนรู้แล้ว ควรมีการติดตามผลและการสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมได้นำผลจากการเรียนรู้ไปใช้อย่างต่อเนื่อง

หลักการสอนความรู้แบบมีส่วนร่วม

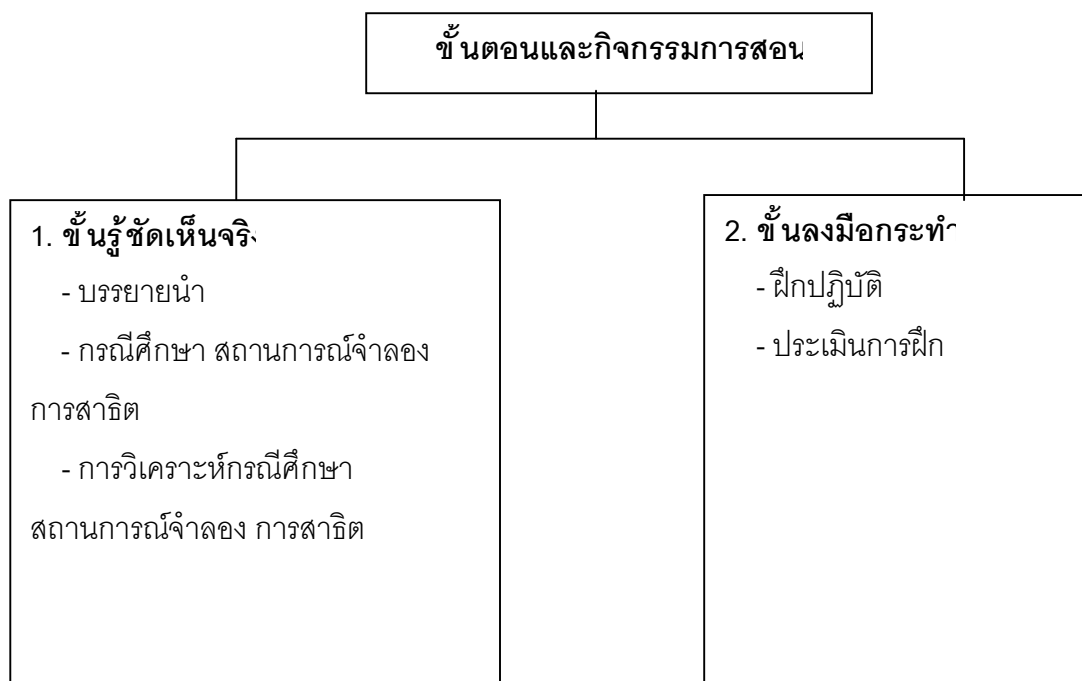
การสอนความรู้ที่ใช้หลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมช่วยสร้างพื้นฐาน และเป็นองค์ประกอบร่วมทั้งหมดนั่นก็คือ ความคิดสร้างสรรค์ และความคิดวิจารณ์ ลักษณะเฉพาะของการสอน ความรู้ที่ยึดหลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2.2 แผนการอบรมความรู้แบบมีส่วนร่วม(กรมสุขภาพจิต, 2543)

องค์ประกอบของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม	ลักษณะเฉพาะของการสอนความรู้แบบมีส่วนร่วม
ประสบการณ์	ตั้งคำถามจากประสบการณ์เดิมของผู้เรียน
การสะท้อนความคิดและอภิปราย	ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างความรู้ตามงานที่ได้รับมอบหมาย
ความคิดรวบยอด	การบรรยาย (โดยผู้สอนหรือสื่อ) การรายงานผลงานกลุ่มหรือ บูรณาการความรู้ของกลุ่มย่อย โดยการอภิปรายในกลุ่มใหญ่
ประยุกต์แนวคิด	ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมที่ประยุกต์ความรู้ที่เกิดขึ้น เช่น เขียนผัง ขั้วญ จัดบอร์ด ทำรายงาน เขียนเรียงความ หรือมีแนวทางการปฏิบัติของตนเอง

หลักการสอนทักษะแบบมีส่วนร่วม

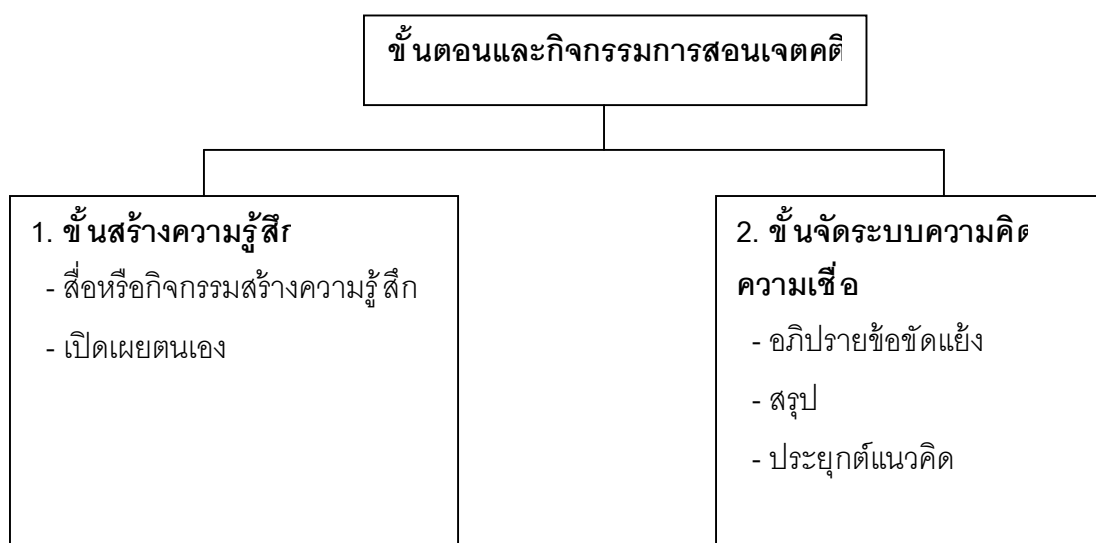
การสอนทักษะต่างๆ ต้องอาศัยการสร้างให้เกิดความชัดเจนในตัวทักษะ ให้เห็นเป็นขั้นตอนที่ปฏิบัติได้ง่าย และผู้เรียนได้มีโอกาสลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ใกล้เคียง ทักษะเป็นความสามารถที่คนเราไม่เคยมีมาก่อน แต่ได้เรียนรู้จนกระทั่งทำได้ชำนาญ ดังนั้น การสอนทักษะจึงต้องมี 2 ขั้นตอน คือ 1) ช้ นรู้ชัดเจนจริง เป็นขั้นตอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนรับรู้ทักษะเหล่านั้น มีความสำคัญ และฝึกฝนให้ทำเป็นหรือทำได้อย่างไร และ 2) ช้ นลงมือกระทำ เป็นขั้นตอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติตามที่ได้เรียนรู้จากขั้นตอน ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 หลักการสอนทักษะแบบมีส่วนร่วม(กรมสุขภาพจิต, 2543)

หลักการสอนเจตคติแบบมีส่วนร่วม

การสอนเจตคติจะมุ่งเน้นการสอนในด้านเจตพิสัย ซึ่งมีองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ การสร้างความรู้สึกลึกซึ้งที่สอดคล้องกับเจตคติดังกล่าว และการจัดระบบความคิดความเชื่อ เมื่อนำมาสัมพันธ์กับหลักการทั่วไปของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การสอนจึงต้องมีทั้ง 2 องค์ประกอบ ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 หลักการสอนเจตคติแบบมีส่วนร่วม(กรมสุขภาพจิต, 2543)

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

ความหมายวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันไปและในแต่ละหน่วยงานก็ได้ให้ความหมายแตกต่างกันตามวิสัยทัศน์นโยบาย และคุณลักษณะของหน่วยงานนั้นๆ

ในความหมายของต่างประเทศ หมายถึง การประกอบการหรือโครงการ/กิจการของคนในชุมชน โดยมุ่งประโยชน์เชิงพาณิชย์และผลทางสังคมให้กับชุมชนนั้นๆ เป็นตัวชี้วัด แสดงความยั่งยืนของชุมชน โดยมุ่งรักษาความสมดุลของสิ่งแวดล้อมและสวัสดิการภายในชุมชน

สำหรับในประเทศไทย หมายถึง การประกอบกิจการโดยชุมชน นำทุนในชุมชน ผสมผสานกับองค์ความรู้ใหม่และเทคโนโลยี ผลิตสินค้าและบริการให้ชุมชนมีอาชีพและรายได้พึ่งตนเองได้ (ศรีปริญญา ฐประจาง, 2546)

วิจิต นันทสุวรรณ (2544) ได้กล่าวว่าวิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการที่รวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกชั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการเรียนรู้ของชุมชน วิสาหกิจชุมชนมิได้มีเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียวแต่รวมถึงกำไรทางสังคม ซึ่งได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคม วิสาหกิจของชุมชนจึงมีความหมายครอบคลุมกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของชุมชน เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการผลิตทางการเกษตร เพื่อการพึ่งตนเองและเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ไวน์ผลไม้พื้นบ้าน การแปรรูปพืชผักผลไม้พื้นบ้านรูปแบบต่างๆ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน แหล่งท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เช่น น้ำปลา ปลา ไข่ เครื่องมือ เครื่องใช้ อาหารและยาสมุนไพร เป็นต้น
4. การพัฒนาระบบการตลาด การบริการ และสวัสดิการชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์สุขภาพพื้นบ้าน เป็นต้น

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ ให้เกิดดอกผลทั้งทาง

เศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคม คือ การยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล, 2545)

กรมการพัฒนาชุมชน (อ้างถึงใน ศรีปริญา ฐูประจ่าง, 2546) ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน ว่า วิสาหกิจชุมชนนั้นไม่ใช่ธุรกิจ หากแต่วิสาหกิจชุมชน ตามความหมายของกรมการพัฒนาชุมชนให้นี้ ำหนักกับหลักความสามัคคีธรรมของชุมชน ผนึกกำลังหล่อหลอมความคิดเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน สันติสรรค์การประกอบกิจการโดยชุมชนจากพื้นฐานภูมิปัญญาเดิม ผสมผสานองค์ความรู้ใหม่และเทคโนโลยีที่เหมาะสม นำมาบริหารจัดการต้นทุนในชุมชนให้เกิดผลผลิต ที่มีอรรถประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน โดยการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง

กรมส่งเสริมการเกษตร (2548) ได้ให้คำนิยามคำว่า วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro community Enterprise--SMCE) หมายถึง การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุน ในที่นี้ ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม(กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้ คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน) ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน ยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้ เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน ไว้ว่าหมายถึง “กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด

ความเป็นมาของแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

“วิสาหกิจชุมชน” อาจจะเป็นคำใหม่ที่หลายๆ คนยังไม่เข้าใจ และเข้าใจผิดไปว่าเป็นการช่วยเหลือของภาครัฐในด้านการสนับสนุนเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพเหมือนหลายๆ โครงการที่ผ่านมา ซึ่งวิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่ขนานไปกับเศรษฐกิจกระแสหลัก อันเนื่องมาจากว่าเศรษฐกิจกระแสหลักก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำ าระหว่างรายได้ของประชาชนและก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมามากมาย

วิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายของรัฐบาล โดย ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร โดยมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 เห็นชอบให้จัดโครงสร้างส่วนราชการตามที่สำนักงาน ก.พ. เสนอให้กลุ่มงานพัฒนาชุมชนอยู่ในสังกัดกระทรวงมหาดไทย มีภารกิจสำคัญคือ การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ อันเนื่องมาจากว่าชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้องจัดว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึงการแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นกลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน, 2548) โดยวิสาหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิดได้จากการเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมเดี่ยวๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ใช่กิจกรรมที่ซับซ้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อ ออกจากตลาดได้ และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาชะผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่นๆ ที่ชุมชนทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากนัก การทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อ เป็นการลดรายจ่ายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจใหญ่เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ กระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ตึกมั่นคงแข็งแรงเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจในประเทศเปรียบเหมือนการสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรง ตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

วิสาหกิจชุมชน จัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบ ไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในการดำเนินงานเพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้ถูกประกาศใช้อย่างเป็นทางการและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19

มกราคม พ.ศ. 2548 เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน, 2548)

ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

จากความหมายของวิสาหกิจชุมชนข้างต้นนี้ วิสาหกิจชุมชนจึงมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 7 อย่างด้วยกัน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน คือ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548)

1. ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง แต่อย่างไรก็ดี คนนอกอาจมีส่วนร่วมโดยอาจมีการถือหุ้นได้เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นใหญ่ทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ

2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ซึ่งอาจจะนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด

3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนซึ่งมีความรู้ภูมิปัญญา หากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมเกิดมีความเชื่อมั่นในตัวเองก็จะริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้โดยไม่เอาแต่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ

4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ใช่ทำแบบโครงการเดี่ยว คล้ายกับปลูกพืชเดี่ยว แต่เป็นการทำแบบวนเกษตร คือ มีหลายๆ กิจกรรมประสานผนึกพลัง (synergy) และเกื้อกูลกัน (cluster)

6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก การเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ ก็จะมีแต่การเลียนแบบ การหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ หากไม่มีการเรียนรู้ ก็จะไม่มีการเรียนรู้บนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้ สึก ความอยาก ความต้องการตามทีสื่อในสังคมกระตุ้นให้เกิด ทำให้ความอยากกลายเป็นความจำเป็นสำหรับชีวิตไปหมด

7. มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย การพึ่งตนเองคือเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน ถ้าหากพลาดเป้าหมายนี้คือพลาดเป้า วิสาหกิจชุมชนจะกลายเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายที่กำเริบก่อนที่คิดทำให้อุด ไม่พัฒนาเป็นขั้นเป็นตอนให้เกิดความมั่นคงก่อนที่ก้าวไปพัฒนาธุรกิจ

ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ในการแบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชน สามารถมองได้หลายมิติ กล่าวคือ แบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก และแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน

การแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้ (ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์ 2548)

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ 5 อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้องกินต้องใช้ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของ แต่ละครัวเรือน แต่ชาวบ้านทั่วไป ไม่ว่าจะอยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ อikinซื้อ อikinใช้

2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

ส่วนการแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้ (ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์ 2548)

1. ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง เป็นการประกอบกิจกรรมเพื่อกินใช้ในครอบครัว เพื่อทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไว้ใช้กินในครอบครัว

2. ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง เป็นการประกอบกิจการโดยกลุ่ม เพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชนและเครือข่าย ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าได้ เพื่อที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้

ทั้งนี้ การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

จากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดให้กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นแกนกลางในการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยกรมส่งเสริมการเกษตรมีหน้าที่เป็นผู้ให้การรับรองสถานภาพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเป็นสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีบทบาทหน้าที่ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

(1) เป็นหน่วยงานในการรับจดทะเบียน/เพิกถอนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเลิกกิจการ

(2) เป็นสำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และ

(3) ดำเนินการให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายอย่างครบวงจรและเป็นเอกภาพ โดยแนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

1. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายจะดำเนินการในลักษณะของการบูรณาการทั้งภายในหน่วยงานและร่วมกับภาคภาคีทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ โดยมีกรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นแกนกลาง เพื่อให้เกิดการรวมพลัง ในการขับเคลื่อนการทำงานร่วมกับภาคีต่างๆ

2. การยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย จะเป็นไปโดยความสมัครใจและความพร้อมของชุมชน โดยไม่ได้ตั้งเป้าหมายจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จะต้องมาขึ้นจดทะเบียนในแต่ละปี แต่สิ่งสำคัญ คือ จะต้องสร้างความเข้าใจให้ประชาชนและชุมชนได้รับทราบถึงสิทธิประโยชน์ วิธีการและขั้นตอนในการขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 อย่างทั่วถึง

3. เจ้าหน้าที่ในภาครัฐ และเอกชนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทเป็นผู้ เชื่อมประสานกับวิสาหกิจชุมชนในเรื่อง การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ (Facilitator) การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง (Catalyst) และการเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดเครือข่าย (Networker)

4. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจะมุ่งเน้นส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ และพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ทั้งที่เป็นเงิน ทรัพยากร ภูมิปัญญาและ

วัฒนธรรมเพื่อการพึ่งพาตนเอง และเกื้อหนุนกิจการของชุมชนมากกว่าสนับสนุนในรูปแบบของปัจจัย และเงินให้เปล่าแก่ชุมชน

5. พัฒนาระบบข้อมูลวิสาหกิจชุมชน และเครือข่าย เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูล ข่าวสารและความรู้ในระหว่างวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง

6. พัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบในทุกจังหวัดในปี พศ. 2548

แนวคิดวิสาหกิจชุมชน ของกรมการพัฒนาชุมชน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้ทรงพระราชทานพระราชดำริในการพัฒนาชุมชน เพื่อความยั่งยืน โดยหลักการ “ทฤษฎีใหม่” 3 ขั้น คือ(ศรีปริญญา ฐประจ่าง, 2546) ขั้นที่1 มีความพอเพียง เลี้ยงตนเองได้นั้นพื้นฐานของความประหยัด และจัดการใช้ปัจจัยขั้นที่2 รวมพลังกันในรูปกลุ่มเพื่อการผลิต การตลาด การจัดการ รวมทั้งด้านสวัสดิการการศึกษา และการพัฒนาสังคมขั้นที่3 สร้างเครือข่าย กลุ่มอาชีพและขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย โดยประสานความร่วมมือกับภาครัฐกิจ ภาคองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคราชการในด้านเงินทุน การตลาด การผลิต การจัดการและข่าวสารข้อมูล

องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

กิจการของชุมชนที่นับได้ว่าเป็นวิสาหกิจชุมชน ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้ (ศรีปริญญา ฐประจ่าง, 2546)

1. เป็นกิจการของชุมชนที่ประกอบกิจการด้านการผลิต บริการ และอื่นๆ
2. ทุนในการดำเนินงาน จะใช้ทั้งทุนภายนอกและทุนของชุมชน
3. เป็นกิจการที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน
4. เป็นกิจการที่เน้นการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้
5. เป็นกิจการที่เน้นการบริหารจัดการโดยคณะบุคคลในชุมชน
6. เป้าหมายของกิจการเพื่อการพึ่งตนเองและเป็นการสร้างรายได้
7. ผลการดำเนินกิจกรรมส่งผลประโยชน์แก่ชุมชน

รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มี 2 รูปแบบคือ

1. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดี่ยว ได้แก่ วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเพียงหนึ่งเดียว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว และไม่สร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจอื่นๆ โดยมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการได้

2. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย ได้แก่ วิสาหกิจที่มีปฏิสัมพันธ์กับกิจการอื่นๆ โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการ หากแต่มีปฏิสัมพันธ์กันแบบพึ่งพา เกื้อกูล เชื่อมโยงในรูปแบบต่างๆ เช่น) เครือข่ายกิจกรรม เกื้อกูลกันมา เป็นเครือข่ายกัน ทั้งที่เป็นกิจกรรมประเภทเดียวกัน และ/หรือหลายประเภท 2) เครือข่ายพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่ในระดับพื้นที่เดียวกัน เช่น ระดับหมู่บ้านหรือตำบลด้วยกันหรือต่างระดับพื้นที่กัน เช่น วิสาหกิจระดับหมู่บ้านกับตำบลมาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกัน

ระดับของวิสาหกิจชุมชน

มี 3 ระดับ สอดคล้องตามทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 คือ

1. วิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิต มีพอที่จะนำไปกินไปใช้อย่างพออยู่พอกิน

2. วิสาหกิจชุมชนระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบเพื่อให้ผลผลิตมีพอกินพอใช้เพื่อลดรายจ่ายและมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปัน แลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่มนำไปสู่การอยู่ดีกินดีของครัวเรือนชุมชนและระหว่างชุมชน

3. วิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการมุ่งสู่การเพิ่มรายได้ไปสู่การขยายการลงทุน งดการนำเข้าเพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ขยายกิจการ ขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชนหรือเพื่อกิจการสาธารณะประโยชน์ สร้างความ มั่งมีศรีสุข ของครัวเรือน ชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชนและนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน ได้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. 2546 (ศรียปัญญา รูปกระจำง, 2546) ดังนี้

1. การดำเนินโครงการคลินิกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้คำแนะนำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะให้บริการทางวิชาการและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้แก่ประชาชนทุกรูปแบบ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมประสานและแสวงหาทรัพยากรโครงการ

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในด้านข้อมูล ทุน การผลิต การตลาด และการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการบูรณาการและสร้างเครือข่ายแก่ประชาชน

2. โครงการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ใช้กลยุทธ์ในกระบวนการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยจังหวัดพิจารณา ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติครบองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กิจการของชุมชน ดำเนินการโดยทุนของชุมชน และมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมดำเนินการด้วยหลักสามัคคีธรรม เน้นกระบวนการ ส่งเสริมการเรียนรู้/ประชาคมตำบล และมีเป้าหมายการพึ่งพาตนเองของชุมชน จังหวัดละ 1 แห่ง เพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน และติดตามประเมินผล ศึกษากระบวนการก่อเกิดและพัฒนา เพื่อผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบที่มีศักยภาพนำไปสู่การขยายผลต่อไป

3. การจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (Outlet) เพื่อเพิ่มแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าให้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

4. ดำเนินการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ ด้านกฎหมายธุรกิจชุมชน เพื่อให้ผู้นำเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน มีความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจชุมชนและสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการด้านวิสาหกิจชุมชนต่อไป

5. จัดสัมมนาการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

6. ฝึกอบรมพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์

7. การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น บริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

8. การประชุมเชิงปฏิบัติการเพิ่มพูนทักษะด้านการบริหารจัดการ

9. ฝึกอบรมสร้างวิทยากรท้องถิ่นวิสาหกิจชุมชน ศพช.เขต 1,3,5,6,7,8,9

10. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวิสาหกิจชุมชน

11. สนับสนุนการบันทึกและเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

12. การวิจัยประเมินผลการมีส่วนร่วมด้านวิสาหกิจชุมชน

จึงเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชน เป็นงานพัฒนาชุมชน ด้วยวิสาหกิจชุมชน คือ กิจกรรมการพัฒนาชุมชน ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน

ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (สินค้าท้องถิ่น)

ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรือ สินค้าท้องถิ่น หมายถึง สินค้า บริการ ที่มีกระบวนการในการนำแนวความคิดหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้มีการสั่งสม สืบสาน มาสร้างให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นชุมชน โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต รวมทั้งเชื่อมโยงวิถีชีวิตละติละวัฒนธรรมประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลาช้านาน (กรมพัฒนาชุมชน, 2546)

การนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดเด่น จุดขาย มีรูปแบบการดำเนินงานเข้ากับยุคสมัย ด้วยการเพิ่มขบวนการบริหารจัดการ การผลิต และการตลาด จนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นการสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยมีรายได้ มีงานทำ และช่วยลดปัญหาต่างๆ เช่น ลดปัญหาความยากจน ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานของแรงงาน เป็นต้น

ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่เริ่มโดย นายเมริชิโกะ ฮิรามัทซึ ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการตามแนวความคิดเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในจังหวัดของตนเอง เนื่องจากแต่เดิมนั้นจังหวัดโออิตะเป็นจังหวัดเล็กๆ ตั้งอยู่บนเกาะคิวชู ทางตอนใต้ของประเทศญี่ปุ่น ใกล้กับประเทศไต้หวัน เป็นที่ประชาชนประสบปัญหาความยากจนอย่างมากและขาดความรู้ทางเทคโนโลยีทำให้เกิดความล่าช้ากว่าจังหวัดอื่นๆ ซึ่งอาจเป็นเพราะสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นแนวเขตภูเขาไฟKirishima และ Hakusan ติดทะเลแนวยาว 746 กิโลเมตร และเป็นแหล่งน้ำพุร้อนซึ่งมีพื้นที่ที่สามารถทำการเกษตรได้เพียง 10% ดังนั้นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมหลักต่างๆ จึงน้อยกว่า ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาตามมาคือ ประชาชนต้องอพยพดิ้นรนย้ายถิ่นไปจังหวัดอื่นๆเพื่อหางานทำ เมื่อเป็นเช่นนี้ นายเมริชิโกะ ฮิรามัทซึ จึงได้พยายามหาแนวทางแก้ไขปัญหา โดยวางแนวคิดเพื่อจัดทำโครงการ “One Village One Product”: OVOP (กรมพัฒนาชุมชน, 2546)

สำหรับการพัฒนาท้องถิ่นโดยการผสมผสานพลังสำคัญจาก 2 แหล่งเพื่อพัฒนาเมือง
ดังนี้

1. การนำพลังจากภายนอกเข้ามาพัฒนาเมืองเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการดึงดูดเงินลงทุนของบริษัทต่างชาติ ทำให้มีการจ้างงานในท้องถิ่นมากขึ้น
2. การใช้พลังงานที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยให้แต่ละหมู่บ้านสร้างผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท ซึ่งต้องใช้วัตถุดิบและทรัพยากรของท้องถิ่น

แนวคิดของโครงการ OVOP

โครงการ “One Village One Product”: OVOP ที่จัดตั้งขึ้นมานั้น มีปรัชญาและหลัก
3 ประการ คือ (กรมพัฒนาชุมชน, 2546)

1. Think Globally, Act Locally คือ การนำสิ่งดี ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้าที่สามารถขายได้ทั้งในและต่างประเทศ
2. Self – Reliance – Creativity คือ การให้ประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง
3. Human Resources Development คือ การสร้างและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในท้องถิ่นที่มีความเป็นผู้นำ และความคิดสร้างสรรค์ให้มืออยู่อย่างต่อเนื่อง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาลภายใต้การนำของ พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้นำแนวคิดจากโครงการ “One Village One Product” : OVOP ของนายโมริฮิโกะ อิรามัทซึ มาเป็นโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product : OTOP) และได้มีการแถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่าจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) มาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมทั้งเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และสร้างให้มีมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เป็นโครงการที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545–2549) ภายใต้แนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าให้มีความเข้มแข็ง ยั่งยืน มีเสถียรภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ด้วยการบริหารจัดการที่ดีในสังคมไทยทุกระดับ

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดำเนินการมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2545 โดยมีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ เป็นองค์กรหลักในการกำกับนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนแม่บท ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของ ตำบลและอื่นๆ ที่จะสนับสนุนให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ สามารถดำเนินการประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยมีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นกรรมการและเลขานุการ

ปรัชญาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่มุ่งสร้างความเจริญให้แก่คนในชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้ ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผลิต เพื่อเป็นสินค้าและบริการที่ดีและมีคุณภาพ มีจุดเด่นและเอกลักษณ์เป็นของตนเองที่สอดคล้องกับ วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งโครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ ในการพัฒนาโครงการ (กรมพัฒนาชุมชน, 2546) ดังนี้

1. การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ในการผลิตสินค้าและบริการ มีคุณภาพ สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างจุดเด่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. เน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance) สร้าง กิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่นในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ท้องถิ่นอย่างเหมาะสม มีเอกลักษณ์เฉพาะ
3. การสร้าง พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) โดยการพัฒนาความคิด ความรู้ ความสามารถ ของบุคคลกรในท้องถิ่นในการผลิตสินค้าและบริการ ให้มี คุณภาพก่อนถึงผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ถูกจัดตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐบาล ตามระเบียบ
สำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ชาติ พ.ศ. 2544
โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยให้สอดคล้องกับชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เป้าหมายหลักของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ในการดำเนินงานตามนโยบายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้มีการ
กำหนดเป้าหมายหลัก เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติไว้ 3 ประการ คือ

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก
ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้อง
วัฒนธรรม และมีจุดเด่น เป็นที่ยอมรับของตลาดในประเทศและต่างประเทศ
2. มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว
ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด
โดยคำนึงถึงวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกัน และ
เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป
3. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี
สร้างบุคคลให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการ
วางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น นั่นเอง
ประชาชนเป็นผู้นำเอาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ 1) ระบบราชการบริหารส่วนท้องถิ่น 2) บริษัท 3) ความมี
อยู่ของผู้ผู้นำ 4) การรวมกลุ่มของประชาชนเป็นกลุ่มพลังต่างๆ มาสร้างพลังร่วม โดยมีรายละเอียด
ดังนี้

1. ระบบราชการ เนื่องจากกระบวนการทัศน์เพื่อการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้น แทนที่จะเป็นการชี้ นำโดยภาครัฐ ขบวนการนี้ เป็นการคิดและทำจากล่างสู่บน โดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นเพียงผู้ คอยติดตามการขับเคลื่อนเพื่อสรุปเป็นรายงาน แต่ละจังหวัด เมือง อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป

ในแต่ละขั้น ขั้นตอนของการพัฒนา ระบบราชการ คือ ตัวจังหวัดเองเป็นฐานของระบบการปกครอง ไม่ได้มีการสร้างระบบช่วยเหลือต่างๆ ไว้รับรองโดยตรง อาจมีเพียงหน่วยงานเล็กๆ คอยรับเรื่องราวต่างๆ ตลอดจนติดตามการฟื้นฟูท้องถิ่นที่มีความก้าวหน้าไปเพียงใด สำนักงานเล็กๆ ของจังหวัดนี้ จะทำการออกสำรวจเพื่อประเมินผล รวบรวมข้อมูลข่าวสารเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในระดับตำบลและหมู่บ้าน ตลอดจนการบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ จะมีการรวมกลุ่มของประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับล่างของจังหวัดเป็นที่เลี้ยง เพื่อช่วยผลักดันและสนับสนุนการพัฒนาให้ผ่านขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการทัศน์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ภายใต้กระบวนการทัศน์การพัฒนาขั้น ต่างๆ นี้ ภาคราชการต้องคอยช่วยเหลือเพื่อสอนเทคนิคการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ นี้ จะใช้งบประมาณของหน่วยราชการซึ่งในระดับล่างหรือตำบล หมู่บ้าน จะมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านต่างๆ ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเป็นผู้ คอยให้ความช่วยเหลือ

2. บริษัท ทางจังหวัดต้องการการมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อน ถ้าบริษัทเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพราะจังหวัดเชื่อว่าบริษัทในท้องถิ่นเหล่านี้ จะรับผิดชอบ และแก้ปัญหาพร้อมกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง

3. ผู้นำ ผู้นำเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับขบวนการพัฒนาพอๆ กับการจัดตั้งองค์กรที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ผู้นำในที่นี้ ไม่ได้หมายถึง เฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นผู้นำในการปกครองเท่านั้น แต่รวมไปถึงผู้นำธรรมชาติที่มาจากภาคประชาชนอื่นๆ เช่น สหกรณ์ชาวนา ผู้บริหารโรงงาน ผู้บริหารสถานที่บริการอื่นๆ ผู้นำเหล่านี้ จะทราบถึงความต้องการ และผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำตามธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนของความต้องการเหล่านั้นได้

4. องค์กรประชาชน ได้แก่ สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรต่างๆ หอการค้า กลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้ เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ประชาชนต่างๆ วางรูปแบบและบรรทัดฐาน ที่แต่ละฝ่ายเสนอมา รวมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ใดๆ เพื่อการผลิต การวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ด้านการตลาด เป็นต้น

แนวทางการดำเนินงานตามนโยบายโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

เมื่อรัฐบาลได้นำนโยบายโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มาดำเนินการเพื่อให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยให้หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม ส่งเสริม และสนับสนุนช่วยเหลือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

ดังนั้น รัฐบาลจึงได้จัดกลไกการบริหารงานกระบวนการ และโครงการดำเนินงานให้เป็นไปตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 แต่ปัจจุบัน สังคมเศรษฐกิจ การเมือง ได้มีการพัฒนาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านนโยบายและแนวทางในการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะต้องมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เข้าสู่ระบบสากล รัฐบาลจึงเห็นสมควรปรับปรุงแก้ไขระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2544 ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 11 (8) แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นของคณะรัฐมนตรีจึงได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ประกาศ ณ วันที่ 27 ธันวาคม 2545 โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ. โดยมีนายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ในขณะนั้น เป็นประธานกรรมการ

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ได้มีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขึ้น ๒ ชุดเพื่อให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ เกิดความรวดเร็วและทำงานเชิงบูรณาการจากทุกภาคส่วน ดังนี้

1. คณะอนุกรรมการบริหาร เพื่อทำหน้าที่ประสานแผนการดำเนินงานและงบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และประสานความร่วมมือการช่วยเหลือด้านเทคนิค แหล่งเงินทุนจากต่างประเทศ
2. คณะอนุกรรมการส่งเสริมการผลิต เพื่อทำหน้าที่กำหนดแผนการส่งเสริมการผลิต และกระบวนการผลิต สนับสนุน และส่งเสริมการดำเนินการแก้ไขปัญหาอุปสรรคการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยยกระดับกระบวนการและเทคนิคในการผลิตให้ได้มาตรฐาน
3. คณะอนุกรรมการส่งเสริมการตลาด เพื่อทำหน้าที่กำหนดแผนประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์และกระจายสินค้าดีเด่นสู่ตลาดทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4. คณะอนุกรรมการมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่เสนอหลักเกณฑ์และมาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นระดับตำบล วางแผนการพัฒนาคุณภาพการแปรรูป การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการวิจัยผลิตภัณฑ์ต่างๆ

5. คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาคจังหวัดอำเภอ/กิ่งอำเภอ เพื่อทำหน้าที่ชี้แจงเผยแพร่ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิดปรัชญา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” แก่ผู้เกี่ยวข้อง การส่งเสริมการผลิต การตลาด การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และจัดทำระบบฐานข้อมูลเครือข่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ

คณะอนุกรรมการทั้ง 5 ชุด จะมีหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เช่น กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

เพื่อให้การดำเนินงานตามนโยบายโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างรวดเร็ว มีเอกภาพ และประสิทธิภาพ กอ.นตผ. มีมติเห็นชอบให้จัดตั้งสำนักงานประสานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขึ้นที่สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีผู้อำนวยการสำนักงานและรองผู้อำนวยการสำนักงานที่ประธานกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติมอบหมายให้เป็นผู้บริหารสำนักงาน

ตอนที่ 6 แนวคิดการเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าจะทำให้สินค้าเกิดความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น ในการดำเนินการในการสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถทำได้หลากหลายวิธี และในการขายให้กับกลุ่มเป้าหมาย แต่ละกลุ่มก็ต้องมีการดำเนินการที่แตกต่างกันไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นการตั้งราคาขาย การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายต่างๆ ฯลฯ ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านี้ จะเป็นตัวช่วยให้สินค้านี้มีลักษณะที่โดดเด่นกว่าสินค้าของคู่แข่งชั้น และสามารถสร้างความจงรักภักดีต่อตัวสินค้าและตราสินค้าในระยะยาว

คุณสมบัติของสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม

สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มส่วนใหญ่จะมีคุณสมบัติประการใดประการหนึ่ง หรือทั้งหมดของคุณสมบัติ ต่อไปนี้ (โอบาส พานิชชีวะกุล, 2553)

1. ให้ความสะดวกและง่ายต่อการซื้อ
2. ดึงดูดใจ สะดุดตา
3. ใหม่และแปลกกว่าสินค้าที่วางขายอยู่แล้ว

4. แตกต่างจากสินค้าคู่แข่งชั้น
5. น่าสนใจและให้ความตื่นเต้น
6. ให้ความยอมรับแก่ลูกค้าสูง
7. ให้ประโยชน์กับผู้ใช้
8. ราคาที่ไม่มีคู่แข่งชั้นได้
9. กำไรสูง

แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า

เนื่องจากสินค้ามีความหลากหลายและความต้องการของผู้บริโภคก็แตกต่างกันไป การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นสามารถทำได้หลายทางด้วยกันโดยจะขอสรุปเพื่อเป็นแนวทาง ดังนี้ (เอ็กซ์เปอร์เน็ท เฮก, แมพท์, 2547)

1. ทำให้สินค้ามีคุณภาพดี ทนทาน เช่น สินค้า Brand ที่มีคุณภาพดีและมีความทนทานในการใช้งานมากกว่า Brand อื่นๆ ย่อมได้รับความพึงพอใจและความจงรักภักดีจากผู้บริโภคและการผลิตสินค้าให้มีความทนทานจะทำให้โอกาสของผู้บริโภคในการซื้อสินค้านั้น มีโอกาสในการซื้อซ้ำ มากขึ้น
2. ทำให้เกิดความสะดวกต่อการใช้งาน สินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการใช้งานก็สามารถใช้จุดนี้เป็นจุดขายและถือว่าเป็นมูลค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภค เช่น ปลากะปองที่มีฝาเปิดง่ายโดยไม่ต้องใช้ที่เปิดกระป๋อง การมีชั้นซ่อนลิ้นในถ้วยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
3. เน้นการออกแบบให้สวยงาม การออกแบบให้กับสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ย่อมทำให้เกิดการกระตุ้นต่อการซื้อของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ที่ดูดีก็เปรียบเสมือนหน้าตาที่ดูดีของสินค้า ก่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ให้และผู้รับ ในส่วนของการออกแบบสินค้าให้มีการกระตุ้นต่อผู้ซื้อ และถือเป็นมูลค่าเพิ่มด้วย
4. ทำให้สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น การเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคก็ถือเป็น การเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าด้วย และยังสามารถขยายตลาดไปยังผู้บริโภครายใหม่ๆ อย่างไรก็ตามการทำให้สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น ผู้ผลิตจะต้องมีการวางแผนที่ดี ผู้ผลิตและผู้จัดการจำหน่ายก็ต้องมีสินค้าคงคลังมากขึ้น ต้นทุนการผลิตและการจัดจำหน่ายก็สูงขึ้น ผู้ผลิตต้องพิจารณาการเลือกผลิตสินค้าให้เหมาะสม สินค้าบางรุ่นที่ไม่ได้รับการตอบสนองที่ดีจากตลาดก็อาจจะต้องยกเลิกการผลิตไป

5. ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อสินค้าได้ง่าย เนื่องจากผู้บริโภคมีต้นทุนด้านการเงิน เวลา พลังงานและอารมณ์ที่แตกต่างกัน การที่จะนำสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคได้ง่ายและรวดเร็วก็เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าด้วย ดังนั้น นักเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม และมีตัวแทนจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยสื่อในหลายๆ ทาง ก็จะทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงตัวสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำและง่ายต่อการตัดสินใจสั่งซื้อ

6. คุณค่าต่อสภาพแวดล้อม กระแสนวัตกรรมสภาพแวดล้อมที่ได้รับการยอมรับมากขึ้น ในประเทศแถบยุโรปและอเมริกาเหนือ รวมถึงความเข้มแข็งที่เพิ่มมากขึ้นขององค์กรเพื่อการอนุรักษ์ต่างๆ เช่น Green Peace จะมีผลต่อตัวสินค้าที่วางขายในตลาด การผลิตสินค้าที่ยึด กระแสนวัตกรรมจะได้รับการตอบรับที่ดีมากขึ้น สินค้าก็จะมีมูลค่าและคุณค่าเพิ่มที่มีต่อผู้บริโภคที่ห่วงใยสภาพแวดล้อม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่เป็นกลยุทธ์ในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตหรือการค้นคว้าวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนากรรมวิธีการผลิต ซึ่งเป็นการใช้ความรู้ในด้านต่างๆ เช่น ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านวิศวกรรม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สนองตอบต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยผู้ประกอบการต้องทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2545)

การเปลี่ยนแปลงที่มีผลทำให้ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงในอนาคตเป็นพื้นฐานสำคัญของการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะทำให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ และทันเวลาที่จะพัฒนาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น ได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของสถานะเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ความนึกคิด ความคิดเห็น และความเชื่อ แบบแผนชีวิตและความเป็นอยู่ ความต้องการสินค้าชนิดและแบบต่างๆของกลุ่มคนในสังคม ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสินค้าต่างๆ

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีผลทำให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยี พัฒนาวัตถุดิบหรือส่วนประกอบ พัฒนาขั้นตอนกระบวนการผลิต พัฒนาระบบกรรมวิธี การบรรจุภัณฑ์และชนิดของบรรจุภัณฑ์

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาสินค้าใหม่ ซึ่งพอสรุปเหตุผล ได้ดังนี้

1. เพื่อความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของธุรกิจ
2. เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้า
3. เพื่อให้มีผลตอบแทนที่สม่ำเสมอ
4. เพื่อแก้ปัญหาความอืดตัวของตลาด
5. เพื่อสนองต่อการแข่งขันของตลาด

แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

เมื่อองค์กรสามารถกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้แล้ว และกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้นี้ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขององค์กร ไม่ว่าจะนำผลิตภัณฑ์เดิมมาปรับปรุงรูปแบบใหม่ หรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาที่สอดคล้องเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กร และแนวทางที่เป็นทางเลือกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ธนวรรธน์ แสงสุวรรณ และคณะ, 2545) มีรายละเอียดดังนี้

1. การปรับตัว ในที่นี้ อาจจะเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เดิมที่ผลิตอยู่แล้ว เช่น เดิมเคยเป็นผู้ผลิตน้ำมะเขือเทศเข้มข้น จำหน่ายในลักษณะที่เป็นสินค้าอุตสาหกรรมในรูปขวดพลาสติกให้แก่โรงงานผลิตน้ำผลไม้ โรงงานผลิตปลากระป๋อง โรงงานผลิตซอสปรุงรส ฯลฯ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มักจะมีขนาดใหญ่ เช่น ถึง 200 ลิตร หรือ ถูขนาด 20 กก. ผู้ผลิตอาจจะเปลี่ยนแนวจากการผลิตให้กับอุตสาหกรรมโดยหันมาผลิตเพื่อตลาดอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นอีก โดยผู้ผลิตอาจจะเปลี่ยนสูตรการผลิตและบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยบรรจุน้ำมะเขือเทศเข้มข้น ในกระป๋องเล็กๆ ขนาด 20 กรัม หรือบรรจุในกล่องกระดาษ (Tetra Pack) ขนาด 150 gm เพื่อขายให้กับผู้บริโภคทั่วไปสำหรับทำซุ้ปมะเขือเทศ หรือทำPasta sauce โดยขายผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างร้านสะดวกซื้อ หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันแต่เปลี่ยนสูตรการผลิตก็ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ได้โดยกลุ่มลูกค้าก็แตกต่างกันช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการขายก็แตกต่างกันด้วย

2. การปรับขนาด คือ การปรับตัวโดยการเปลี่ยนขนาดบรรจุภัณฑ์เช่น การทำ Bulk Pack (ห่อขนาดใหญ่) สำหรับร้านอาหารหรือครอบครัวใหญ่ หรือการทำ Small Pack (ห่อขนาดเล็ก) สำหรับครอบครัวขนาดเล็กหรือสำหรับการพกพา การปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้สามารถบรรจุได้มากขึ้น อาจจะมีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคซื้อในจำนวนที่มากขึ้น ในราคาที่ถูกลงเล็กน้อย เพื่อเป็น

การรักษาตลาดไม่ให้ผู้บริโภคนำไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง ในทางการตรงกันข้ามการปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เล็กลง อาจจะเหมาะสำหรับกลุ่มครอบครัวที่เล็กลง ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ หรืออาจจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคทดลองใช้สินค้าในจำนวนที่ไม่มากและในราคาไม่สูงนัก หรืออาจจะเน้นถึงความสะดวกในการพกพา เป็นต้น

3. การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ ในบางครั้งผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันแต่ถูกนำไปใช้ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่าง น้ํายาอุทัยทิพย์ ที่ได้กล่าวถึงในบทที่แล้วว่าเป็นได้ทั้งน้ำสมุนไพรเข้มข้นสำหรับผสมน้ำดื่ม และเป็นเครื่องสำอาง ซึ่งการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ ก็เป็นแนวทางหนึ่งในการผลิตภัณฑ์

นอกเหนือจากนี้ น้ํายาอุทัยทิพย์แล้ว ยังมีผลิตภัณฑ์ของไทยอีกหลายอย่างที่ใช้หลักการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เพื่อทำให้สามารถส่งออกได้ เช่น ขนมห่มอแกบบรรจุกระป๋อง จากวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำตาลโตนดผสมพลีอ ตสมอพลีอ อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี กลุ่มธุรกิจนี้ ได้ทำขนมห่มอแกบซึ่งเคยบรรจุในถาดเหล็กมาบรรจุกระป๋องภายใต้ชื่อสินค้า “แม่สุชิน” เพื่อต้องการสร้างความแตกต่างและยังสามารถเก็บรักษาได้นานปกติประมาณ 3 วัน กลายเป็น 10-15 วัน และหากแช่ตู้เย็นจะอยู่ได้กว่า 8 เดือน ยังมีมะม่วงยี่ห้อ “สองเฮา” ที่เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากใบจาก มาเป็นห่ออะลูมิเนียมฟอยล์และกล่องกระดาษ ทำให้สามารถเก็บรักษาสินค้าได้ถึง 1 ปี

4. การออกแบบ ผู้ผลิตบางรายเน้นเรื่องการออกแบบเป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ นาฬิกา SWATCH ซึ่งเน้นการออกแบบนาฬิกา รูปแบบใหม่ๆ เป็นคอลเลคชั่นต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยหลายรายได้มีการปรับตัว โดยออกแบบสินค้าด้วยตนเอง หลังจากที่เคยรับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้ามาเป็นเวลานาน

5. การพัฒนาส่วนประกอบ คือส่วนหนึ่งของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างและหลากหลายมากขึ้น เช่น การใส่ชั้นฉนวนลงไปในการป้องกันความชื้นที่ถึงสำเร็จรูป ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการรับประทาน การนำผลิตภัณฑ์หลายชนิดมาห่อรวมกันแล้วขาย เช่น เอาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหลายรสมาห่อรวมกันในห่อเดียวกันแล้วขาย การพัฒนาส่วนประกอบยังสามารถใช้เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการขายได้ เช่น การแถมช้อนในกล่องผงซักฟอก เป็นต้น

6. การลดความลำบากของผู้บริโภค หากพิจารณาถึงต้นทุนของผู้บริโภคโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนด้านการเงิน เวลา พลังงาน หรือ อารมณ์ การทำให้ความลำบากในการจัดหาสินค้าของผู้บริโภคลดลง คือ การลดต้นทุนของผู้บริโภค ซึ่งถือว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ทางหนึ่ง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ การขายสินค้าออนไลน์ เช่น Amazon.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ขาย

หนังสือ และแผ่น CD , DVD ที่ให้ลูกค้าสามารถทดลองอ่านหรือทดลองฟังแผ่น CD บางส่วนได้ ก่อนสั่งซื้อ การชำระเงินก็สะดวกโดยการชำระผ่านบัตรเครดิตหรือ PayPal (การชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์) การจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกว่าจะให้จัดส่งแบบใดไม่ว่าจะเป็นไปรษณีย์ ธรรมดา หรือ FedEx ซึ่งค่าบริการก็จะแตกต่างกัน การขายเป็นแพคเกจลักษณะนี้ ก็ถือว่าเป็นส่วน หนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างความสะดวกให้กับลูกค้าด้วย

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีกระบวนการเป็นขั้น ตอน ที่สามารถจะพอสรุปได้ดังนี้ (Heizer & Render, 1998)

1. การสร้างแนวคิดของผลิตภัณฑ์ (Product Idea) คือ การสร้างและรวบรวมแนวคิด ที่จะประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งเห็นว่าน่าจะสามารถเสนอขายให้แก่ตลาดได้ เช่น อาจจะมีแนวคิดที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นน้ำ ชีวจิตเข้มข้นแช่แข็ง ซึ่งเป็นน้ำ รัญพิชผ่าน ขั้น ตอนทำให้เข้มข้น และอยู่ในรูปก้อนแช่แข็งในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม(คล้ายบรรจุภัณฑ์ของ ไอศกรีม) วางจำหน่ายในตู้ แช่แข็งในซูเปอร์มาร์เกตหรือร้านสะดวกซื้อ อื่นๆ ผู้บริโภคเมื่อซื้อ แล้ว ก็จะต้องนำมาผสมน้ำ ำให้เจือจางก่อนรับประทาน หรืออาจจะมีแนวคิดที่สร้างสรรค์ลักษณะอื่นที่ เกี่ยวเนื่องกับผลิตภัณฑ์เดิมๆ ที่มีอยู่และมีความชำนาญในการผลิตอยู่แล้ว

2. การคัดเลือกแนวคิด หลังจากที่ได้มีการระดมสมองและสร้างสรรค์แนวคิดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีหลายแนวคิดและหลากหลายแล้ว จะต้องนำแนวคิดนี้ๆ มาคัดเลือก การ คัดเลือกแนวคิดมีสิ่งๆ ที่ควรระวัง 2 ประการ คือ ประการแรก คือ ความผิดพลาดในการคัดเลือกเอา แนวคิดที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และประการที่สอง คือ ความผิดพลาดใน การละทิ้ง แนวคิดที่ดี ซึ่งการประเมินแนวคิดในขั้น ตอนนี้ นอาจจะเป็นการประเมินถึงความเป็นไปได้ ในการผลิต โอกาสทางการตลาด สถานการณ์ของอุปทานของวัตถุดิบที่ต้องใช้ ผลกระทบต่อผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม เป็นต้น

3. การพัฒนาและการทดสอบแนวความคิด คือ ความพยายามที่จะหาคุณสมบัติ จุดเด่น ตำแหน่งทางการตลาด ลักษณะการใช้งาน รวมถึงความต้องการของตลาดที่คาดว่าน่าจะมี ต่อผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดใหม่ที่ได้เลือกมานั้น โดยการหาข้อมูลต่างๆ มาเพื่อประกอบแนวคิดนี้ๆ

ในหลายๆ ด้าน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

4. การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด คือ กำหนดเป้าหมายทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งทางการตลาด และการวางแผนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหมายถึงการจัดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่เหมาะสม ตลอดจนจนถึงการวางแผนการผลิต การวางแผนด้านวัตถุดิบ และการวางแผนด้านการลงทุนและการเงิน เพื่อสนับสนุนโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5. การวิเคราะห์ทางธุรกิจ เป็นการดำเนินการที่จะช่วยในการตัดสินใจว่าจะดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ ซึ่งการทำการวิเคราะห์นั้นจะต้องประมาณความต้องการของตลาด ต้นทุน ผลกำไรและผลตอบแทนการลงทุนที่คาดหวัง หากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการลงทุนซื้อเครื่องจักรหรือซื้อเทคโนโลยีการผลิตเข้ามาเกี่ยวข้อง บริษัทจะต้องพิจารณาถึงผลตอบแทนจากการลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุนและระยะเวลาคุ้มทุน ซึ่งในการบริหารธุรกิจมักจะพิจารณาจากค่า IRR (Internal Rate of Returning) คือ อัตราความสามารถของเงินทุนที่จะก่อให้เกิดผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุนพอดี ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีเกณฑ์ที่แตกต่างกัน นอกจากการวิเคราะห์ IRR แล้วอาจใช้เกณฑ์ในลักษณะอื่นๆ มาร่วมวิเคราะห์ด้วยก็ได้ เพื่อที่จะให้ผลลัพธ์เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจในการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทำได้ดียิ่งขึ้นและมีความเสี่ยงน้อยที่สุด

6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการดำเนินการทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดใหม่นั้นๆ ว่ามีอุปสรรคใดๆ เกิดขึ้นบ้างไม่ว่าจะเป็น เทคนิคการผลิต การทำงานของเครื่องจักรและพนักงานผู้ควบคุมการผลิต ตลอดจนการตรวจสอบความสม่ำเสมอของปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ฯลฯ ปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องศึกษาและวางแผนแนวทางการแก้ปัญหาให้ได้ก่อนนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด เพราะหากเข้าสู่ตลาดแล้วเกิดปัญหาด้านคุณภาพหรือปริมาณทำให้ไม่สามารถผลิตตามความต้องการของตลาดได้ก็จะเกิดความเสียหายขึ้นอย่างมาก และทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และ Brand ของผลิตภัณฑ์ด้วยเมื่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ก็จะต้องมีการทดสอบผลิตภัณฑ์นี้กับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง และนำผลการทดสอบมาเพื่อประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายต่อไป

7. การทดสอบตลาด กระบวนการนี้จะทำเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีปัจจัยในการทดสอบหลายแนวทางด้วยกัน คือ ราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ การ

ส่งเสริมการขาย การหาสิ่งจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์นั้น รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและการยอมรับของผู้บริโภคต่อบรรพบุรุษของผลิตภัณฑ์นั้น เป็นต้น

8. การดำเนินธุรกิจ คือ การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดจริง (การวางตลาด) หลังจากผลการทดสอบตลาดเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งแต่ละบริษัทจะนำเอาผลิตภัณฑ์นั้นเข้าสู่ตลาดโดยการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้อย่างรัดกุม

ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาจจะไม่ประสบความสำเร็จในทุกครั้งที่ดำเนินการ บางครั้งอาจเกิดความล้มเหลวในขั้นต้นตอนใดขั้นต้นตอนหนึ่งก็ได้ เช่น ความไม่แน่นอนของวัตถุดิบ เทคโนโลยีและกระบวนการการผลิตยังไม่ดีพอ ต้นทุนการผลิตสูงเกินกว่าที่จะผลิตสินค้าที่แข่งขันได้ในตลาด กระบวนการพัฒนาการผลิตอาจล่าช้าทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ทันสมัย

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

แนวความคิดทางการตลาด มีส่วนประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสำคัญของลูกค้า

ความต้องการของลูกค้าจะเป็นตัวกำหนดผลิตภัณฑ์ว่าผู้ผลิตควรผลิตอะไร มีคุณภาพอย่างไร ปัจจุบันนี้ ถือว่าลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญที่สุด บางครั้งถึงกับกล่าวว่า ลูกค้าคือ พระราชา

2. ความสำคัญของกำไร

จุดมุ่งหมายประการสำคัญของธุรกิจ คือ กำไรสูงสุด แต่ธุรกิจจะต้องอยู่ได้ตลอดไปด้วย มิใช่กำไรสูงสุดในระยะสั้น แล้วเลิกกิจการไป นอกจากนี้ กำไรยังต้องสอดคล้องกับความต้องการของสังคมด้วย โดยจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพดีมาบริการ

3. การประสานงานทางการตลาด

ได้แก่ การนำเอาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และการขายมาประกอบร่วมกัน ประสานกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเป็นวงจร แนวความคิดทางการตลาดจะเน้นสิ่งสำคัญคือ พนักงานทางการตลาดซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของวงจรการผลิต ฝ่ายการตลาดจะต้องศึกษาให้รู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร เพื่อฝ่ายผลิตจะได้ผลิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

หลักการตลาดขั้นพื้นฐานที่เป็นที่รู้จักกันดี และเป็นพื้นฐานที่ดีที่สุดคือ การใช้ 4P (Product, Price, Place, Promotion) หลักการนี้ ก็คือ การวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกไว้มากที่สุด โดยในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนทั้ง 4P ได้ทั้งหมดในระยะสั้น แต่เราก็สามารถค่อยๆปรับเปลี่ยนจนได้เป็นกลยุทธ์ เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม ซึ่ง 4P อาจจะเรียกได้อีกอย่างว่า "Marketing mix"

ในปี 1960 McCarthy นักวิชาการตลาดจากมหาวิทยาลัยมิชิแกนสเตท ได้เสนอแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ที่ 4 ส่วน ดังนี้ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ จะต้องมีการพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาได้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า ความหมายของผลิตภัณฑ์นี้ จะหมายถึงแบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์และหรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่วนสำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์นี้ คือ การมุ่งพยายามพัฒนาให้สิ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2534)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้า บริการ ความคิดหรือตัวองค์กรที่มีกิจการนำเสนอต่อผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงคุณภาพสินค้า การออกแบบ รูปลักษณะ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ (Philip Kotler, 1997)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะบางประการของกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจจะกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภคคือ ความใหม่ ความสลบซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ใหม่และสลบซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง รูปร่างผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถสร้างอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อ อี้อิทธิพลต่อการซื้อด้วย (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดๆ ที่ต้องการนำเสนอต่อตลาดเพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรม (Physical Goods) บริการ (Service) ประสบการณ์ (Experiences) เหตุการณ์ (Events) บุคคล (Persons) สถานที่ (Places) ทรัพย์สิน (Properties) องค์กร (Organizations) สารสนเทศ (Information) และความคิด (Ideas)

การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย การตัดสินใจในหลายๆ ด้าน เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ คุณภาพ การออกแบบ รูปลักษณ์ ตรายี่ห้อ ชื่อ ยี่ห้อ สายผลิตภัณฑ์ คุณภาพ รวมทั้ง การจัดการกลยุทธ์การตลาดในแต่ละส่วนของวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538)

ผู้ประกอบการต้องมีการกำหนดการออกแบบและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้าแต่ละบุคคลอย่างพึงพอใจ โดยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ดีประกอบไปด้วย

- สินค้าให้เลือก (Product variety) การมีสินค้าให้เลือกมากจะทำให้ลูกค้ามีทางเลือก และมีโอกาสในการตัดสินใจซื้อ มากกว่าร้านที่มีสินค้าให้เลือกน้อย

- คุณภาพสินค้า (Quality) คือ ความมีมาตรฐานของสินค้าหรือบริการโดยสินค้าที่มีการกำหนดคุณภาพที่ดีย่อมได้รับการยอมรับมากกว่าสินค้าคุณภาพไม่ดี แม้จะราคาถูกกว่าก็จะไม่ได้รับความสนใจเท่ากับสินค้าที่มีคุณภาพดีแต่ราคาสูง

- ลักษณะ (Feature) คือ ลักษณะโดยทั่วไปของสินค้า เช่น สินค้าที่มีลักษณะเป็นของแข็งหรือของสด หรือสินค้าที่มีลักษณะเป็นสินค้าเทคโนโลยี เป็นต้น

- การออกแบบ (Design) คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้าที่มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์และสามารถใช้งานได้ดีย่อมเป็นที่นิยมของผู้บริโภค

- ตราสินค้า (Brand name) คือ ชื่อ (Name) คำ (Word) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าวเพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขาย

- การบรรจุหีบห่อ (Packaging) คือ การบรรจุสินค้าที่ซื้อ อส่งในหีบห่อหีบห่อที่สวยงามปลอดภัยและสะดวกต่อการขนย้ายสินค้าย่อมเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด

- ขนาด (Size) คือ ปริมาณของสินค้าที่มีความเหมาะสมในการใช้งานแต่ละครั้ง เช่น การออกแบบสินค้าประเภทรองเท้าหรือ เสื้อผ้าต้องออกแบบให้มีความหลากหลาย ขนาดตามความเหมาะสมแก่ความต้องการใช้ของผู้บริโภค

- บริการ (Service) คือ การให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ ผู้บริโภคต้องได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็วและเป็นกันเองจากร้านค้า รวมทั้งบริการหลังการขายก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

- การรับประกัน (Warranties) คือ การรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ว่าเมื่อผู้บริโภคซื้อ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไปใช้แล้วจะได้รับสินค้าที่ดีและมีคุณภาพที่สุด แต่หากเกิดปัญหาหรือไม่พึงพอใจเจ้าของผลิตภัณฑ์ยินดีรับประกันความเสียหายนั้น

- การรับคืน (Returns) เป็นสิ่งที่มีความใกล้เคียงกับการรับประกัน โดยการรับคืนผลิตภัณฑ์ที่เกิดปัญหานี้ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ผลิตสินค้าที่พึงปฏิบัติและการที่ผลิตภัณฑ์ได้มีการรับคืนสินค้านั้นย่อมแสดงถึงความมีมาตรฐานสินค้าที่สูงมาก

2. ราคา (Price)

ราคา เป็นคุณค่า (Value) ของสินค้าในรูปของเงินตรา (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) ราคาเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งของการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค (วีรจักษ์ มาษาศิรานนท์, 2542)

ราคา เป็นกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ อีก็ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำนักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อ หรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่นๆ(อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542)

ราคาต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม เพราะหัวใจของส่วนผสมทางการตลาดทั้งหมดและเป็นกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้น ในการกำหนดราคานี้ จะต้องมีการพิจารณาถึง ลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมายและปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่างกัน ราคาจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาให้เหมาะสมที่สุดที่ใช้ในการผลักดันผลิตภัณฑ์ที่ดีอยู่แล้วให้ออกไปสู่ที่ที่มีความต้องการ โดยวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายที่ดีเหมาะกับตลาดเป้าหมาย (ธงชัย สันติวงษ์, 2534)

ราคาเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของส่วนผสมทางการตลาดเป็นส่วนที่ทำให้เกิดรายรับในขณะที่ส่วนประกอบอื่นๆ ของส่วนผสมทางการตลาดทำให้เกิดต้นทุน ราคาเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่สามารถปรับได้ง่ายที่สุด เพราะส่วนประกอบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นอย่างใดจะเป็นคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ช่องทางการจำหน่าย หรือแม้แต่การส่งเสริมการตลาดต้องใช้เวลาานราคาจะใช้เป็นเครื่องมือที่บริษัทจะสื่อไปยังตลาดถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือตราหือและเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตาม ก็มีได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบธุรกิจจะต้องอยู่ในภาวะของการมีคู่แข่งหากตั้งราคาสูงกว่า

การตัดสินใจทางด้านราคาเป็นหนึ่งในการตัดสินใจทางการตลาดที่สำคัญโดยเฉพาะในสภาวะที่มีการแข่งขันสูงเช่น การตั้งราคาสูงจะทำให้มีกำไรต่อหน่วยสูงแต่อาจทำให้เสียเปรียบคู่แข่ง ในขณะที่การตั้งราคาต่ำจะทำให้กำไรต่อหน่วยต่ำเช่นกัน ธุรกิจจะตัดสินใจโดยการอย่างไรก็ตามการกำหนดราคาควรจะเป็นไปตามเป้าหมายหลายๆ อย่างของธุรกิจ คือการกำหนดราคาควรสนับสนุนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและควรทำให้เกิด ความสำเร็จของเป้าหมายทางการเงินของธุรกิจ นอกจากนี้ การกำหนดราคาจะต้องสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกำหนดราคาคือการแข่งขันและสภาพแวดล้อมทางการตลาด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่าย ความหมายว่า กลุ่มขององค์การซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่หาง่ายสำหรับการใช้หรือบริโภค ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายจะเป็นตัวกลางนำผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคนำข้อมูลข่าวสาร เอกสารส่งเสริมการขาย ดังนั้น ผู้ผลิตต้อง

พิจารณาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตคนกลางหรือผู้จัดจำหน่ายและผู้ซื้อเป็นพิเศษจากการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นทางด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจ

การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายนั้น เกี่ยวข้องกับการตอบสนองของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในเรื่องของความถูกต้องด้านปริมาณ เวลา และสถานที่การตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางจัดจำหน่ายนั้น เป็นการตัดสินใจด้านระบบการขนส่งคลังสินค้าการควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบการซื้อและการเลือกช่องทางจัดจำหน่าย เช่น การจัดจำหน่ายผ่านทางผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีก เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) กล่าวว่า สถานที่หรือช่องทางจัดจำหน่าย อาจหมายถึงสถานที่อำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่จอดรถ หรือระยะทางที่จะไปถึงสถานที่จำหน่าย หรือสถานที่บริการ หรือแม้แต่วเวลาที่ลูกค้าจะต้องเสียไปในการมาใช้บริการ ประกอบด้วย

- ช่องทาง (Channels) คือเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และหรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจประกอบด้วย ผู้ผลิตคนกลางที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย และผู้บริโภค

- ความครอบคลุม (Coverage) คือ ความทั่วถึงในการกระจายตัวของสินค้าไปยังส่วนต่างๆ ของตลาด ยิ่งสินค้ามีความครอบคลุมมากเท่าไรย่อมเข้าถึงผู้บริโภคได้มากเท่านั้น

- การเลือกคนกลาง (Assortment) คือ การเลือกบุคคลหรือร้านค้าที่เป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้า การเลือกคนกลางที่ดีเพื่อการจัดจำหน่ายสินค้า ทำให้สินค้ายังคงมีคุณภาพดีและมีการกระจายสินค้าไปได้อย่างทั่วถึง

- ทำเลที่ตั้ง (Location) คือ การเลือกสถานที่ในการตั้งร้านค้าหรือการตั้งโกดังสินค้าที่มีความสะดวกในการขนส่งสินค้าและเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยสะดวกจะช่วยให้การจัดจำหน่ายสินค้าได้มากและประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นต้นทุนในการขนส่งอีกด้วย

- การคลังสินค้า (Warehousing) คือ การบริการสินค้าคงคลังให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า หากการคลังสินค้าเหมาะสมทำให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่ก่ออิทธิพลได้ในทุกชั้น ตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจ “เตือนใจ” ให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหาสินค้าของการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้และยังสามารถส่งมอบคุณค่าให้ได้มากกว่าสินค้าของ

คู่แข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลังการซื้อ เป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542)

ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญ และมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดจะต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ปัจจัยทางการตลาดจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าและบริการ ดังนั้น นักการตลาดจะต้องกำหนดปัจจัยทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) อย่างเหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เพราะจะได้ทราบว่า จะต้องทำอย่างไรกับส่วนประสมทางการตลาดแต่ละตัว เราจะต้องมีความรู้ความเข้าใจตลอดจนความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี (เสวี วงษ์มณฑา, 2542)

วัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสารและเพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ และทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยธุรกิจมีเครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบไปยังกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมการติดต่อสื่อสารใดๆ ก็ตามที่เกี่ยวข้องกับการเสนอ และ/หรือ การส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือความคิด อาจมีผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายในการโฆษณา และเป็นการติดต่อสื่อสารที่ใช้สื่อ (Media) ซึ่งถือว่าการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการโฆษณาจึงต้องสัมพันธ์กับตำแหน่งผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

- เพื่อแจ้งข่าวสาร (To inform) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ เกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยใหม่ของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงราคา อธิบายถึงวิธีการทำงานของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการให้บริการ แก้ไขภาพพจน์ที่ผิด ลดความกลัวอันตรายของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ แจ้งข่าวสารเกี่ยวกับภาพพจน์ของบริษัทหรือตราสินค้า

- เพื่อการจูงใจ (To persuade) โดยสร้างความพอใจในตราผลิตภัณฑ์ให้เปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท เปลี่ยนแปลงการรับรู้ในคุณสมบัติผลิตภัณฑ์จูงใจให้ซื้อ อันทันทีจูงใจให้ซื้อซ้ำ

- เพื่อเตือนความทรงจำ โดยเตือนให้ผู้บริโภคทราบถึงความจำเป็นต้องใช้ในอนาคตอันใกล้ เตือนถึงสถานที่ที่ซื้อสินค้า เตือนความทรงจำในช่วงนอกฤดูกาล รักษาความทรงจำผลิตภัณฑ์ใหม่

สื่อในการโฆษณามีหลายประเภท เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ ป้าย โฆษณาการโฆษณาแต่ละประเภท จะมีจุดเด่น และจุดด้อยแตกต่างกัน ดังนั้นในการเลือกสื่อ

โฆษณาควรคำนึงถึงวัตถุประสงค์หลักเพื่อที่จะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ มีประสิทธิภาพและได้ผลสูงสุด ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุด

2. การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายกับลูกค้าที่คาดหวัง การขายโดยใช้บุคลากร พนักงานขายจึงมีความสำคัญ

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริม ที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสูงสุดทำหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขายจึงเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงาน การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ เครื่องมือส่งเสริมการขาย ได้แก่

- การกระตุ้นผู้บริโภค(Consumer) ให้เกิดความสนใจ การทดลองใช้หรือเกิดการซื้อ ซึ่งถือว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคเช่น การแจกของตัวอย่างสินค้า บัตรลดราคา การให้เงินรางวัล การแข่งขันการใช้แถมปีการค้าการแสดงสินค้า

- การกระตุ้นคนกลางให้ใช้ความพยายามในการขายสินค้าของผู้ผลิตให้มากขึ้น ซึ่งถือว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางเช่น การให้ส่วนลดทางการค้า การแถมสินค้า การให้ส่วนลดสินค้า การให้การสนับสนุนการจัดโฆษณา การแข่งขันการขายของผู้ขาย

4. การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าว เป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคลที่ไม่มีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีขององค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ตอนที่ 7 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการชุมชน

ความหมายของผู้ประกอบการ

ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษของออกฟอร์ด (Oxford Dictionary, 1998) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) สรุปไว้ว่าเป็น ผู้ซึ่งพยายามสร้างผลกำไรจากความคิดริเริ่มด้วยตนเอง

ในความหมายเชิงเศรษฐศาสตร์ ผู้สติ รุมาคม (2540) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการไว้ว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาส

ทางธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้ที่รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลายๆ ด้านซึ่งอาจพิจารณาลักษณะผู้ประกอบการจากพฤติกรรมต่างๆ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือ เป็นคนที่มองเห็นโอกาสและช่องทางในการสร้างธุรกิจขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ

2. เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) ของการดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการรูปแบบใหม่ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร เป็นต้น

3. ยอมรับความเสี่ยง (Risk) อันอาจเกิดขึ้น จากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือตัดสินใจอย่างชัดใจ และรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้

4. มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General management) ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร

5. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance intention) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต และกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

การประกอบธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จ จะต้องอาศัยเจ้าของหรือผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่ดีเหมาะสมกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจภายใต้ความไม่แน่นอนที่มีอยู่ตลอดเวลา

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2542) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้มองเห็นโอกาสและหาช่องทางทางการค้าได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมที่จะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาสอย่างมีวิสัยทัศน์ มิฉะนั้น จะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใดๆ

3. ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม หรือสร้างสรรค์ ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ ออกสู่ตลาดที่มีสภาพ การแข่งขันสูง

4. ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จะต้องประสบกับปัญหามากมาย ถ้าแก้หรือผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง

5. ต้องเป็นคนที่ไม่รู้ อยู่เสมอเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ

6. ต้องเป็นคนที่มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกกรอบ สามารถมุ่งไปสู่อนาคตด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน

7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำให้ได้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูล และการได้รับความช่วยเหลือด้านต่างๆ จากเพื่อนๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

ทิมโมธี เอส. แฮทเทิน (Hatten 1997) ได้กล่าวถึง ผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเป็นผู้มีลักษณะดังนี้

1. มีความอดทน (Perseverance)
2. มีความอดทน (Patience)
3. มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills)

นอกจากนี้ Hatten ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีความคุณสมบัติเฉพาะ ดังนี้

1. ความมุ่งมั่น ปรารถนาและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) มิฉะนั้นจะทำให้สูญเสียทั้งเงินทุน และเวลา

2. มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤตด้วยการตรวจสอบทุกอย่างอย่างรอบคอบ (Determination) ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิตต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะฝ่าฟันอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้ หากอุทิศเวลาและทำงานให้หนักเพียงพอ

3. ต้องมีความรู้จริง รู้ลึก (Knowledge) ในธุรกิจที่ลงทุน เพื่อจะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ดังนั้น พอจะสรุปได้ว่าลักษณะหรือคุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบการควรมีลักษณะดังนี้

1. เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์กว้างไกลมองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจและเห็นหนทางที่จะสร้าง ความเจริญเติบโตให้ธุรกิจนั้นๆ ได้

2. เป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จสูง นั่นคือต้องมีความอดุสาหะ อดทน มุ่งมั่นไปสู่จุดหมายของธุรกิจด้วยความอดทน และจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่มีคำว่าแพ้และท้อแท้ แม้ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ หรือในสภาพการแข่งขันที่รุนแรง จะพยายามใช้วิกฤตให้เป็นโอกาสเสมอ
3. เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ๆ และมีคุณภาพ เพื่อนำออกสู่ตลาดได้เสมอ
4. เป็นผู้มีความรู้ และใฝ่รู้ติดตามความเคลื่อนไหว หรือเปลี่ยนแปลงสภาพตลอดเวลา เพื่อเตรียมพร้อม และปรับตัวได้ตลอดเวลา
5. เป็นผู้ มีและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจตลอดเวลา นั้นหมายถึง การมีทักษะในด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยให้ อกุลธุรกิจให้อยู่รอดได้อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

दनัย เทียนพุด (2532) นักฝึกอบรมในองค์การ ได้เสนอปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความเป็นผู้ประกอบการ ไว้ดังนี้

1. ความสามารถทางนวัตกรรม
2. ความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ยุ่งเหยิง
3. ความปรารถนาความสำเร็จ
4. ความสามารถวางแผนอย่างสมจริง
5. เป็นผู้นำที่เน้นเป้าหมาย
6. ผู้ประกอบการจะรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริง รวมทั้งศึกษาและกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้
7. มีความรับผิดชอบ
8. สามารถปรับตัวได้
9. เป็นทั้งนักจัดองค์การและนักบริหาร

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ส่วนใหญ่ มิได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้ บ่มเพาะจากการหล่อหลอม หรือ จากการเฝ่หาฝึกฝน เพื่อการพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ดีและประสบความสำเร็จต่อไป

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ

เมื่อเปรียบเทียบโอกาสหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดเล็กแล้ว จะพบว่าธุรกิจขนาดใหญ่จะได้เปรียบและมีโอกาสมากกว่าเสมอ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดเล็ก ก็สามารถเผชิญหน้ากับปัญหาดังกล่าว และดำรงอยู่รอด พร้อมทั้งสร้างความเจริญเติบโตได้ ด้วยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ธุรกิจขนาดเล็กสามารถต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ด้วยการสร้างศักยภาพให้ตนเองมีความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ โดยอาศัยองค์ประกอบต่อไปนี้

1. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) จากข้อจำกัดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่แม้ว่าจะได้เปรียบธุรกิจเล็ก ในด้านการผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก ด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่า แต่ก็ไม่สามารถปรับเปลี่ยน การผลิตได้อย่างรวดเร็วเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เพราะการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้ง ต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง ไม่คุ้มทุน ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่า ในการที่จะสนองความต้องการเฉพาะ ของลูกค้าด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ฉะนั้น ผู้ประกอบการจะต้องรู้จักใช้โอกาสนี้

2. สร้างนวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ มักมีจุดเริ่มต้นมาจากนักประดิษฐ์อิสระ และจากกิจการขนาดเล็ก ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ มักจะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งมีพื้นฐานการประดิษฐ์คิดค้นจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กให้ดีกว่าเดิม และพยายามทำกำไร หรือหาผลตอบแทน จากการลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ และโรงงาน ผู้ประกอบการขนาดเล็กจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรม หรือสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงของเก่าให้ดีขึ้น นี้ด้วยจึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

การบริหารธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Administration : SBA) (Hatten, 1997) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิม

2) นวัตกรรมบริการ (Service innovation) เสนอบริการที่แตกต่างและดีกว่าเดิม หรือเหนือกว่าคู่แข่ง

3) นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) เป็นการคิดค้นกระบวนการใหม่ๆ ทั้งการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Management innovation) เป็นการคิดหาวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพใหม่ๆ เพื่อจัดการกับทรัพยากรของกิจการให้ได้ประโยชน์สูงสุด

3. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Close Relationship to Customers) ในเมื่อธุรกิจขนาดเล็กอยู่ใกล้ชิดกับลูกค้า จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และเสนอสินค้าและบริการพิเศษให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

4. ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (Product Quality) ภายใต้สภาพการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจ วิธีที่จะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จได้ จะต้องผลิตสินค้าหรือบริการ ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับที่ลูกค้า ต้องการ ในราคาที่เต็มใจจะจ่าย โดยผู้ประกอบการจะต้องรักษาคุณภาพให้มีความสม่ำเสมอ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ และต้องการ มากกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องสร้างคุณภาพในตัวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานเพราะไม่เพียงแต่จะรักษาลูกค้าเดิมได้ยังเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อีกมาก

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ ถึงสิ่งที่จะทำให้สามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้ คือ

1. ขนาดของตลาดมีมากพอที่จะสร้างกำไรได้เพียงพอ
2. มีเงินทุนหรือแหล่งเงินทุนเพียงพอเพียงใด
3. สามารถเสาะหาพนักงาน หรือลูกจ้างที่มีประสิทธิภาพได้หรือไม่ รวมถึงรักษาลูกจ้างที่ดีไว้ในองค์กรต่อไปได้อย่างไร
4. มีข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้เพียงพอ

ตอนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ดวงใจ อินทร์จันทร์ (2543) ได้ศึกษาการพัฒนาโปรแกรมสร้างเสริมความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมในการจัดการขยะโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้ อย่างมีส่วนร่วมสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดแม่แก้วน้อย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 คน ผลการวิจัยพบว่า หลังเข้าร่วมโปรแกรมนักเรียนมีคะแนนความรู้ คะแนนเจตคติ และคะแนนพฤติกรรมในการจัดการขยะสูงกว่าก่อนเข้าร่วมโปรแกรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และหลังทดลองใช้โปรแกรม นักเรียนมีคะแนนความรู้ในการจัดการขยะสูงกว่าเกณฑ์การประเมินโปรแกรมคือ 65% และมีคะแนนเจตคติและคะแนนพฤติกรรมในการจัดการขยะสูงกว่าเกณฑ์การประเมินโปรแกรมคือ 80% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พิมสาย จิ่งตระกูล (2546) ได้วิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบการฝึกอบรมในงานเพื่อพัฒนาทักษะการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันตามแนวคิดวิธีการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมสำหรับนักเทคโนโลยีการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษานับสนุนให้มีการศึกษาพัฒนาด้วยตนเอง และยังไม่มียุทธศาสตร์การพัฒนากิจการร่วมพัฒนาการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน และรูปแบบการฝึกอบรมในงานต้องประกอบด้วย การมีนโยบายสนับสนุนผู้บังคับบัญชา หัวหน้างาน ให้ความร่วมมือกับนักเทคโนโลยีทางการศึกษา ในการมีสื่อสนับสนุนการเรียนรู้ สร้างสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงาน มีกิจกรรมการพัฒนาทักษะการสร้างวิสัยทัศน์ การประเมินผล และปัจจัยแห่งความสำเร็จ

นพวรรณ วงศ์วิชัยวัฒน์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาทักษะชีวิตในการปฏิบัติตนให้รอดพ้นจากปัญหาสังคมโดยใช้การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนทักษะชีวิตในการปฏิบัติตนให้รอดพ้นจากปัญหาสังคมทั้ง 4 ปัญหา ได้แก่ ยาเสพติด เพศ วัตถุ นิยม และอินเทอร์เน็ตของนักเรียนหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าเฉลี่ยของคะแนนเจตคติในการปฏิบัติตนให้รอดพ้นจากปัญหาสังคมของนักเรียนหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยของคะแนนพฤติกรรมในการปฏิบัติตนให้รอดพ้นจากปัญหาสังคมของนักเรียนหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอยู่ในระดับมาก

อโณทัย พรหมชัย (2549) ได้วิจัยเรื่อง กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนชาวเขาเผ่าม้ง เย้า ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปาง จังหวัดพะเยา ทำการวิจัยโดยใช้ชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนพึ่งตนเองและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างแท้จริง ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการเรียนรู้ เริ่มจากการทำแผนชุมชน วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง วิเคราะห์สภาพปัญหาชุมชน การกำหนดอนาคตร่วมกัน ทำให้ชุมชนรู้จักตนเอง ชุมชนได้มีกระบวนการคิด มีการปรับเปลี่ยนแนวคิด มีความเข้มแข็ง ทำให้ประชาชนร่วมกลุ่มกันในนาม “ภาคีผาช้างน้อยรวมพลัง” ทำงานร่วมกับภาคีท้องถิ่นและทำงานในตำบลผาช้างน้อย

อัจฉริยา เขียวขำ (2550) ได้วิจัยเรื่อง กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเพาะเห็ดเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนตำบลสันป่ายาง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อค้นหาและพัฒนาอาชีพเสริมที่เหมาะสมกับศักยภาพ วิถีชีวิต และทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนตำบลสันป่ายาง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยอาศัยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มชาวบ้านในชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ซึ่งเงื่อนไขในการรวมกลุ่มเกิดจากทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน

โครงสร้างบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการในการร่วมมือปฏิบัติกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม มีการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่มจากการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาที่นำไปสู่การพึ่งพาตนเองเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตในชุมชน

สิริพรรณ บัวศรี (2551) ได้ศึกษาผลของโปรแกรมส่งเสริมความรู้ เรื่องการบริโภคสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อความรู้และความสามารถในการบริโภคสื่อโทรทัศน์ตามหลักแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้น นประถมศึกษาปีที่ ๖ ห้อง 4 ปีการศึกษา 2551 โรงเรียนบ้านสันโค้ง (เขียงรายจตุรธาภิรมย์) อำเภอเมือง จังหวัดเขียงราย สังกัดสำนักงานเขตที่ ๓ ที่การศึกษาเขียงราย เขต1 จำนวน 30 คน ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลองโปรแกรมรวม 11 สัปดาห์ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้น นประถมศึกษาปีที่ ๖ ที่ผ่านโปรแกรมส่งเสริมความรู้ เรื่องการบริโภคสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้และความสามารถ สูงกว่าก่อนเข้าร่วมโปรแกรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 และหลังเข้าร่วมโปรแกรมนักเรียนมีความรู้ เรื่องการบริโภคสื่อโทรทัศน์สูงกว่าเกณฑ์ประเมินที่ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

นิรันดร์ สาโรวาท (2552) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานของแกนนำในการป้องกันและแก้ปัญหาเชื้อ อเอชไอวีและโรคภูมิคุ้มกันบกพร่องในชุมชนมุสลิม ศึกษาผลการใช้รูปแบบการฝึกอบรม และศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขในการใช้รูปแบบการฝึกอบรม โดยทำการศึกษากับชุมชนมุสลิมทั้งหมดในพื้นที่เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร จำนวน 44 ชุมชน และแกนนำในชุมชนจาก 8 ชุมชน โดยผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการฝึกอบรมโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานของแกนนำในการป้องกันและแก้ปัญหาเชื้อ อเอชไอวีและโรคภูมิคุ้มกันบกพร่องในชุมชนมุสลิม ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 9 ขั้นตอน ประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดปัญหา การกำหนดปัจจัยทางจิตใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน การกำหนดปัจจัยทางกายภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน การวางแผน การสร้างหลักสูตรและการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การดำเนินงาน การติดตามและสนับสนุน และการประเมินผล และการป้องกันกลับการฝึกอบรมสามารถพัฒนาให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจสูงขึ้น ถึงร้อยละ 60 และมีทัศนคติต่อการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อ อเอชไอวีในระดับดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และหลังจากผ่านการอบรม ผู้ผ่านการอบรมยังได้ร่วมกันพัฒนาการปฏิบัติงานเพื่อการป้องกันและแก้ปัญหาเชื้อ อเอชไอวีและโรคภูมิคุ้มกันบกพร่องของชุมชนในชุมชนมุสลิมอย่างต่อเนื่อง

เมธปียา เกิดผล (2552) ได้ศึกษา ผลของการจัดกิจกรรมการศึกษาครอบครัวแบบโรงเรียนตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาทักษะทางอารมณ์ของเด็กและเยาวชนในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนชายบ้านกรุณา ซึ่งได้ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชนในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนชายบ้านกรุณา จำนวน 40 คน แบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มทดลองเข้าร่วมกิจกรรม และกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมนี้ ใช้ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมรวมทั้งสิ้น 150 ชั่วโมง ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมเกี่ยวกับทักษะทางอารมณ์ของกลุ่มทดลองหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

งานวิจัยในต่างประเทศ

Pine (1980) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้เรียนวัยผู้ใหญ่ชาวต่างชาติในการวางแผนโครงการที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 69 คน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มทดลองที่มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนโครงการและกลุ่มควบคุมที่ไม่มีส่วนร่วม แต่ไม่มีสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (เช่น ประเทศ ศาสนา อายุ) ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม สำหรับการวัดเจตคติ พบว่า ค่าเจตคติของกลุ่มทดลองมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับที่สูงกว่ากลุ่มควบคุม จากการศึกษาวิจัยนี้ สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเพิ่มการตอบสนองด้านเจตคติในทางที่ดีขึ้น

Bledenweg (1997) ได้ศึกษา การมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการพัฒนาโครงการฝึกอบรมและผลกระทบที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การวิจัยนี้ได้ศึกษาในสภาพแวดล้อมภาคอุตสาหกรรมที่พนักงานต้องเข้ารับการฝึกอบรมเรื่องการบริหารความปลอดภัยและสุขภาพในการทำงาน โดยให้ผู้เข้าอบรมในกลุ่มทดลองมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการฝึกอบรม ซึ่งได้มีส่วนร่วมกำหนดเรื่องที่จะฝึกอบรม วันที่จัดการฝึกอบรม ระยะเวลาการฝึกอบรม และลักษณะการจัดการฝึกอบรม พบว่า ผู้เข้าอบรมที่มีส่วนร่วมและที่ไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการฝึกอบรมมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผู้เข้าอบรมที่มีส่วนร่วมมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าผู้เข้าอบรมที่ไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการฝึกอบรม

Natvig, Albrektsen และ Qvamstrom (2003) ได้ศึกษาผลของการจัดการเรียนการสอนโดยให้นักเรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน เพื่อให้นักเรียนรับรู้ และเห็นความสำคัญของการช่วยเหลือสังคม รวมทั้งให้นักเรียนรู้จักจัดการกับความเครียดได้ ตัวอย่างประชากร คือ นักเรียนในประเทศนอร์เวย์ที่มีอายุ 13 – 15 ปี จำนวน 947 คน ผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับการใช้กระบวนการกลุ่ม การเปิดโอกาสให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นโต้แย้งกัน เป็นการให้อิสระทางความคิด และการทำงาน ส่งผลให้นักเรียนรับรู้ ถึงผลดีของการช่วยเหลือสังคม และยังช่วยให้นักเรียนรู้จักจัดการกับความเครียดได้อย่างเหมาะสม

จากการศึกษา ค้นคว้างานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า การนำแนวคิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมมาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยการจัดการฝึกอบรมเพื่อใช้ในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น กิจกรรมที่จัดขึ้นสามารถช่วยให้ผู้เรียนหรือผู้รับการฝึกอบรมมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ผู้เรียนมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถ และทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ การฝึกอบรมโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมยังช่วยให้กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการชุมชนได้ร่วมมือร่วมใจกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จนประสบความสำเร็จ

ตอนที่ 10 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมซึ่งมีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่นำมาใช้ในการจัดกระบวนการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้กับผู้ประกอบการชุมชน เนื่องจากการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมเป็นการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถดึงประสบการณ์ของตนมาใช้ในการเรียนรู้ มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ได้แสดงความคิดเห็นและความสามารถของตนได้อย่างเต็มที่ เกิดการแลกเปลี่ยน ถ่ายทอด และเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน และทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ โดยในการเรียนรู้นี้ ใช้หลักการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และกระบวนการกลุ่มเป็นพื้นฐานในการจัดกระบวนการฝึกอบรม โดยมีรูปแบบและขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ประเมินปัญหา ความต้องการของผู้เข้าร่วม เป็นขั้นตอนแรกของการจัดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการประเมินปัญหาความต้องการของผู้เข้าร่วมจะเป็นข้อมูลสำคัญในการออกแบบกระบวนการที่เข้าถึงความสนใจ ปัญหา ความต้องการ และลักษณะการเรียนรู้ของผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรม

ขั้นที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์ประสงค์ของการจัดกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์จากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ประเมินปัญหา ความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ในการเขียนวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยมีความต้องการให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่ความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ขั้นที่ 3 เลือกกำหนดเนื้อหา การเลือกและกำหนดเนื้อหาในการจัดกระบวนการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้ตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยเริ่มจากผู้วิจัยเลือกหัวข้อเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการ แล้วจัดเนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่ เรียงลำดับเนื้อหาตามความสำคัญ ซึ่งเนื้อหาประกอบไปด้วย ความรู้ เรื่องหลักการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด (4P) และความรู้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ขั้นที่ 4 เลือกวิธีการในการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยเลือกวิธีการที่ใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการ วัตถุประสงค์และเนื้อหา ซึ่งได้จากการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ขั้นที่ 5 จัดทำโครงการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากปัญหาและความต้องการ มากำหนดเป็นเนื้อหาและวิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยผู้วิจัยได้จัดทำโครงการจัดการเรียนรู้เพื่อใช้ในการประสานงานและเตรียมความพร้อมในการดำเนินงาน

ขั้นที่ 6 ออกแบบหลักสูตรการจัดการกระบวนการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้รวบรวมสิ่งที่ดำเนินงานในขั้น ตอนที่ผ่านมา นำมาใช้ในทรวางแผนและจัดทำเป็นกิจกรรมการจัดการกระบวนการเรียนรู้ ประกอบด้วย ชื่อกิจกรรม วัตถุประสงค์และเนื้อหา ของแต่ละกิจกรรม โดยในการออกแบบนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินตามขั้น ตอนของการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมที่ประกอบด้วยการเรียนรู้ที่ นวัตกรรม อย่าง ได้แก่ การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) และกระบวนการกลุ่ม (Group Process) ซึ่งมีขั้น ตอน ดังนี้

ขั้นประสบการณ์ เป็นขั้น ตอนเริ่มต้นของการเรียนรู้ที่ให้ผู้ ประกอบการชุมชนแต่ละคน ได้ดึงประสบการณ์เดิมของตนมาใช้ในการเรียนรู้ และแบ่งปันกับผู้อื่นด้วย โดยผู้วิจัยได้จัดประสบการณ์เรียนรู้ โดยเน้นให้ผู้ เรียนได้มีส่วนร่วมและลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง และเน้นการทำงานเป็นกลุ่ม

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ ผู้ ประกอบการชุมชนทุกคนได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ให้ความร่วมมือในการทำงานกลุ่ม ผู้วิจัยต้องช่วยให้ผู้ เรียนได้มีส่วนร่วมในการแสดงออก ร่วมกันคิดและวิเคราะห์จากใบงาน จากคำถาม กรณีศึกษา และวีดิทัศน์ เกิดการเรียนรู้ ภายในกลุ่ม ซึ่งจะทำให้ได้แนวคิดและข้อสรุปร่วมกัน

ขั้นความคิดรวบยอด ผู้วิจัยให้ผู้ ประกอบการประชุมชนส่งตัวแทนในการนำเสนอข้อสรุปสำคัญจากกิจกรรม เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมซึ่งจะนำไปสู่ความคิดรวบยอด ในบางกิจกรรมผู้วิจัยอาจมีการยกตัวอย่างให้ผู้ เรียนเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด ผู้วิจัยให้ผู้ ประกอบการประชุมชนสรุปและรวบรวมความคิดให้เป็นหมวดหมู่ โดยนำความรู้ที่เกิดขึ้นมาใหม่ ๆ นี้ มาเป็นแนวทางในการปฏิบัติและนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง

และใช้กระบวนการกลุ่ม (Group Process) เพื่อส่งเสริมให้ผู้ เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้อย่างสูงสุดซึ่งประกอบด้วย 2 ขั้น ตอน ได้แก่

การมีส่วนร่วมสูงสุด คือ การจัดการเรียนการสอนเป็นกลุ่มย่อย ทุกคนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ตามบทบาทที่กำหนด

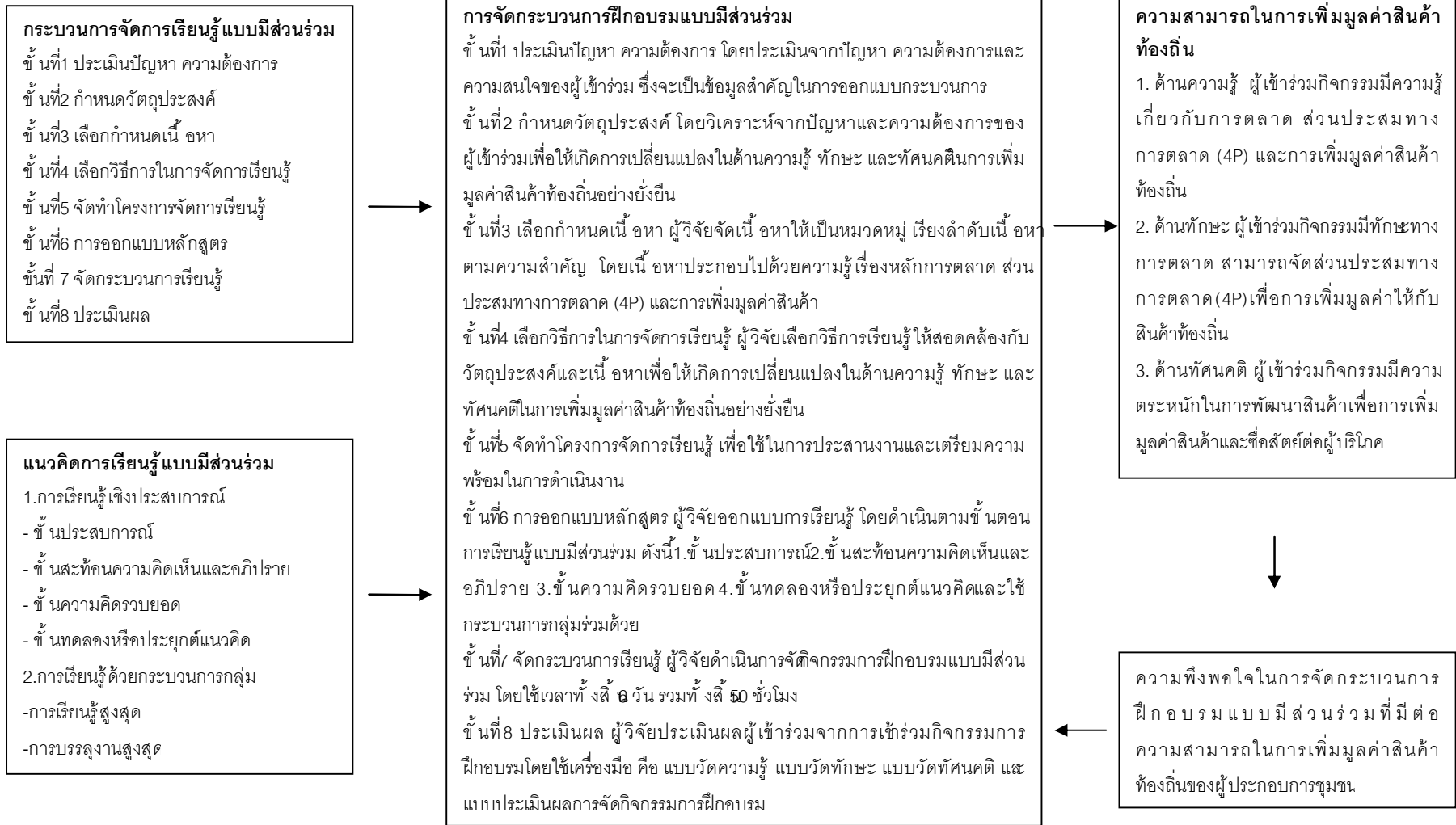
การบรรลุงานสูงสุด คือ การจัดทำใบงาน ใบความรู้ที่กำหนดให้ผู้ เรียนทำกิจกรรมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ในแผนการเรียนรู้

ขั้นที่ 7 การจัดการกระบวนการเรียนรู้ ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม ใช้เวลาทั้งสิ้น ๒ วัน รวมทั้งสิ้น ๒๐ ชั่วโมง ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 10 กิจกรรม

ขั้นที่ 8 การประเมินผล ผู้วิจัยประเมินผลการเรียนรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้เครื่องมือ คือ แบบวัดความรู้ แบบวัดทักษะ แบบวัดทัศนคติ และแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

ดังนั้น ผู้วิจัยได้สรุปออกมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

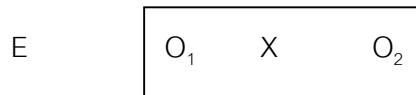


บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน 2) ศึกษาผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน 3) ศึกษาความพึงพอใจในการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

การวิจัยครั้งนี้ เป็นารวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) ผู้วิจัยใช้รูปแบบการทดลองแบบกลุ่มเดียววัดผลสองครั้ง (One-Group Pretest-Posttest Design) ซึ่งมีผังรูปแบบการทดลองดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ, 2540)



- เมื่อ E แทน กลุ่มทดลอง (Experimental Group)
X แทน การจัดกระทำ (treatment)
O₁ แทน การวัดค่าตัวแปรก่อนการจัดกระทำ (Pre-test)
O₂ แทน การวัดค่าตัวแปรหลังการจัดกระทำ (Post-test)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนและแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เพื่อใช้ในการออกแบบและดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัยและกำหนดแผนกิจกรรมต่อไป ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดในการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน
2. แนวคิดการฝึกอบรม
3. แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
4. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
5. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
6. แนวคิดการเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
7. แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการฝึกอบรมซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งของการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนเพื่อจัดกระบวนการฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการชุมชนโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดแผนการจัดกิจกรรมในการเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

2.1 แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน มีขั้นตอนดังนี้

2.1.1 ประเมินปัญหา ความต้องการของผู้เข้าร่วม เป็นขั้นตอนแรกของการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการประเมินปัญหาความต้องการของผู้เข้าร่วมจะเป็นข้อมูลสำคัญในการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่เข้าถึงความสนใจ ปัญหา ความต้องการ และลักษณะการเรียนรู้ของผู้ประกอบการชุมชนเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่สอดคล้องเหมาะสม ซึ่งมีขั้นตอนในการประเมินปัญหาความต้องการของผู้เข้าร่วม ดังนี้

2.1.1.1 การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาความต้องการเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์หรือออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อให้ตรงกับปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการชุมชน โดยมีเป้าหมายให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า

ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยดำเนินการสนทนาโดยมีการกำหนดประเด็นคำถามในการสนทนา และสร้างบรรยากาศการสนทนาอย่างเป็นกันเอง เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

2.1.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสนทนากลุ่ม

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเข้ารับการสนทนากลุ่มครั้งนี้ เป็นการคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเป็นผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชน จำนวน 20 คน

2.1.1.3 การเตรียมสนทนากลุ่ม

1. กำหนดแนวทางการสนทนากลุ่ม (Guidelines) เพื่อใช้วิเคราะห์ในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน โดยผู้วิจัยตั้งประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้น นำประเด็นคำถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจเพื่อพิจารณาความถูกต้องในขั้นต้น จากนั้น นำข้อคำถามมาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

2. ติดต่อประสานกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เพื่อขอทำการจัดสนทนากลุ่มและผู้เข้าร่วมในการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยทำหนังสือถึงคณะครุศาสตร์สุโขทัย มหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ออกหนังสือในการติดต่อการจัดสนทนากลุ่ม

3. จัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ที่จำเป็นในการสนทนากลุ่ม ได้แก่ แนวทางการสนทนากลุ่ม แบบจัดบันทึกข้อมูลสนทนา เทปบันทึกเสียงการสนทนา สถานที่ในการสนทนากลุ่ม อาจจะมีไปถึง เครื่องดื่ม อาหารว่าง เป็นต้น

4. ชักซ้อมทำความเข้าใจระหว่างผู้วิจัยที่เป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มกับผู้ช่วยวิจัยที่ช่วยในการจัดบันทึกการสนทนา เพื่อให้เข้าใจขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและช่วยกันประสานงานระหว่างการสนทนา

2.1.1.4 การจัดสนทนากลุ่ม

1. ผู้วิจัยจัดสนทนากลุ่มโดยมีผู้ประกอบการชุมชนเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 20 คน ในวันเสาร์ที่ 8 ธันวาคม 2555 เวลา 8.00 – 11.00 น. ณ บ้านกุดเต่า ตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

2. ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม โดยแจ้งความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่มครั้งนี้ เริ่มต้นด้วยการแนะนำตนเอง ขออนุญาตบันทึกเสียงในการสนทนา จากนั้น จึงเริ่มเข้าสู่ประเด็นคำถามที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้มาซึ่งปัญหาและความต้องการในการกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

3. ผู้เข้าร่วมทุกคนร่วมกันอภิปรายและแสดงความคิดเห็น และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันในประเด็นต่างๆ อย่างละเอียด

4. ในระหว่างการประชุม นางเยาวภา ทาน้อย เป็นผู้ช่วยวิจัยที่ทำหน้าที่ในการจัดบันทึกการสนทนากลุ่มและทำการบันทึกเสียง

5. ผู้วิจัยได้นำบันทึกการสนทนากลุ่มและข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเสียงที่ผู้ประกอบการชุมชนได้กล่าวไว้ที่มีความชัดเจน มีเหตุผล สอดคล้องกับแนวทางการสนทนากลุ่ม และตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มาดำเนินการแยกแยะและจัดข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ จัดลำดับความสำคัญ นำมาสรุปและเสนอในรูปแบบความเรียง

6. ผู้วิจัยประชุมกับทีมงานและผู้เข้าร่วมเพื่อวิเคราะห์ร่วมกันว่าข้อมูลที่ได้เป็นไปตามความต้องการหรือไม่ อย่างไร เลือกรูปแบบและความต้องการที่แท้จริงเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ วางแผนกิจกรรมการเรียนรู้

2.1.2 กำหนดวัตถุประสงค์

ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์จากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ประเมินปัญหา ความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ในการเขียนวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยมีความต้องการให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดกระบวนการฝึกอบรม มีดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการ

1. ความรู้ เรื่องการตลาด
2. ความรู้ เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า
3. ความรู้ เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์
4. ความรู้ เรื่องบรรจุภัณฑ์
5. ความรู้ เรื่องการส่งเสริมการตลาด

2.1.3 เลือกกำหนดเนื้อหา

การเลือกและกำหนดเนื้อหาในการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม ผู้วิจัยกำหนดให้ตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยเริ่มจาก ผู้วิจัยเลือกหัวข้อเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการแล้วทำการแยกแยะประเด็นเนื้อหา จัดเนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่ตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 เนื้อหาในการจัดกิจกรรม

หัวข้อเนื้อหา	ขอบเขตที่สำคัญเนื้อหา
การตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของการตลาด - แนวคิดทางการตลาด - องค์ประกอบหรือส่วนประสมทางการตลาด
การเพิ่มมูลค่าสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าสินค้า - วิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้า - ประโยชน์ของการเพิ่มมูลค่าสินค้า
การออกแบบผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้เกี่ยวกับหลักการ ขั้นตอนและองค์ประกอบในการออกแบบ - คุณสมบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี - ประโยชน์ของการออกแบบ - คุณสมบัติของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี - การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์
บรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ - หน้าที่และบทบาทของบรรจุภัณฑ์ และประเภทของบรรจุภัณฑ์ - คุณสมบัติและองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ - การเพิ่มมูลค่าสินค้าจากบรรจุภัณฑ์
การส่งเสริมการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและวัตถุประสงค์ องค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาด - การใช้สื่อที่เหมาะสมในการส่งเสริมการตลาด

2.1.4 เลือกวิธีการในการจัดกระบวนการเรียนรู้

ผู้วิจัยเลือกวิธีการที่ใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ โดยผู้วิจัยเลือกให้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการ วัตถุประสงค์และเนื้อหา ซึ่งได้จากการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการต่างๆ ให้สอดคล้องกับ

ความต้องการของผู้เรียน วัตถุประสงค์และเนื้อหาในแต่ละกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านความรู้ ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบบรรยาย อภิปราย การใช้กรณีศึกษา ประกอบการใช้สื่อต่างๆ เช่น วีดิทัศน์ รูปภาพ ตัวอย่างจริง เป็นต้น

- ด้านทักษะ ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบ การลงพื้นที่จริง การลงมือปฏิบัติ การแสดงบทบาทสมมติ

- ด้านทัศนคติ ผู้วิจัยใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เน้นให้ผู้เข้าร่วมได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยใช้รูปแบบ การระดมสมอง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม

2.1.5 จัดทำโครงการจัดการเรียนรู้

ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ โดยนำมากำหนดเป็นเนื้อหาและวิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยผู้วิจัยจัดทำโครงการขึ้นเพื่อใช้ในการประสานงานและเตรียมความพร้อมในด้านการจัดการต่างๆ ก่อนการดำเนินงาน ซึ่งองค์ประกอบในการจัดทำโครงการ มีดังนี้

1. ชื่อโครงการ
2. หลักการและเหตุผล
3. วัตถุประสงค์
4. กลุ่มเป้าหมาย
5. เนื้อหา
6. วิธีการในการจัดการเรียนรู้
7. ขั้นตอนการดำเนินงาน
8. วันและเวลา
9. สถานที่
10. กำหนดการ
11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
12. การติดตามและประเมินผล
13. งบประมาณ

2.1.6 การออกแบบกระบวนการเรียนรู้

การออกแบบกระบวนการเรียนรู้ โดยใช้การฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้รวบรวมสิ่งที่ดำเนินงานในขั้นตอนนี้ที่ผ่านมา นำมาใช้ในการวางแผนและจัดทำกระบวนการฝึกอบรม ประกอบด้วย ชื่อกิจกรรม วัตถุประสงค์และเนื้อหาของแต่ละกิจกรรม ขั้นตอนการจัดกระบวนการฝึกอบรม ระยะเวลา และอุปกรณ์ โดยในการออกแบบนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบตามหลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ขั้นประสบการณ์** เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนดึงประสบการณ์ของตนเองนำมาใช้ในการเรียนรู้ และสามารถแบ่งปันให้กับผู้อื่นด้วย

ขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนที่เริ่มต้นในการเรียนรู้ที่จะให้ผู้ประกอบการชุมชนแต่ละคนได้มีการคิด ทบทวน และรวบรวมประสบการณ์เดิมของตนเองที่ได้ประสบมาเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การกำหนดราคา การจำหน่ายสินค้า และการส่งเสริมการตลาดหรือการส่งเสริมการขาย ซึ่งในการจัดการฝึกอบรมนี้ เน้นให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติด้วยตนเองและทำงานเป็นกลุ่ม และผู้วิจัยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้มีความพร้อมทั้งเนื้อหาการเรียนรู้ การสอน สถานที่เรียน แบ่งผู้เรียนออกเป็นกลุ่มย่อย ซึ่งแจ้งวิธีการสอน เนื้อหาการเรียนรู้ ระยะเวลาการจัดในแต่ละกิจกรรม โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นจะต้องมีความเหมาะสมกับผู้ประกอบการชุมชน ได้แก่ การอภิปรายกลุ่ม บทบาทสมมติ เพลง สถานการณ์จำลอง เป็นต้น

2. **ขั้นการสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย** เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นของตนเองและแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในกลุ่ม มีการอภิปรายกลุ่ม

ผู้ประกอบการชุมชนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นของตนเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ มีความร่วมมือในการทำงานกลุ่ม เป็นการถ่ายทอดประสบการณ์การเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพราะประสบการณ์ของแต่ละคนอาจไม่เหมือนกันแม้จะเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ผู้สอนจะต้องช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการชุมชนแต่ละคนมีส่วนร่วมในกิจกรรม มีการแสดงความคิดเห็น กล้าแสดงออก เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เป็นการเรียนรู้ที่ช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง มีประสบการณ์การเรียนรู้เพิ่มขึ้น อย่างถูกต้องและเหมาะสม

3. ขั้นความคิดรวบยอด เป็นขั้น ขั้นตอนการสร้างความเข้าใจของผู้เรียนและนำไปสู่การคิดรวบยอด

ในขั้นตอนนี้ ผู้ประกอบการชุมชนแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนนำเสนอข้อสรุป เนื้อหาสำคัญ เพื่อให้ผู้ประกอบการชุมชนเกิดความเข้าใจในข้อมูลที่ได้ และนำไปสู่การคิดรวบยอด โดยผู้วิจัยจะต้องช่วยชี้แจงและยกตัวอย่างให้เห็นได้ชัดเจนขึ้น

4. ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด เป็นขั้น ขั้นตอนที่ผู้เรียนนำผลการเรียนที่ได้จากการสรุปความเข้าใจและความคิดรวบยอดไปประยุกต์ใช้จริง

ผู้วิจัยให้ผู้ประกอบการชุมชนทำการสรุป รวบรวมความคิด โดยนำความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่มาประยุกต์ใช้และนำไปปฏิบัติจริงและใช้กระบวนการกลุ่ม (Group Process) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ อย่างสูงที่สุดซึ่งประกอบด้วย 2 ขั้น ตอน ได้แก่

การมีส่วนร่วมสูงสุด คือ การจัดการเรียนการสอนเป็นกลุ่มย่อยเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ตามบทบาทที่กำหนดได้อย่างเต็มที่

การบรรลุนานสูงสุด คือ การจัดทำใบงาน ใบความรู้ที่ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทำ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้

ในแต่ละช่วงกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยออกแบบขั้นตอนเพื่อช่วยในการเตรียมตัว เตรียมเนื้อหาให้ชัดเจน ช่วยในการเชื่อมโยงนำไปสู่กิจกรรม โดยผู้วิจัยกำหนดให้มีกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

ช่วงเกริ่นนำ เป็นช่วงที่จะนำเข้าสู่เนื้อหาของกิจกรรมนั้น เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจและสร้างความเข้าใจให้ผู้เรียนทราบถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรม โดยกิจกรรมอาจจะ เป็นเพลง การใช้เกม เพื่อสร้างความมีส่วนร่วมให้แก่ผู้เรียน

ช่วงชี้แจงวัตถุประสงค์และเนื้อหา เมื่อผู้วิจัยได้เกริ่นนำแล้วก็ทำการชี้แจงสาระสำคัญและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่จะดำเนิน โดยมีการเชื่อมโยงจากเนื้อหาในช่วงที่ผ่านมาหรือความสำคัญของเนื้อหา

ช่วงดำเนินกิจกรรม เป็นช่วงที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เริ่มด้วยการมีส่วนร่วมของผู้เรียน เช่น การเริ่มด้วยการตั้งคำถาม ระดมความคิดเพื่อหาคำตอบจากผู้อื่น เปิดโอกาสให้ผู้เรียนแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และอภิปรายข้อมูล จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลที่ได้ไปสรุป

ช่วงสรุปประมวล ผู้วิจัยทำการสรุปประมวลข้อคิดเห็น ข้อมูล และสิ่งที่ได้เรียนรู้ร่วมกันในแต่ละกิจกรรม เพื่อเป็นการเน้นถึงประเด็นหรือสาระที่สำคัญ เชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมอื่นต่อไป

เมื่อผู้วิจัยได้จัดทำกำหนดการแล้ว จึงได้ทำการออกแบบหลักสูตรการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม โดยการนำแต่ละช่วงของเนื้อหาออกมาออกแบบเป็นขั้น ตอนและเลือกวิธีการที่จะใช้ในแต่ละช่วงของเนื้อหาของแต่ละกิจกรรม ซึ่งเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้กำหนดและสร้างขึ้นมา นั้น ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระ เทคนิคที่ใช้ในการจัดกิจกรรม จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ระยะเวลาในการจัดกิจกรรม สื่อและอุปกรณ์ ขั้น ตอนในการจัดกิจกรรม และการประเมินผลภาคผนวก ข)

ตารางที่ 3.2 กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เนื้อหาสาระ	รูปแบบและวิธีการ
1. ดอกไม้นี้เพื่อคุณ	1. เพื่อสร้างความรู้ จักกัน และสร้างความคุ้นเคย สร้างความรู้สึกที่ดีที่ได้ออกพบกัน 2. เพื่อละลายพฤติกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	เป็นการทำความรู้จักกันเบื้องต้น มีการสื่อสารเพื่อคุ้นเคยกันมากขึ้น เป็นประโยชน์ต่อการทำกิจกรรมเป็นกลุ่ม	ใช้การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมทุกคน ใช้ดนตรีช่วยเพิ่มบรรยากาศให้สนุกสนานยิ่งขึ้น
2. ลูกบอลแสนสนุก	1. เพื่อให้ทุกคนรู้จักกันและกันมากขึ้น 2. เพื่อความสนุกสนาน	เป็นการทำความรู้จักกันให้มากยิ่งขึ้น กว่าเดิมและทุกคนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	ใช้เกมส์ประกอบการดนตรีในการทำกิจกรรม

ตารางที่ 3.2 กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน(ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เนื้อหาสาระ	รูปแบบและวิธีการ
3.จุดมุ่งหมาย	<p>1.เพื่อให้ทุกคนเข้าใจจุดมุ่งหมาย ความต้องการ ความคิด ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดว่าต้องการอะไรบ้างจากการเรียนรู้ครั้งนี้</p> <p>2.เพื่อสร้างจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนร่วมกันในการนำไปสู่จุดหมายปลายทางที่ตั้งไว้ของกิจกรรมการเรียนรู้</p>	<p>ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็นร่วมกัน มีจุดหมายเดียวกัน</p>	<p>ใช้การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมทุกคนในการแสดงความคิดเห็น เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายของการเรียนรู้ร่วมกัน</p>
4. Marketing	<p>1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้พื้นฐานในเรื่องการตลาด</p> <p>2.เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้และสามารถบอกความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบหรือส่วนประสมของการตลาดได้</p>	<p>- ความรู้พื้นฐานเรื่องการตลาด</p> <p>- ความหมายและความสำคัญของการตลาด</p> <p>- องค์ประกอบหรือส่วนประสมทางการตลาด</p>	<p>ใช้การมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมทุกคนในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการชมวีดิทัศน์และใช้กระบวนการกลุ่มในการวิเคราะห์และระดมสมอง และใช้การแสดงบทบาทสมมติ</p>

ตารางที่ 3.2 กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
ท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน(ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เนื้อหาสาระ	รูปแบบและ วิธีการ
5.เพิ่มมูลค่า	1. เพื่อให้ ผู้เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้เรื่อง การเพิ่มมูลค่าสินค้า 2. เพื่อให้ ผู้เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้ และ เข้าใจถึงความสำคัญ วิธีการ และประโยชน์ ของการเพิ่มมูลค่าสินค้า	- ความรู้ ความสำคัญ วิธีการ และประโยชน์ ของการเพิ่มมูลค่า สินค้า	ใช้กระบวนการ ทำงานเป็นกลุ่มใน การลงพื้นที่/ ให้ สมาชิกร่วมกัน ระดมความคิดจาก สิ่งที่ได้สังเกตและ จับบันทึกมาหา ข้อสรุปร่วมกัน/ใช้ กระบวนการกลุ่มใน การอภิปรายและ สรุปร่วมกัน
6.ออกแบบให้ดูดี	1. เพื่อให้ ผู้เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้ เรื่อง ออกแบบผลิตภัณฑ์ 2. เพื่อให้ ผู้เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้ และ ความเข้าใจถึง ความหมาย และ ความสำคัญเกี่ยวกับ หลักการ ขั้นตอนและ องค์ประกอบในการ ออกแบบ คุณสมบัติการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี	-ความรู้ เกี่ยวกับ หลักการ ขั้นตอนและ องค์ประกอบในการ ออกแบบ คุณสมบัติ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ดี ประโยชน์ของการ ออกแบบ และ คุณสมบัติของนัก ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี -การสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการออกแบบ ผลิตภัณฑ์	ใช้การมีส่วนร่วม ของผู้เข้าร่วมทุกคน ในการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นจาก การชมวิดีโอทัศน์และ ใช้กระบวนการกลุ่ม ในการวิเคราะห์และ ระดมสมอง/นำ ความรู้มา ประยุกต์ใช้ในการ ออกแบบ

ตารางที่ 3.2 กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน(ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เนื้อหาสาระ	รูปแบบและวิธีการ
6. ออกแบบให้ดูดี (ต่อ)	<p>ประโยชน์ของการออกแบบ และคุณสมบัติของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี</p> <p>3. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบ</p>		
7. Package และ นสวย	<p>1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ เรื่องบรรจุภัณฑ์ (Package)</p> <p>2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และความเข้าใจถึงความหมายและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ หน้าทีและบทบาทของบรรจุภัณฑ์ ประเภทของบรรจุภัณฑ์ คุณสมบัติและองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์</p>	<p>- ความหมาย และความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ (Package)</p> <p>-หน้าที่และบทบาทของบรรจุภัณฑ์</p> <p>-ประเภทคุณสมบัติองค์ประกอบ และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์</p>	<p>ใ ช้ กระบวนการกลุ่มย่อย ในการคิดวิเคราะห์จากภาพถ่ายตัวอย่าง และ ตัวอย่างจริง และจากใบงาน/ใช้การมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หาข้อสรุป</p>

		ภัณฑ์ -การสร้าง มูลค่าเพิ่ม จากบรรจุ ภัณฑ์	ร่วมกัน/ ใช้ การ วาดภาพ เพื่อ ประยุกต์ ความรู้ที่ ได้รับมา/ ใช้ กระบวนก ารกลุ่มใน การ อภิปราย นำเสนอ ผลงาน การ
--	--	--	--

ตารางที่ 3.2 กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
ท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน(ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เนื้อหาสาระ	รูปแบบและ วิธีการ
7. Package แสนสวย (ต่อ)	3. เพื่อให้ ผู้เข้าร่วม กิจกรรมตระหนักถึง ความสำคัญของการ พัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อ เพิ่มมูลค่าสินค้า 4. เพื่อให้ ผู้เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้ และ สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า จากบรรจุภัณฑ์โดยใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น		ออกแบบบรรจุ ภัณฑ์และประเมิน การออกแบบของ แต่ละกลุ่ม

8. โป ร โ ม ท - โปรโมชัน	1. เพื่อให้ ผู้ เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้เรื่อง การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 2. เพื่อให้ ผู้ เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้ความ เข้าใจถึงความหมายและ วัตถุประสงค์ องค์ประกอบของการ ส่งเสริมการตลาด ได้ เรียนรู้วิธีการส่งเสริม การตลาดแต่ละวิธีและ การใช้สื่อที่เหมาะสม	-ความหมายและ ควา ม ส ำ ค ัญ วัตถุประสงค์และ องค์ประกอบของการ ส่งเสริมการตลาด -วิธีการส่งเสริม การตลาดและการ เลือกใช้สื่อในการ ส่งเสริมการตลาดที่ เหมาะสม	ใช้การมีส่วนร่วมใน การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นใช้ กระบวนการกลุ่มใน การคิดวิเคราะห์ และระดมสมองเพื่อ ตอบคำถามจากใบ งานและหาข้อสรุป ร่วมกัน / ใช้ กระบวนการกลุ่มใน การอภิปรายและ สรุปร่วมกัน/ใช้การ มีส่วนร่วมเพื่อวาง
-----------------------------	--	---	--

ตารางที่ 3.2 กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
ท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน(ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เนื้อหาสาระ	รูปแบบและ วิธีการ
8. โป ร โ ม ท - โปรโมชัน (ต่อ)	3. เพื่อให้ ผู้ เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้และ สามารถประยุกต์ไปใช้ใน การวางแผนการส่งเสริม การตลาดให้กับสินค้า ของตนเอง		แผนการส่งเสริม การตลาดให้กับ ผลิตภัณฑ์ของ ชุมชนโดยนำความรู้ ที่เกิดขึ้นมา ประยุกต์ใช้
9. ฉันทพร้อมแล้ว	1. เพื่อให้ ผู้ เข้าร่วม กิจกรรมได้นำความรู้ที่ ได้รับจากการเรียนรู้มาใช้	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ แสดง ความ รู้ ความสามารถของ	ใช้กระบวนการกลุ่ม ในการคิดวิเคราะห์ แลกเปลี่ยนความ

	<p>ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับสินค้าท้องถิ่นของตนเอง</p> <p>2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ฝึกทักษะที่ได้รับจากการเรียนรู้</p> <p>3. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีเจตคติที่ดีในการเตรียมความพร้อมด้านวัสดุ อุปกรณ์ และปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง สามารถนำวัสดุ อุปกรณ์ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า</p>	<p>ตนเองและได้ฝึกทักษะเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าของตนเองและผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีเจตคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการ</p>	<p>คิดเห็น ทบทวน ความรู้จากกิจกรรมที่ผ่านมาและหาข้อสรุปร่วมกัน/ ใช้การมีส่วนร่วมในการประยุกต์ความรู้ที่ได้มาใช้อย่างจริงจังกับผลิตภัณฑ์และชุมชนของตนเองและนำเสนอผลงาน/มีการประเมินผลงานของแต่ละกลุ่ม</p>
--	---	--	--

ตารางที่ 3.2 กิจกรรมการฝึกอบรบแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน(ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	เนื้อหาสาระ	รูปแบบและวิธีการ
9. ชั้นพร้อมแล้ว (ต่อ)	<p>4. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตระหนักถึงความสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง</p>		
10.สรุปการเรียนรู้	<p>เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้ทบทวนและสรุปการเรียนรู้ที่ได้รับ</p>	<p>กิจกรรมการเรียนรู้ทั้งหมดในแต่ละวัน</p>	<p>ใช้การมีส่วนร่วมและกระบวนการกลุ่มในการแสดง</p>

	จากการเข้าร่วมกิจกรรม		ความคิดเห็น
--	-----------------------	--	-------------

2.1.7 การจัดกระบวนการเรียนรู้

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของผู้ประกอบการชุมชนในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นที่เป็นผู้ประกอบการชุมชน ในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งใช้เวลาทั้งสิ้น 16 วัน รวมทั้งสิ้น 50 ชั่วโมง ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 10 กิจกรรม ซึ่งขั้นตอนและกิจกรรมมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงการกำหนดการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
กำหนดการวันที่ 1

9.00 -10.00	- ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม/แนะนำตัว
10.00-12.00	- กิจกรรมละลายพฤติกรรม
12.00 -13.00	- พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 -15.00	- พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้จัดกิจกรรม

	- ทำ pre-test
--	---------------

กำหนดการวันที่ 2

8.00 - 12.00	กิจกรรม "Marketing"
12.00 - 13.00	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00	กิจกรรม "Marketing" (ต่อ)
17.00-18.00	กิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"

กำหนดการวันที่ 3

8.00 - 12.00	กิจกรรม "การเพิ่มมูลค่า"
12.00 - 13.00	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00	กิจกรรม "เพิ่มมูลค่า" (ต่อ)
17.00-18.00	กิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"

กำหนดการวันที่ 4

8.00 - 12.00	กิจกรรม "ออกแบบให้ดูดี"
12.00 - 13.00	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00	กิจกรรม " Package แส่นสวย"
17.00-18.00	กิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"

กำหนดการวันที่ 5

8.00 - 12.00	กิจกรรม "โปรโมท – โปรโมชั่น"
12.00 - 13.00	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00	กิจกรรม "โปรโมท – โปรโมชั่น" (ต่อ)
17.00-18.00	กิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"

กำหนดการวันที่ 6

8.00 - 12.00	กิจกรรม "ฉันทพร้อมแล้ว"
--------------	-------------------------

12.00 - 13.00	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 – 16.00	กิจกรรม "ฉันพร้อมแล้ว" (ต่อ)
16.00-18.00	กิจกรรม “สรุปการเรียนรู้” - ผู้วิจัยสรุปกิจกรรมในภาพรวม - ทำ post-test และแบบประเมินผลการจัดกระบวนการ ฝึกอบรม - ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณ มอบของที่ระลึก และกล่าวปิดกิจกรรม

2.1.8 การประเมินผล

ผู้วิจัยประเมินผลการเรียนรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้แบบวัดเป็นเครื่องมือในการประเมินผลความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผู้ประกอบการชุมชนตามมาตรฐาน 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะการปฏิบัติงาน และด้านทัศนคติ และแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

1. แบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ผู้วิจัยได้สร้างข้อสอบเป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ มี 4 ตัวเลือก จำนวน 25 ข้อ ซึ่งมีเนื้อหาของข้อคำถามเกี่ยวกับการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า จำแนกได้เป็น ดังนี้

ตารางที่ 3.4 จำนวนข้อคำถามแบบวัดความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า

สาระสำคัญ	จำนวนข้อคำถาม	ข้อที่
ความรู้ เรื่องการตลาด	19	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11, 12,13,14,15,16,17,18,19
ความรู้ เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า	6	20,21,22,23,24,25
รวม	25	

ซึ่งขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือมีดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการสร้างแบบทดสอบ หลักการวัดและการประเมินผล
- 2) ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า
- 3) สร้างแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า โดยศึกษาจากเนื้อหา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า เป็นข้อคำถามแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ (Multiple choice) มี 4 ตัวเลือก จำนวน 25 ข้อ ซึ่งใช้ในการประเมินความรู้ ก่อนและหลังเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ตอบถูก คะแนนเท่ากับ 1

ตอบผิด คะแนนเท่ากับ 0

การแปรผลคะแนนประยุกต์จากการแปรผลคะแนนของสว้างจิตต์ จันทร (2544) ดังนี้
คะแนน 17-25 หมายถึง มีความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าในระดับดี

คะแนน 12-16 หมายถึง มีความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าในระดับพอใช้

คะแนนต่ำกว่า 12 หมายถึง มีความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าในระดับต้องปรับปรุง

4) ผู้วิจัยนำแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ถูกต้องในขั้นต้น จากนั้นนำแบบวัดความรู้มาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

5) ผู้วิจัยนำแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า ที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษานอกระบบโรงเรียน

- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิสาหกิจชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การวัดค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (item-objective congruency index : IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องกับ เนื้อหา(ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2550) สอดคล้องกับ คณะกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาการ พัฒนาเครื่องมือประเมินการศึกษา (2545) ที่ระบุว่า ค่า IOC ที่มีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อสอบ วัดหรือเป็นตัวแทนจุดประสงค์ของวิชาที่นี้ เนื่องจากการตรวจสอบพบว่า มีข้อคำถามในแบบวัด ความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สอดคล้องทั้งหมด 25 ข้อ อย่างไรก็ตาม ในบางข้อ คำถามผู้วิจัยได้ปรับแก้ด้านภาษาในโจทย์คำถามและตัวเลือกให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย เรียงข้อ คำถามตามความยากง่าย รวมทั้งขีดเส้นใต้ คำว่า “ไม่ใช่” “ควร” และ “มากที่สุด” เพื่อความชัดเจน ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

6) ผู้วิจัยนำวัดความรู้ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเนื้อหาไปหาความเที่ยง (Reliability) ทั้งฉบับ โดยนำวัดความรู้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนใน บริเวณตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และมีความ คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนั้น นำมาหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบวัด ด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์ แอลฟาของคอนบราค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเที่ยง ที่เหมาะสม ควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2552) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีค่า เท่ากับ 0.68 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงอยู่ในระดับปานกลาง

7) ผู้วิจัยนำแบบวัดความรู้ไปวิเคราะห์รายข้อเพื่อหาความยาก (Level of Difficulty หรือว่าค่า p) เลือกแบบวัดความรู้ที่มีความยากง่ายตั้งแต่ 0.20-0.80 และค่าอำนาจจำแนก (Discrimination of Power หรือว่าค่า r) ที่ใช้ได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (วรรณิ แกมเกต, 2551) ซึ่งแบบวัดความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความยากง่าย ระหว่าง 0.24 – 0.80 และมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.23 - 0.65 ซึ่งถือว่าแบบวัดความรู้นี้ ใช้ได้

8) ผู้วิจัยนำแบบวัดความรู้ที่ได้ผ่านการตรวจสอบทั้งความตรงเนื้อหาและหาความ เที่ยงแล้วไปจัดพิมพ์เป็นแบบวัดความรู้ ฉบับสมบูรณ์

2. แบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามจำนวน 24 ข้อ โดยให้มีเนื้อหาครอบคลุมพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงทักษะทางการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน

ซึ่งขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือมีดังนี้

1) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการวัดและการประเมินผล

2) ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทักษะการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการชุมชนที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า

3) สร้างแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า โดยศึกษาจากเนื้อหา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาสอดคล้องและครอบคลุมกับโครงสร้างเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Scale Type) ดังนี้

5 หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นมากที่สุด

4 หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นมาก

3 หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นปานกลาง

2 หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นน้อย

1 หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นน้อยที่สุด

การพิจารณาคะแนนมีการประเมินผลตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย ดังนี้ (ประคองกรรณสูตร, 2542)

4.50-5.00 หมายถึง มีทักษะในการปฏิบัติงานมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มีทักษะในการปฏิบัติงานมาก

2.50-3.49 หมายถึง มีทักษะในการปฏิบัติงานปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง มีทักษะในการปฏิบัติงานน้อย

1.00-1.49 หมายถึง มีทักษะในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด

4) ผู้วิจัยนำแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ถูกต้องในขั้นต้น จากนั้นนำแบบวัดทักษะมาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

5) ผู้วิจัยนำแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษานอกระบบโรงเรียน

- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิสาหกิจชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การวัดค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (item-objective congruency index : IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องกับ เนื้อหา(ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2550) สอดคล้องกับ คณะกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาการ พัฒนาเครื่องมือประเมินการศึกษา (2545) ที่ระบุว่า ค่า IOC ที่มีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อสอบ วัดหรือเป็นตัวแทนจุดประสงค์ของวิชา ทั้งนี้ เนื่องจากการตรวจสอบพบว่า มีข้อคำถามในแบบวัด ทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สอดคล้องทั้งหมด 24 ข้อ อย่างไรก็ดี ในบางข้อคำถามผู้วิจัยได้ ปรับแก้ภาษาให้มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ

6) ผู้วิจัยนำแบบวัดทักษะที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเนื้อหาไปหาความเที่ยง (Reliability) ทั้งฉบับ โดยนำแบบวัดทักษะไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนใน บริเวณตำบลนามะเือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และมีความ คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบวัดทักษะไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) ทั้งฉบับ ด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบราค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเที่ยงที่เหมาะสม ควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2552) จากผลการคำนวณ พบว่า แบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.81 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงอยู่ในระดับสูง

7) ผู้วิจัยนำแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ได้ผ่านการตรวจสอบทั้ง ความตรงเนื้อหาและหาความเที่ยงแล้วไปจัดพิมพ์เป็นแบบวัดทักษะฉบับสมบูรณ์

3. แบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามจำนวน 24 ข้อ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่อง การตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ซึ่งขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือมีดังนี้

1) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการวัดและการประเมินผล

2) ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติที่มีใน เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน

3) สร้างแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า โดยข้อคำถามของแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Scale Type) ดังนี้

- 5 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันมากที่สุด
- 4 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันมาก
- 3 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันปานกลาง
- 2 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันน้อย
- 1 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันน้อยที่สุด

การพิจารณาคะแนนทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีการประเมินผลตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย ดังนี้ (ประคอง กรวรรณสูตร, 2542)

- 4.50-5.00 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันมากที่สุด
- 3.50-4.49 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันมาก
- 2.50-3.49 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันปานกลาง
- 1.50-2.49 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันน้อย
- 1.00-1.49 หมายถึง ข้อความนี้ นตรงกับความคิดเห็นของฉันน้อยที่สุด

4) ผู้วิจัยนำแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ถูกต้องในขั้นต้น จากนั้น นำแบบวัดทัศนคติมาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

5) ผู้วิจัยนำแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา(Content Validity) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษานอกระบบโรงเรียน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิสาหกิจชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การวัดค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (item-objective congruency index : IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องกับเนื้อหา(ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2550) สอดคล้องกับ คณะกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาการ

พัฒนาเครื่องมือประเมินการศึกษา (2545) ที่ระบุว่า ค่า IOC ที่มีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าข้อสอบวัดหรือเป็นตัวแทนจุดประสงค์ของวิชา ทั้งนี้ เนื่องจากการตรวจสอบพบว่า มีข้อคำถามในแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สอดคล้องทั้งหมด 24 ข้อ อย่างไรก็ตาม ในบางข้อคำถามผู้วิจัยได้ปรับแก้ภาษาให้มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ

6) ผู้วิจัยนำแบบวัดทัศนคติ ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเนื้อหาไปหาความเที่ยง (Reliability) ทั้งฉบับ โดยนำแบบวัดทัศนคติไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้ประกอบการชุมชนในบริเวณตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และมีความคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบวัดทัศนคติไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) ทั้งฉบับ ด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเที่ยงที่เหมาะสม ควรมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2552) จากผลการคำนวณ พบว่า แบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.82 ซึ่งถือว่ามีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับสูง

7) ผู้วิจัยนำแบบวัดทัศนคติที่ได้ผ่านการตรวจสอบทั้งความตรงเนื้อหาและหาความเที่ยงแล้วไปจัดพิมพ์เป็นแบบวัดทัศนคติฉบับสมบูรณ์

4. แบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Scale Type) จำนวน 13 ข้อ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบประเมิน ดังนี้

1) ศึกษาทฤษฎี ตำรา และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการจัดกิจกรรม และได้จัดทำแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม โดยสังเคราะห์ออกมาเป็นข้อคำถามตามองค์ประกอบ ดังนี้

- องค์ประกอบด้านเนื้อหา จำนวน 3 ข้อ
- องค์ประกอบด้านวิทยากร จำนวน 3 ข้อ
- องค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมจำนวน 7 ข้อ

โดยข้อคำถามของแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Scale Type) ซึ่งมีความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด
- 4 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกของท่านมาก

3 หมายถึง ข้อความนี้ ตรงกับความพึงพอใจของท่านปานกลาง

2 หมายถึง ข้อความนี้ ตรงกับความพึงพอใจของท่านน้อย

1 หมายถึง ข้อความนี้ ตรงกับความพึงพอใจของท่านน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการประเมิน คือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในรูปแบบและความเหมาะสมของกิจกรรม ซึ่งค่ามัธยฐานเลขคณิตที่ได้จากข้อความแต่ละข้อจะใช้จุดทศนิยมเพียง 2 ตำแหน่ง โดยมีความหมาย ดังนี้ (ประคอง กรรณสูตร, 2542)

4.50-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.50-3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00-1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

2) นำแบบประเมินมาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา(Content Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการศึกษานอกระบบโรงเรียน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิสาหกิจชุมชน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การวัดค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (item-objective congruency index : IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งเชื่อว่าจะมีความสอดคล้องกับเนื้อหา(ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2550) ทั้งนี้ จากการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา พบว่า ข้อคำถามในแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ทั้ง 13 ข้อ มีความสอดคล้องกันทั้งหมด โดยมีค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) รวมทั้งฉบับเท่ากับ 1 นั่นคือ ข้อคำถามของแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมที่สังเคราะห์ขึ้น มีความสอดคล้องกับหลักการประเมินผลการจัดกิจกรรม อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดีในบางข้อคำถาม ผู้วิจัยได้

ปรับแก้ภาษา และเพิ่มเติมรายละเอียดของข้อความให้มีความเหมาะสมและชัดเจนตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการทดลอง

เมื่อได้แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการทดลองโดยการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนที่ได้สร้างขึ้น โดยดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นก่อนการทดลอง

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดต่อขออนุญาตกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อขอจัดการสนทนากลุ่ม ข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
2. ผู้วิจัยขอความร่วมมือกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อขอกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ เพื่อมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่มจำนวน 20 คน

3. ผู้วิจัยขอความร่วมมือกับผู้ ประกอบการชุมชนที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลนา มะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภูเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้โดยใช้ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 30 คน

4. ผู้วิจัยนำแบบวัดความรู้ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สร้างขึ้นไปวัด ความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้ากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างก่อนเข้าร่วมกิจกรรม(Pre-test)

5. ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การเรียนรู้ การดำเนินกิจกรรม การประเมินผล และ ประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรม

ขั้นทดลอง

6. ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถใน การเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้ผู้ ประกอบการชุมชนซึ่งใช้เวลาทั้งสิ้น 16 วัน รวมทั้งสิ้น 150 ชั่วโมง ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 10 กิจกรรม ณ บ้านกุดเต่า ตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งขั้นตอนและกิจกรรมมีในรายละเอียดการจัดกระบวนการเรียนรู้

ขั้นหลังการทดลอง

7. หลังจากดำเนินการทดลอง ผู้วิจัยนำแบบวัดความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่ม มูลค่าสินค้าไปวัดระดับความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้ากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างหลังการเข้าร่วมกิจกรรม(Post-test)

8. ผู้วิจัยนำแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ไปวัดระดับทักษะในการเพิ่มมูลค่า สินค้ากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างหลังการเข้าร่วมกิจกรรม

9. ผู้วิจัยนำแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ไปวัดระดับความคิดเห็นเรื่อง การเพิ่มมูลค่าสินค้ากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างหลังการเข้าร่วม กิจกรรม

10. ผู้วิจัยนำแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจหลังจากเข้าร่วมกิจกรรม

ขั้นการเก็บรวบรวมข้อมูล

11. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลคะแนนความรู้ เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า คะแนนแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า คะแนนแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า และ ผลความพึงพอใจหลังจากเข้าร่วมกิจกรรม

12. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติทดสอบที (t-test)

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Window โดยกำหนดขั้น ตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ ประกอบการชุมชนโดยใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
3. การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนและหลังการทดลองจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติทดสอบที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญ .05
4. การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมจากแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (วรรณี แกมเกต, 2549) มีสูตร ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
 $\sum x$ แทน ผลคูณระหว่างคะแนนกับความถี่ของคะแนนนั้น
 N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

2. การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2552) มีสูตร ดังนี้

$$S. D. = \sqrt{\frac{N \sum fx^2 - (\sum fx)^2}{N(N - 1)}}$$

เมื่อ	$S.D.$	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	x	แทน	คะแนนที่กำหนดตามสเกล
	f	แทน	จำนวนผู้ตอบแต่ละข้อคำถาม
	N	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

3. การหาค่าความตรงตามเนื้อหา(Content Validity) ของแบบทดสอบในแต่ละข้อ ใช้สูตร IOC หาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด ดัชนีวิธีนี้ (แกมเกตู, 2551)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาจุดประสงค์
	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

4. การหาค่าความเที่ยงด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) (ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ, 2552) มีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน	ความเที่ยงของแบบสอบถาม
	n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	S_i^2	แทน	ความแปรปรวนของข้อสอบแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ คำนวณจาก
	$S_t^2 = \frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N^2}$		
เมื่อ	N	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
	X	แทน	คะแนนรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

5. สถิติที (t-test) โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n \sum D^2 - (\sum D)^2}{n-1}}}, df = n-1$$

เมื่อ D แทน ความแตกต่างระหว่างคะแนนแต่ละคู่
n แทน จำนวนคู่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพและบริบทชุมชนของตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ตอนที่ 2 ผลของการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ตอนที่ 3 สถานภาพทั่วไปของผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ตอนที่ 4 ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน นำเสนอผลค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติ

ตอนที่ 5 ผลของการใช้กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ตอนที่ 6 ผลของการประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ตอนที่ 1 สภาพและบริบทชุมชนของตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

1. บริบทชุมชน

สภาพทั่วไปของตำบลนามะเฟือง ตำบลนามะเฟือง อยู่ห่างจากจังหวัดหนองบัวลำภู 22 กิโลเมตร ประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านนาอ่าง บ้านทรายงาม บ้านโนนสว่าง บ้านหนองศาลา บ้านกุดเต่า บ้านโนนสมบูรณ์ บ้านหนองสองห้อง มีประชากร 5,797 คน โดยมีครัวเรือนจำนวน 1,024 ครัวเรือน ลักษณะของการตั้งบ้านเรือนของประชาชนภายในตำบลนามะเฟืองจะตั้งบ้านเรือนอยู่กันเป็นกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่บ้านที่อยู่ใกล้เคียงกันจะเป็นของญาติ ลักษณะบ้านส่วนใหญ่จะเป็นบ้านไม้และบ้านครึ่งปูนครึ่งไม้ ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนจะเป็นลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

ลักษณะทางกายภาพและสภาพทางภูมิศาสตร์ พื้นที่ตำบลนามะเฟืองโดยทั่วไปส่วนใหญ่จะมีสภาพพื้นที่ที่เป็นภูเขาและที่ราบลุ่ม

ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลบ้านขาม อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ทิศใต้ ติดกับ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู

ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลอุ้มผาง อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี

ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลหัวนาอำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

วิถีชีวิต ประชาชนในตำบลนามะเฟืองมีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ทำนาข้าว เลี้ยงสัตว์ ทำไร่ไถ่ ในช่วงว่างหลังฤดูเก็บเกี่ยวประชาชนบางส่วนก็ทำอาชีพเสริม เช่น การทอผ้าไหม การจักรสานต่างๆ ทำปุ๋ยชีวภาพ ปุ๋ยอัดเม็ด เป็นต้น ซึ่งประชาชนในหมู่บ้านได้รวมกลุ่มกันแล้วจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ด้านสาธารณูปโภค พบว่า เส้นทางคมนาคมในหมู่บ้านและระหว่างหมู่บ้านของตำบลนามะเฟือง ส่วนใหญ่จะเป็นถนนลูกรัง บางเส้นทางก็เป็นถนนลาดยางและคอนกรีต การไฟฟ้าอยู่ในพื้นที่บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จึงมีไฟฟ้าใช้ทุกหมู่บ้านและหลังคาเรือน แต่การประปายังไม่ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน บางหมู่บ้านยังคงใช้น้ำบาดาล

2. ข้อมูลสภาพในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ประชาชนในตำบลนามะเฟืองได้รวมกลุ่มกันตามความถนัดและความสนใจและจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้น เช่น วิสาหกิจทอผ้าไหม วิสาหกิจปุ๋ยอัดเม็ด วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้า เป็นต้น ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม โดยสมาชิกทุกคนรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตและหาตลาดจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้เสริม นอกเหนือจากอาชีพหลัก คือ การทำนา ทำไร่ ในการดำเนินงานวิสาหกิจจะเป็นแบบพึ่งตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชน ใช้หลักการคิดเอง ตัดสินใจเองลงมือทำเอง ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในชุมชน และภูมิปัญญาชาวบ้าน ทั้งนี้ ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็มีการแปรรูปหรือการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทั้งเพื่อใช้เองและจำหน่าย เช่น การแปรรูปจากผ้าทอด้วยการตัดเย็บเป็นผ้านุ่ง การทำปุ๋ยอัดเม็ดเพื่อความปลอดภัยต่อผู้ใช้และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3. ข้อมูลปัญหาในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

จากที่ผู้วิจัยได้จัดสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการชุมชนเพื่อประเมินปัญหาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น พบว่า ผู้ประกอบการชุมชนยังขาดความรู้ และทักษะทางการตลาด การออกแบบ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง เนื่องจากว่าผู้ประกอบการชุมชนไม่เคยเรียนรู้เกี่ยวกับการตลาดและ

การเพิ่มมูลค่าสินค้ามาก่อน วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เป็นวิธีเดิมๆ ไม่มีความหลากหลายจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายไม่โดดเด่น และดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภคได้เท่าที่ควรเมื่อออกสู่ตลาด

ตอนที่ 2 ผลของการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ผลการตรวจสอบกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน จากผู้ทรงคุณวุฒิ ท่าน มีความเห็นว่ากิจกรรมมีความเหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสามารถเพิ่มความรู้ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนได้

กระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ผู้วิจัยได้ศึกษา รวบรวมข้อมูลและเอกสารต่างๆเกี่ยวกับความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นจากตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการศึกษาค้นคว้าเนื้อหาความรู้ทางด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่เหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสื่อและอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ประกอบการเรียนการสอน และผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ วิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นจากการสัมภาษณ์ในการจัดสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญในการจัดกิจกรรมและออกแบบกิจกรรมต่อไป

ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาสาระในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า โดยได้จากการที่ผู้วิจัยจัดสนทนากลุ่มร่วมกับผู้ประกอบการชุมชนเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ซึ่งจะนำไปใช้เป็นเนื้อหาของการจัดกิจกรรม โดยมุ่งหวังให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. เรื่องการตลาด ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจถึงความหมายและความสำคัญของการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด (4P) และสามารถจัดการตลาด เลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อมของชุมชน

2. เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้ถึงความสำคัญและประโยชน์ของการเพิ่มมูลค่าสินค้า สามารถเลือกใช้วิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจชุมชน

3. เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจถึงหลักกาและขั้นตอนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มได้

4. เรื่องบรรจุภัณฑ์ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะโดดเด่น มีเอกลักษณ์ สามารถดึงดูดความสนใจและอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค

5. เรื่องการส่งเสริมการตลาด ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถเลือกใช้วิธีการและสื่อในการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อมของชุมชนเพื่อช่วยในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ผู้วิจัยได้ผสมผสานแนวความคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและเนื้อหาสาระในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สูงขึ้น ulyเกิดความรู้ ความเข้าใจในสภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชนของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและสามารถจัดการกับปัญหาเหล่านั้นได้ โดยเฉพาะเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า

แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

แผนการจัดกิจกรรมประกอบด้วย ชื่อกิจกรรม วัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระ วิธีการ ดำเนินการจัดกิจกรรม ระยะเวลา สื่อและอุปกรณ์ และการประเมินผล โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นซึ่งแผนการจัดกิจกรรมประกอบไปด้วย 10 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 1	ดอกไม้นี้ เพื่อคุณ
กิจกรรมที่ 2	ลูกบอลแสนสนุก
กิจกรรมที่ 3	จุดมุ่งหมาย
กิจกรรมที่ 4	Marketing
กิจกรรมที่ 5	เพิ่มมูลค่า
กิจกรรมที่ 6	ออกแบบให้ดูดี
กิจกรรมที่ 7	Package แสนสวย
กิจกรรมที่ 8	โปรโมท – โปรโมชั่น
กิจกรรมที่ 9	ฉันทพร้อมแล้ว
กิจกรรมที่ 10	สรุปการเรียนรู้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรม โดยมีขั้นตอนการจัดกิจกรรมตามแนวทางการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ซึ่งนำไปใช้กับทุกกิจกรรมและขั้นตอนในการจัดกิจกรรมประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (ตามแนวทางการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ผสมผสานกับกระบวนการกลุ่ม) มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประสบการณ์เรียนรู้ ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนตั้งประสบการณ์ของตนเองออกมาใช้ในการเรียนรู้ และแบ่งปันกับผู้อื่น เป็นการรับรู้ประสบการณ์จากการปฏิบัติ จากการเข้าร่วมกิจกรรม โดยจะเป็นขั้นตอนการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมทบทวนประสบการณ์เดิม โดยผู้สอนนำเข้าสู่เนื้อหาโดยเชื่อมโยงเข้าสู่ประสบการณ์ของผู้เรียน และกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตั้งประสบการณ์เดิมของตนเองเกี่ยวกับการตลาด การเพิ่มมูลค่าสินค้า การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดมาแบ่งปันประสบการณ์กับผู้เข้าร่วมคนอื่นที่มีประสบการณ์เหมือนหรือต่างกัน โดยการตั้งคำถามเป็นการเปิดประเด็นสนทนา การเล่าเรื่องจากประสบการณ์ของผู้จัด การให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมคุณภาพหรือผลิตภัณฑ์ตัวอย่างมาตั้งคำถามเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์เดิมซึ่งกันและกัน

จากการจัดกิจกรรม “Marketing” ผู้วิจัยใช้วิธีการตั้งคำถามเกี่ยวกับการตลาดที่มีต่อการประกอบอาชีพหรือวิชาหูกกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละคนเล่าถึงประสบการณ์ทางการตลาดของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นการทบทวนประสบการณ์เดิมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งแต่ละคนก็มีประสบการณ์ทางการตลาดมากมายแตกต่างกันไป เช่น ผู้ประกอบการชุมชนแสดงความคิดเห็นว่าการที่จะขายสินค้าให้ได้ปริมาณมากๆ ต้องเจาะตลาดอย่างทั่วถึง ซึ่งบางคนเห็นว่าไม่จำเป็นเพราะคิดว่าขณะนี้ สินค้าก็ขายได้ดีอยู่แล้ว จึงไม่สนใจที่จะขยายตลาดเพิ่ม เป็นต้น สิ่งที่ได้จากการพูดคุยและแลกเปลี่ยนนี้ ทำให้ได้ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการตลาดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิชาหูกได้

จากการจัดกิจกรรม “เพิ่มมูลค่า” ผู้วิจัยใช้การตั้งคำถามและการบรรยาย โดยตั้งคำถามกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมว่า “ท่านเคยทำการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของตนเองหรือไม่ อย่างไร” เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้านี้ร่วมกัน และผู้วิจัยได้ทำใบความรู้เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้บรรยายไปพร้อมๆ กับใบความรู้ นอกจากนี้ ยังมีการยกตัวอย่างเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าสินค้านี้ขึ้น ซึ่งผลที่ได้จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากคำถามและการบรรยายนี้ ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมองเห็นภาพและเข้าใจว่าการเพิ่มมูลค่าสินค้านั้นคืออะไร สิ่งใดแสดงให้เห็นว่าเป็นวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเห็นความสำคัญในการเพิ่ม

มูลค่าสินค้ามากขึ้น เช่น ผู้ประกอบการชุมชนมีความเข้าใจชัดเจนขึ้น นว่าการเพิ่มขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลายขึ้น ถือว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางหนึ่งคือ เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคกระตุ้นการซื้อ มากขึ้น

จากการจัดกิจกรรม “ออกแบบให้ดูดี” ผู้วิจัยพูดคุยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจว่ามีการออกแบบอย่างไร ทำไมถึงออกแบบเช่นนั้น มีแนวคิดหรือแรงบันดาลใจอะไร สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างไรบ้าง เช่น การออกแบบลายผ้าเป็นลายกุญแจ มีแนวคิดหรือที่มาในการออกแบบอย่างไร การทำปุ๋ยอัดเม็ดแตกต่างจากปุ๋ยทั่วไปอย่างไร มีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอัดเม็ดอย่างไรบ้าง เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้ถึงประสบการณ์ในการออกแบบของแต่ละวิสาหกิจของแต่ละหมู่บ้าน ได้เห็นมุมมองใหม่ๆ ในการออกแบบที่หลากหลาย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้นำภาพถ่ายตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็นถึงผลิตภัณฑ์นั้นๆ ว่าน่าจะมีแนวคิดในการออกแบบอย่างไร เหมาะสมหรือไม่ และถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ของตน จะมีการเพิ่มเติมหรือจะออกแบบให้เป็นอย่างไร เป็นการให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ใช้ประสบการณ์เดิมในการคิดวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็น ซึ่งผู้วิจัยเห็นได้ว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถวิเคราะห์กันได้ดี มีมุมมองที่หลากหลาย และมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่

จากการจัดกิจกรรม “Package แสนสวย” ผู้วิจัยได้นำรูปภาพและตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จริง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์นั้นๆ มีความน่าสนใจ และโดดเด่นอย่างไรบ้าง เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ อย่างไร ผู้วิจัยสังเกตพบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมยังมีความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องนี้ ไม่มากนัก เห็นได้จากการพูดคุยและแสดงความคิดเห็นที่ค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยจึงทำการกระตุ้นโดยการอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจมากขึ้น

จากการจัดกิจกรรม “โปรโมท – โปรโมชั่น” ผู้วิจัยได้สร้างประสบการณ์เรียนรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดด้วยการบรรยายพร้อมทั้งเปิดพาวเวอร์พอยท์ และยกตัวอย่างของวิธีการส่งเสริมการตลาดด้วย ในขั้นตอนนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีการซักถามข้อสงสัยจากการบรรยาย ทำให้ได้ความรู้ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น คำถามที่ว่า การให้ตัวอย่างปุ๋ยอัดเม็ดไปลองใช้ก่อนถือว่าการส่งเสริมการตลาดหรือไม่ โดยผู้วิจัยให้คำตอบว่า การให้ตัวอย่างไปทดลองใช้ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการตลาดที่เรียกว่าการส่งเสริมการขายอย่างหนึ่ง ที่สามารถกระตุ้นความสนใจและการซื้อของผู้บริโภค

ในขั้นตอนนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เกิดประสบการณ์เรียนรู้ไปพร้อมๆ กันในเรื่องนั้นๆ ในแต่ละกิจกรรม และได้แสดงความคิดเห็นและใช้ประสบการณ์เดิมของตนเองอย่างเต็มที่ โดยผู้วิจัยมีวิธีการที่หลากหลายเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ดึงประสบการณ์ของตนเองออกมาใช้ในกิจกรรม

ขั้นตอนที่ 2 สะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นของตนเองและแลกเปลี่ยนกับสมาชิกภายในกลุ่ม ได้เรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และได้เรียนรู้เนื้อหาจากใบงาน กรณีศึกษา ชมวีดิทัศน์ การลงพื้นที่ มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงาน

จากการจัดกิจกรรม “Marketing” ผู้วิจัยเปิดวีดิทัศน์เรื่อง “เรียนการตลาด” และ “การตลาดยุคใหม่” และชมกรณีศึกษาเรื่อง “แนวคิดดีๆ ที่ไม่ตัน .. กับตัน โออิชิ” จากนั้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็นและสรุปข้อมูลที่ได้จากการชมวีดิทัศน์ และช่วยกันระดมความคิดเพื่อตอบคำถามลงในใบงานที่ผู้วิจัยแจกให้ผลจากการชมวีดิทัศน์ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถตอบคำถามได้ง่ายขึ้น

จากการจัดกิจกรรม “เพิ่มมูลค่า” ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มทำการลงพื้นที่เพื่อเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ของบ้านสมาชิกตัวอย่างจำนวน 8 หลัง โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสังเกตและจดบันทึกสิ่งที่ได้จากการลงพื้นที่ว่าในแต่ละที่นั้นมีวิธีการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง มีความน่าสนใจอย่างไร เมื่อเดินชมครบแล้วให้แต่ละกลุ่มกลับมารวมกันพูดคุย แสดงความคิดเห็นจากสิ่งที่ได้ไปลงพื้นที่มาเพื่อหาข้อสรุปร่วมกันและการลงพื้นที่นี้ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีโอกาสเห็นผลิตภัณฑ์และการผลิตจริงจากสถานที่จริงซึ่งจะช่วยให้การฝึกทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าง่ายขึ้น และกิจกรรมการลงพื้นที่นี้ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่เบื่อหน่าย ช่วยกระตุ้นความสนใจในการทำกิจกรรม

จากการจัดกิจกรรม “ออกแบบให้ดูดี” ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมชมวีดิทัศน์กรณีศึกษา “OTOP ผ้าทอป่าน บ้านผาแดง จ.พิจิตร” และ “OTOP ผ้าทอไทลื้อ อ.เชียงของ และการทำปุ๋ยอัดเม็ด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น” ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันระดมความคิดเห็นและทำการวิเคราะห์ถึงการออกแบบของกรณีศึกษาว่าเป็นอย่างไร มีการดำเนินงานในการผลิตอย่างไรที่ทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของตนได้หรือไม่ อย่างไร

จากการจัดกิจกรรม “Package แส่นสวย” ผู้วิจัยบรรยายความรู้เกี่ยวกับเรื่องบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติม เช่น บทบาทหน้าที่บรรจุภัณฑ์ คุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ผู้วิจัยได้บรรยายพร้อมกับแสดงรูปภาพและบรรจุภัณฑ์จริง ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจและเห็นความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าจากบรรจุภัณฑ์มากขึ้น พร้อมกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเห็นถึงความสำคัญขอบรรจุภัณฑ์ว่าสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ และผู้วิจัยตั้งคำถามให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันระดมความคิดเห็นภายในกลุ่ม แล้วสรุปออกมาว่าจะเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์นั้น จะออกแบบอย่างไร ใช้วัสดุใด และทำการตอบคำถามลงในใบงานที่ผู้วิจัยแจกให้

จากการจัดกิจกรรม “โปรโมท - โปรโมชั่น” ผู้วิจัยซักถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นกันและกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม และช่วยกันระดมความคิดเพื่อตอบคำถามลงในใบงาน โดยผู้วิจัยกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมช่วยกันคิด วิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดหรือการโปรโมทผลิตภัณฑ์ ทำให้ทราบถึงเจตคติที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

โดยผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมต่างๆที่เป็นการสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ กระตุ้นให้ผู้เรียนสนใจและพร้อมที่จะทำกิจกรรม ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความกระตือรือร้นและความสนใจว่าผู้วิจัยจะให้เรียนรู้ เรื่องอะไรและจะทำอะไรต่อไปและผลของการสะท้อนความคิดเห็นร่วมกันทำให้ได้ข้อสรุปที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ได้แนวทางร่วมกันที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

ขั้นตอนที่ 3 ความคิดรวบยอด ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและนำไปสู่การเกิดความคิดรวบยอด ซึ่งจะส่งผลไปถึงการเปลี่ยนแปลงเจตคติหรือความเข้าใจในเนื้อหาและขั้นตอนต่างๆ ที่ช่วยให้ผู้เรียนปฏิบัติได้ง่ายขึ้น โดยการเกิดความคิดรวบยอดนี้อาจเกิดขึ้นโดยผู้เรียนเป็นฝ่ายริเริ่มแล้วผู้สอนช่วยแต่งเติมให้สมบูรณ์หรือเกิดขึ้นโดยผู้สอนนำทางและผู้เรียนเป็นผู้สานต่อจนความคิดนั้นสมบูรณ์เป็นความคิดรวบยอด โดยผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มสรุปสาระสำคัญออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันแล้วแต่กิจกรรม เช่น ใบคำถาม mindmap เป็นต้น โดยในแต่ละกิจกรรมผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสรุปสาระสำคัญแล้วส่งตัวแทนกลุ่มในการนำเสนอผลงาน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความคิดรวบยอดจากการรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายของแต่ละกลุ่ม

จากการจัดกิจกรรม “Marketing” ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนกลุ่ม ออกมานำเสนอข้อสรุปที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน หลังจากที่ได้ชมวีดิทัศน์และกรณีศึกษา

จากการจัดกิจกรรม “เพิ่มมูลค่า” ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนกลุ่ม ออกมานำเสนอข้อสรุปที่ได้จากการระดมความคิดและแสดงความคิดเห็นร่วมกันหลังที่ได้ไปลงพื้นที่

จากการจัดกิจกรรม “ออกแบบให้ดูดี” ผู้วิจัยทำการบรรยายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าโดยการออกแบบ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้และเห็นถึงความสำคัญของการออกแบบที่มีต่อผลิตภัณฑ์ สามารถใช้ประโยชน์จากการออกแบบได้ พร้อมทั้งมีการยกตัวอย่างเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเห็นภาพและเข้าใจในเนื้อหามากขึ้น ซึ่งจากขั้นตอนที่ผ่านมาจากการวิเคราะห์จากการชมกรณีศึกษาและคุณภาพตัวอย่างบวกกับการบรรยายเพิ่มเติมจากผู้วิจัย จะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความคิดรวบยอดได้ง่ายขึ้น

จากการจัดกิจกรรม “Package แสนสวย” หลังจากที่ได้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมกันวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็น จะฟังบรรยายเพิ่มเติมจากผู้วิจัย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมกันระดมความคิดเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนนี้ เพื่อร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยการวาดภาพบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการของกลุ่ม ซึ่งการวาดภาพออกแบบบรรจุภัณฑ์จะเป็นการฝึกทักษะให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ด้วย ผู้วิจัยสังเกตได้ว่าทุกกลุ่มตั้งใจวาดภาพและร่วมกันแสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ และผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกกลุ่มตั้งใจที่จะนำเสนอผลงานของตนเองมาก จากนั้นผู้วิจัยให้แต่ละกลุ่มออกมานำเสนอผลงานของกลุ่มตนเองให้เพื่อนๆ ฟัง

จากการจัดกิจกรรม “โปรโมท – โปรโมชั่น” ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มร่วมกันนำความรู้ที่ได้จากการบรรยาย แลกเปลี่ยนประสบการณ์และแสดงความคิดเห็น มาสรุปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตนเองโดยผู้วิจัยได้ใช้ใบคำถามเพื่อช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความคิดรวบยอดได้ง่ายขึ้น

จากการที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับฟังความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันของแต่ละกลุ่ม นำไปสู่การเกิดความคิดรวบยอดโดยผู้วิจัยช่วยเพิ่มเติมให้ความคิดรวบยอดนั้นสมบูรณ์ขึ้น ทำให้ได้ข้อมูล แนวคิดที่หลากหลายที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

ขั้นตอนที่ 4 การทดลองหรือประยุกต์แนวคิด ผู้เรียนนำเอาการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นใหม่จากการสรุปความเข้าใจและความคิดรวบยอดไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ จนเกิดเป็นแนวทางปฏิบัติของผู้เรียนเอง โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะนำความรู้และแนวคิดที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้คิดหาแนวทางในการนำความรู้ที่ได้ในแต่ละกิจกรรมไปใช้จริงอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะทัศนคติที่ดีในอนาคต โดยผู้วิจัยออกแบบกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ลงมือปฏิบัติจริง

จากการจัดกิจกรรม “Marketing” ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มได้แสดงบทบาทสมมติเพื่อออกมานำเสนอการจัดการด้านการตลาดและการใช้กลยุทธ์การตลาดให้กับผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจของตนเอง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมกันคิด วิเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อหากลยุทธ์การตลาดที่จะใช้ร่วมกัน และมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการแสดง ซึ่งจากการที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ลงมือปฏิบัติจริงนี้ จะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจได้ชัดเจนมากขึ้น และเมื่อทุกกลุ่มออกมาแสดงครบแล้ว ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนร่วมกันวิเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอีกครั้งว่าวิธีการจัดการตลาดหรือกลยุทธ์ของกลุ่มใดที่เหมาะสมผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจของชุมชน สามารถนำไปประยุกต์ใช้จริงในชีวิตประจำวันได้

จากการจัดกิจกรรม “เพิ่มมูลค่า” ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มคิดและเสนอวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยนำความรู้ที่ได้จากกิจกรรมบวกกับประสบการณ์เดิมของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมาประยุกต์ใช้ และผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนร่วมกันสรุปว่าวิธีการใดที่ดีและเหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้จริง สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้

จากการจัดกิจกรรม “ออกแบบให้ดูดี” ผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันและกัน ร่วมกันสรุปความเข้าใจจากการชมวีดิทัศน์และการบรรยายอีกครั้งเพื่อนำไปบูรณาการในกิจกรรมต่อไป คือ กิจกรรม “Package แสนสวย”

จากการจัดกิจกรรม “Package แสนสวย” ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นถึงผลงานที่ออกมานำเสนอ แล้วทำการสรุปร่วมกันว่าผลงานของกลุ่มไหนมีความน่าสนใจ เหมาะสมที่จะนำมาใช้เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้นำความรู้จากกิจกรรม “ออกแบบให้ดูดี” มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมนี้

จากการจัดกิจกรรม “โปรโมท – โปรโมชั่น” ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มออกมานำเสนอผลงานการส่งเสริมการตลาดที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง เมื่อเสนอครบทุกกลุ่มแล้ว

ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกกลุ่มช่วยกันระดมความคิดเห็นว่าแนวทางของกลุ่มใดที่เหมาะสมในการนำมาใช้ส่งเสริมการตลาดหรือโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ในขั้นตอนนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้ใช้ความรู้ และทักษะที่ได้จากการเรียนรู้จากขั้นตอนต่างๆ ที่ผ่านมาของกิจกรรม ซึ่งแต่ละกลุ่มนั้นต่างออกมานำเสนอผลงานของตนเองด้วยวิธีที่หลากหลาย เช่น การแสดงสถานการณ์จำลอง การอภิปราย การสาธิต เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยังแสดงให้เห็นถึงเจตคติที่ดีต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าและการเป็นผู้ประกอบการที่ดีด้วย เช่น มีความคิดที่จะนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้ การใช้วัตถุดิบที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค การเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องการของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค เป็นต้น

และผสมผสานขั้นตอนของการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่มขั้นตอนนี้ ได้แก่

การมีส่วนร่วมสูงสุด เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนแบ่งกลุ่มผู้เรียนแบบคละความแตกต่างและหลากหลายในด้านลักษณะนิสัย บุคลิกภาพและความสามารถ โดยในการทำกิจกรรมผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน ซึ่งใช้เกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มโดยพิจารณาจากบุคลิกลักษณะที่แตกต่างกันของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่มและคละอายุด้วย เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้มีส่วนร่วมและช่วยเหลือในการทำกิจกรรมสูงสุด โดยการจัดกลุ่มนี้ จะใช้สำหรับทุกกิจกรรม

การบรรลุนานสูงสุด เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนจัดทำใบงาน ใบความรู้ ให้กลุ่มผู้เรียนทำกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เพื่อให้กลุ่มผู้เรียนบรรลุนานสูงสุด ผู้วิจัยได้จัดทำใบความรู้ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคน เพื่อเป็นข้อมูลความรู้ในแต่ละกิจกรรม รวมทั้งให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทำใบงานในกิจกรรมต่างๆ ด้วย ซึ่งใบงานจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจและบรรลุถึงวัตถุประสงค์การเรียนรู้ของกิจกรรมได้ดียิ่งขึ้น เกิดการบรรลุนานสูงสุด

ตอนที่ 3 สถานภาพทั่วไปของผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทวิสาหกิจชุมชน ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำแนกตามเพศ อายุ และประเภทวิสาหกิจชุมชน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	27	90
ชาย	3	10
รวม	30	100
อายุ		
35 - 44 ปี	4	13.33
45 - 54 ปี	11	36.67
55 - 64 ปี	10	33.33
65 - 74 ปี	5	16.67
รวม	30	100
ประเภทวิสาหกิจชุมชน		
ทอผ้า	24	80
ปฏักอัดเม็ด	6	20
รวม	30	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เข้าร่วมกิจกรรม จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90 และเพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10 รวมมีผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 30 คน

จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี ซึ่งมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 55 – 64 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

อายุระหว่าง 65 – 74 ปี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และอายุระหว่าง 35 – 44 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ

จำแนกตามประเภทวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจประเภททอผ้า มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80 และเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจประเภทปลูกอัดเม็ด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตอนที่ 4 ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน นำเสนอผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติ

1. ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าก่อนและหลังการทดลอง

สาระสำคัญ	ก่อนการทดลอง		หลังการทดลอง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ความรู้เรื่องการตลาด						
- หลักการตลาด	0.58	0.24	0.80	0.17	-3.40	.000*
- ผลิตภัณฑ์ (Product)	0.61	0.20	0.77	0.24	-4.33	.000*
- ราคา (Price)	0.56	0.25	0.73	0.21	-2.76	.000*
- ช่องทางการจำหน่าย (Place)	0.59	0.21	0.68	0.20	-1.51	.000*
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.60	0.22	0.74	0.23	-2.24	.000*
ความรู้เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า	0.57	0.18	0.78	0.17	-2.48	.000*
รวม	0.60	0.06	0.75	0.09	-7.92	.000*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า พบว่า ก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าเฉลี่ยอยู่ในภาพรวมเท่ากับ 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเท่ากับ 0.61 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 0.60 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) มีค่าเท่ากับ 0.59 ด้านหลักการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.58 ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.57 และความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 0.56

สำหรับคะแนนความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม โดยมีค่าเท่ากับ 0.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านหลักการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.80 รองลงมา คือ ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีค่าเท่ากับ 0.78 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเท่ากับ 0.77 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 0.74 ด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 0.73 และความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) มีค่าเท่ากับ 0.68

จากตารางที่ 4.2 แสดงการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยจากแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม พบว่า คะแนนความรู้เฉลี่ยในภาพรวมก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม มีค่าเท่ากับ 0.60 และ 0.75 ตามลำดับ ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าสูงขึ้น

2. ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าก่อนและหลังการทดลอง

สาระสำคัญ	ก่อนการทดลอง		หลังการทดลอง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
เรื่องการตลาด						
- หลักการตลาด	3.06	0.72	4.13	0.55	-6.22	.000*
- ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.13	0.69	4.15	0.50	-5.84	.000*
- ราคา (Price)	3.34	0.73	4.27	0.60	-5.18	.000*
- ช่องทางการจำหน่าย (Place)	3.11	1.54	4.20	0.54	-3.31	.000*
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	2.82	0.69	4.16	0.53	-7.83	.000*
การเพิ่มมูลค่าสินค้า	3.05	0.60	4.28	0.40	-9.91	.000*
รวม	3.10	0.37	4.19	0.23	-13.42	.000*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า พบว่า ก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเฉลี่ยในภาพรวม เท่ากับ 3.10 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 3.34 รองลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเท่ากับ 3.13 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) มีค่าเท่ากับ 3.11 ด้านพื้นฐานทางการตลาด มีค่าเท่ากับ 3.06 ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีค่าเท่ากับ 3.05 และทักษะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 2.82

สำหรับทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม โดยมีค่าเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีค่าเท่ากับ 4.28 รองลงมา คือ ด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 4.27 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) มีค่าเท่ากับ 4.20 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 4.16

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเท่ากับ 4.15 และทักษะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านหลักการตลาด มีค่าเท่ากับ 4.13

จากตารางที่ 4.3 แสดงการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยจากแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม พบว่า คะแนนทักษะเฉลี่ยในภาพรวมก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม มีค่าเท่ากับ 3.10 และ 4.19 ตามลำดับ ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 แสดงว่า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม กลุ่มตัวอย่างมีทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าสูงขึ้น

3. ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าก่อนและหลังการทดลอง

สาระสำคัญ	ก่อนการทดลอง		หลังการทดลอง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
เรื่องการตลาด						
- หลักการตลาด	2.81	0.71	4.45	0.37	-12.45	.000*
- ผลิตภัณฑ์ (Product)	2.75	0.75	4.36	0.33	-10.03	.000*
- ราคา (Price)	2.93	0.73	4.40	0.35	-11.60	.000*
- ช่องทางการจำหน่าย (Place)	2.69	0.69	4.40	0.36	-11.87	.000*
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	2.91	0.83	4.42	0.30	-11.56	.000*
การเพิ่มมูลค่าสินค้า	2.58	0.61	4.38	0.28	-13.97	.000*
รวม	2.78	0.37	4.40	0.10	-23.09	.000*

*p < 0.05

จากตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า พบว่า ก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเฉลี่ยในภาพรวม เท่ากับ 2.78 อยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 2.93 รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 2.91 ด้านหลักการตลาด มีค่าเท่ากับ 2.81 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเท่ากับ 2.75 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) มีค่าเท่ากับ 2.69 และทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีค่าเท่ากับ 2.58

สำหรับทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม โดยมีค่าเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านหลักการตลาด มีค่าเท่ากับ 4.45 รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเท่ากับ 4.42 ด้านราคา (Price) มีค่าเท่ากับ 4.40 ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) มีค่าเท่ากับ 4.40 ด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีค่าเท่ากับ 4.38 และทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเท่ากับ 4.36

จากตารางที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยจากแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม พบว่า คะแนนทัศนคติเฉลี่ยในภาพรวมก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม มีค่าเท่ากับ 2.78 และ 4.40 ตามลำดับ ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าสูงขึ้น

ตอนที่ 5 ผลของการใช้กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

จากการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนเพื่อเพิ่มความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภูผู้วิจัยสามารถสรุปผลหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรม ได้ดังนี้

ผลจากกิจกรรม “Marketing” ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ และเล็งเห็นถึงความสำคัญของการตลาดที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น ได้ฝึกทักษะทางการตลาดจะสามารถจัดส่วนประสมทางการตลาด (4P) จากการแสดงบทบาทสมมติ โดยนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้อีกทั้งผู้ประกอบการชุมชนยังได้แนวทางในการจัดการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชนของตนเองเช่นผู้ประกอบการชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น มีคุณภาพ โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เพื่อรองรับกับตลาดเป้าหมายเดิมและตลาดเป้าหมายใหม่ จัดหาช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อจะได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยผู้ประกอบการชุมชนมีแนวทางที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายตามงานประจำปีของจังหวัดหนองบัวลำภู หรือจังหวัดใกล้เคียง หรืองานแสดงสินค้า OTOP หรือร้านจำหน่ายสินค้า OTOP ประจำจังหวัด ซึ่งจากเดิมที่มีช่องทางจำหน่ายแค่เพียงในชุมชนเท่านั้น หากผู้บริโภคหรือพ่อค้าคนกลางต้องการสินค้า จะต้องเดินทางเข้ามาซื้อที่ชุมชนเอง การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายจะทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายและยังช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนด้วย

ผลจากกิจกรรม “เพิ่มมูลค่า” ผู้ประกอบการชุมชนได้วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หลากหลายวิธี เช่น วิสาหกิจทอผ้า จากที่ผลิตและจำหน่ายเป็นผ้าทอผืนเดียว ผู้ประกอบการชุมชนมีแนวคิดที่จะแปรรูปผ้าทอให้หลากหลาย เช่น การตัดเย็บเป็นผ้านุ่ง เสื้อ ผ้าพันคอ ปลอกหมอน เป็นต้น และพัฒนาลวดลายผ้าให้สวยงาม สีสันสดใส มีคุณภาพดีแตกต่างจากคู่แข่ง สำหรับวิสาหกิจปุ๋ยอัดเม็ดมีแนวคิดที่จะเพิ่มมูลค่าด้วยการพัฒนาสูตรของปุ๋ยให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการเพาะปลูก และเลือกใช้แต่ส่วนผสมที่ดี มีคุณภาพ ซึ่งการทำให้สินค้ามีความหลากหลายจะเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคและยังสามารถขยายตลาดไปยังผู้บริโภครายใหม่ๆ

ผลจากกิจกรรม “ออกแบบให้ดูดี” และกิจกรรม “Package แสนสวย” ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจถึงการออกแบบ สามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ โดยผู้ประกอบการชุมชนได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ สวยงาม น่าสนใจ สามารถใช้งานได้สะดวก เพื่อผลิตภัณฑ์จะได้เป็นที่นิยมของ

ผู้บริโภครุ่นใหม่ เช่น วิสาหกิจทอผ้า ผู้ประกอบการชุมชนออกแบบลวดลายผ้าด้วยการเน้นสีสันที่สดใสขึ้น จากเดิมที่ใช้แต่เพียงสีฟ้าคราม สีกรมท่าเป็นส่วนใหญ่ หรือออกแบบผ้าถุงให้มีความหลากหลาย ขนาด เช่น ผ้าถุงแบบป้ายหน้าแล้วมีตะขอหลายตะขอ สามารถปรับได้ตามขนาดเอวของผู้ใส่ เป็นต้น ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากการที่ผู้ประกอบการชุมชนได้ร่วมกันคิดและแสดงความคิดเห็น ร่วมกันทำให้ได้บรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่สวยงาม สะดุดตา และอำนวยความสะดวกได้คือ จากเดิมบรรจุภัณฑ์จะเป็นกล่องขนาดสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีสีขาวและสีชมพูอ่อน ผู้ประกอบการชุมชนได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยมีรูปแบบเป็นทรงคล้ายสามเหลี่ยม มีสีสันที่หลากหลายและสดใสขึ้น เพิ่มความสวยงามด้วยลายดอกบัวอันเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดหนองบัวลำภู สำหรับวิสาหกิจ ปลูกยออัดเม็ด ผู้ประกอบการชุมชนจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น คือ จากเดิมที่จำหน่ายเป็นกระสอบ ผู้ประกอบการชุมชนได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบขวดพลาสติกให้มีหลากหลายขนาด เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค เพิ่มความสะดวกในการใช้งานและการขนส่ง และเพื่อความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

ผลจากกิจกรรม “โปรโมท - โปรโมชัน” ผู้ประกอบการชุมชนได้แนวทางใหม่ในการส่งเสริมการตลาด คือ จะทำการประชาสัมพันธ์ด้วยการจัดทำป้ายโฆษณา โดยจัดตั้งบริเวณทางเข้าของหมู่บ้านซึ่งติดกับถนนใหญ่ ตามริมทางถนน ซึ่งเส้นทางของแต่ละหมู่บ้านในตำบลนาคะเพียง จะเป็นเส้นทางผ่านไปยังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ คือ อุทยานแห่งชาติภูเก้า – ภูพานคำ เขื่อนอุบลรัตน์ ภูพานน้อย และเขื่อนห้วยหลวงภูพานทอง โดยป้ายโฆษณานั้นจะทำจากวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือ จักสานเป็นแผ่นสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ตกติดกับไม้ เขียนข้อความด้วยสีสันทึบดำเด่น เพิ่มลวดลายเพื่อความสวยงาม โดยที่ข้อมูลที่ให้แก่ผู้บริโภคนั้นเป็นข้อมูลจริงของผลิตภัณฑ์

ผลจากกิจกรรมต่างๆ แสดงให้เห็นว่าส่งผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการชุมชนสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของชุมชนและตลาดเป้าหมาย

ตอนที่ 6 ผลของการประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

หลังการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรม ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม เพื่อเป็นการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่ผู้วิจัยได้จัดขึ้น โดยการวิเคราะห์ผลจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) วิเคราะห์จากข้อคำถามแบบอัตราส่วน และ 2) วิเคราะห์จากข้อคำถามปลายเปิด ดังแสดงในตารางที่ 4.5

1. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

ปัจจัยที่ประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านเนื้อหา			
1. เนื้อหาความรู้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
1.1 ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	4.36	0.56	มาก
1.2 ความรู้เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า	4.30	0.47	มาก
2. เนื้อหาความรู้ทำให้เกิดความเข้าใจง่าย	4.06	0.30	มาก
3. เนื้อหาความรู้เป็นประโยชน์นำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน	4.40	0.49	มาก
รวม	4.28	0.24	มาก
ด้านวิทยากร			
4. วิทยากรสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี	4.40	0.47	มาก
5. วิทยากรมีความเป็นกันเอง ให้ความสนใจต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม	4.20	0.48	มาก
6. ลักษณะบุคลิกภาพของวิทยากรมีความเหมาะสม	4.33	0.55	มาก
รวม	4.30	0.35	มาก

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม (ต่อ)

ปัจจัยที่ประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการจัดกิจกรรม			
7. การจัดกิจกรรมดำเนินไปอย่างเป็นลำดับขั้น นตอ	4.33	0.48	มาก
8. ความเหมาะสมเทคนิคและวิธีการจัดกิจกรรม	4.40	0.62	มาก
9. กิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
9.1 กิจกรรม Marketing	4.47	0.51	มาก
9.2 กิจกรรม เพิ่มมูลค่า	4.33	0.48	มาก
9.3 กิจกรรม ออกแบบให้ดูดี	4.40	0.50	มาก
9.4 กิจกรรม Package แสนสวย	4.53	0.57	มากที่สุด
9.5 กิจกรรมโปรโมท – โปรโมชั่น	4.33	0.55	มาก
10. สื่อ อุปกรณ์ และสถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมมีความน่าสนใจและเหมาะสม	4.40	0.50	มาก
11. เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรมมีความเหมาะสม	4.10	0.61	มาก
12. ผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้	4.36	0.72	มาก
13. ความพึงพอใจต่อกิจกรรมในภาพรวม	4.37	0.49	มาก
รวม	4.36	0.23	มาก
รวมทุกด้าน	4.34	0.19	มาก

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมจากแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม พบว่าผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมมีความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 4.34 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดกิจกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 นั่นคือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ

ด้านวิทยากร มีค่าเฉลี่ย 4.30 คือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านที่ต่ำสุดคือ ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 คือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

จากคำถามปลายเปิดที่ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมที่มีต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ผู้วิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- อยากให้มาจัดกิจกรรมรูปแบบนี้ อีก สนุกมาก
- ชอบวิทยากรมาก สอนสนุก เป็นกันเอง
- กิจกรรมที่ทำได้รับความรู้เพิ่มเติมมากมาย เป็นประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง
- เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมบางกิจกรรมน้อยเกินไป
- เป็นกิจกรรมที่ดีมากๆ

จากการตรวจสอบการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากแบบวัดความรู้ แบบวัดทักษะ แบบวัดทัศนคติและแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมสามารถนำผลจากการตรวจสอบและการวิเคราะห์มาตอบคำถามการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดเอาไว้ ดังนี้

1. การจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน มีลักษณะเป็นอย่างไร

กิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น นั้น มีความเหมาะสม และสามารถส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนเป็นการจัดกิจกรรมที่ยึดหลักการจัดกิจกรรมตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการจัดกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมตามรูปแบบและขั้นตอนการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ซึ่งมี 8 ขั้นตอน ดังนี้) ขั้นประเมินปัญหา ความต้องการ2) ขั้นกำหนดวัตถุประสงค์3) ขั้นเลือกกำหนดเนื้อหา4) ขั้นเลือกวิธีในการจัดการเรียนรู้ 5) ขั้นจัดทำโครงการ6) ขั้นการออกแบบหลักสูตรตามหลักการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมคือ เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นประสบการณ์เรียนรู้ ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย ขั้นความคิดรวบยอด และขั้น ทดลองหรือประยุกต์แนวคิด และผสมผสานขั้นตอนของการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม

ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมสูงสุดและการบรรลุนานสูงสุด 7) ชั้นจัดกระบวนการเรียนรู้ 8) ชั้นประเมินผล สำหรับเนื้อหาสาระของการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมครอบคลุมในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า ประกอบด้วย เรื่องการตลาด เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ภัณฑ์และเรื่องการส่งเสริมการตลาด การคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่อยู่ในตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 30 คน ที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจและสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยใช้วิธีการเรียนการสอนที่หลากหลายในการจัดกิจกรรม อาทิเช่น การแสดงบทบาทสมมติ การระดมสมอง การลงพื้นที่ เป็นต้น กิจกรรมที่จัดในครั้งนี้ ประกอบด้วย 10 กิจกรรม ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการจัดกิจกรรมทั้งสิ้น 16 วัน โดย 5 วัน ใช้เวลาวันละ 9 ชั่วโมง และอีก 1 วัน ใช้เวลา 5 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 150 ชั่วโมง ในการจัดกิจกรรมผู้วิจัยได้มีการประเมินผลก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบวัดที่ 3 ด้าน ได้แก่ แบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า แบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า และแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า และแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจ รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ที่มีต่อการจัดกิจกรรมของผู้วิจัยด้วย โดยในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นสูงขึ้น

2. ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ระหว่างก่อนและหลังการเข้ารับการฝึกอบรม มีความแตกต่างกันอย่างไร

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถสรุปผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนได้ดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจ จำนวนทั้งสิ้น 30 คน ประกอบด้วยเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 45 -54 ปี และเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่เป็นวิสาหกิจประเภทการทอผ้าและปุ๋ยอัดเม็ด

- การเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าระหว่างก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า คะแนนเฉลี่ยของความรู้ในเรื่องการตลาด

และการเพิ่มมูลค่าสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคะแนนความรู้เฉลี่ยหลังการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม

- การเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าระหว่างก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า คะแนนเฉลี่ยของทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคะแนนทักษะเฉลี่ยหลังการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม

- การเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าระหว่างก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า คะแนนเฉลี่ยของทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคะแนนทัศนคติเฉลี่ยหลังการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม

จากผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนแสดงให้เห็นว่า หลังการเข้าร่วมกิจกรรมทำให้ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าสูงขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจและมีความสามารถในการจัดการด้านการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้นด้วย อันเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชน

3. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการชุมชนต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น มีลักษณะเป็นอย่างไร

ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมของผู้วิจัยในครั้งนี้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่าผู้ประกอบการชุมชนมีความพึงพอใจในทุกด้านของการประเมินอยู่ระดับมากโดยด้านการจัดกิจกรรมมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือด้านวิทยากร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่ำที่สุดคือด้านเนื้อหา

จากผลความพึงพอใจของผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน มีความเหมาะสมทั้งทางด้านเนื้อหา วิทยากร และการจัดกิจกรรม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดกิจกรรม เนื่องจากผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมเห็นว่า เป็นกิจกรรมที่สอดคล้อง

กับปัญหาและความต้องการ และผู้เข้าร่วมทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกขั้นตอน ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน มีบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นกันเอง อีกทั้งผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ลงมือปฏิบัติจริง ซึ่งส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้อย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้ ยังช่วยพัฒนาทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า สามารถประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ด้วย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน 2) ศึกษาผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน 3) ศึกษาความพึงพอใจในการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนโดยมีสมมติฐานการวิจัยว่า ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนสูงกว่าก่อนเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมและมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกเพื่อเป็นตัวแทนประชากรโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 30 คน

การวิจัยครั้งนี้ เป็นารวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) เพื่อศึกษาผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ซึ่งในการวิจัยมีรูปแบบการทดลองแบบ One-Group Pretest-Posttest Design

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ประเภท ได้แก่ เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
2. แบบประเมิน ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ แบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า แบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า แบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
3. แบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าทั้งก่อนและหลังการทดลอง และแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window โดยกำหนดแนวทาง ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูล แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
2. หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
3. เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนและหลังการทดลองจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติทดสอบที(t-test) ที่ระดับนัยสำคัญ.05
4. หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมจากแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถของในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลของการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ตอนที่ 2 ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ตอนที่ 3 ผลของการประเมินความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ตอนที่ 1 ผลของการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

ผู้วิจัยได้พัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน โดยมีขั้นตอนการพัฒนา ดังนี้

1. กระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน บูรณาการจากแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญ ดังนี้

1.1) หลักการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน เป็นการศึกษาที่มีลักษณะยืดหยุ่นในหลายๆ ด้าน ทั้งผู้เรียน ผู้สอน ระยะเวลา สถานที่ หลักสูตร เนื้อหา เป็นต้น เป็นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกและเป็นผู้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ดี มีการจัดสภาพและบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เป็นกันเอง เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้สึกรักอยากเรียน กระตือรือร้นและสนใจให้เกิดความสนใจในกิจกรรมการเรียนการสอน โดยการทำนงานในทุกส่วนจะมีความยืดหยุ่นให้เกิดความเหมาะสมและสะดวกทั้งต่อผู้จัดกิจกรรมและผู้เรียน

1.2) แนวคิดการฝึกอบรม ซึ่งการฝึกอบรมเป็นกระบวนการจัดกิจกรรมในการพัฒนาบุคคลเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญ และมีทัศนคติที่ถูกต้องในเรื่องใดเรื่องหนึ่งถึงขั้นสามารถนำความรู้ในเรื่องนั้น ไปปฏิบัติภาระหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่กำหนด และกระบวนการฝึกอบรมนั้น มีขั้นตอนการปฏิบัติในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ ทักษะหรือความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ รวมทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการทำงานให้แก่บุคคล และส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิตเพื่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

1.3) แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่ทำทหายอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงของผู้เรียน เป็นทกรเรียนรู้ที่อาศัยประสบการณ์เดิมของผู้เรียนและการเรียนรู้โดยอาศัยกระบวนการกลุ่ม เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีการวิเคราะห์ วางแผนร่วมกัน ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีและเกิดทักษะในการทำงานร่วมกัน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมดังนี้ 1) ขั้นที่1 ประเมินปัญหา ความต้องการ 2) ขั้นที่2 กำหนดวัตถุประสงค์ 3) ขั้นที่3 เลือกกำหนดเนื้อหา 4) ขั้นที่4 เลือกวิธีการในการจัดการเรียนรู้ 5) ขั้นที่5 จัดทำโครงการจัดการเรียนรู้ 6) ขั้นที่6 การออกแบบหลักสูตร โดยเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์และกระบวนการกลุ่มเป็นสำคัญ ซึ่งมีกระบวนการเรียนรู้ดังนี้. ขั้นประสบการณ์2. ขั้นสะท้อนความ

คิดเห็นและอภิปราย 3. ชั้นความคิดรวบยอด 4. ชั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด รวมทั้งใช้กระบวนการกลุ่ม (Group Process) เข้ามาช่วยในการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการมีส่วนร่วมอย่างสูงสุดและสามารถบรรลุงานอย่างสูงสุด 7) ชั้นที่ 7 จัดกระบวนการเรียนรู้ 8) ประเมินผล

1.4) ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ประกอบด้วย ความรู้เรื่องการตลาดและความรู้เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า 2) ด้านทักษะ ประกอบด้วย ทักษะทางการตลาดและทักษะการเพิ่มมูลค่าสินค้า 3) ด้านทัศนคติ ประกอบด้วย มีความตระหนักในการที่จะพัฒนาสินค้าท้องถิ่นเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้เป็นไปอย่างยั่งยืน และการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค

2. การพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

3. กระบวนการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน แนวคิดการฝึกอบรม แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม แนวคิดการเพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 การสร้างแผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนมีการกำหนดเนื้อหาและกิจกรรมให้ครอบคลุมหลักการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน แนวคิดการฝึกอบรม แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทางความรู้ ทักษะ และทัศนคติตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

3.3 การสร้างเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการประเมินผล ได้แก่ แบบประเมิน ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ 1) แบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า 2) แบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า 3) แบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า และแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

3.4 การคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรม ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้เป็นผู้ประกอบการชุมชนที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ที่มีความสนใจในการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับสินค้าท้องถิ่น เข้าร่วมการฝึกอบรมด้วยความสมัครใจ และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมตลอดระยะเวลาที่กำหนด

3.5 การจัดกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมตามขั้น ตอนต่อไปนี้

ขั้นก่อนการทดลอง

ผู้วิจัยนำแบบประเมินที่จัดทำขึ้นไปวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้ากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูลก่อนเข้าร่วมกิจกรรม (Pre-test)

ขั้นทดลอง

ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนโดยจัดกิจกรรมเป็นเวลาต่อเนื่องจำนวน 6 วัน รวมทั้งสิ้น 150 ชั่วโมง ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 10 กิจกรรม โดยผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมขึ้น ณ อาคารเอนกประสงค์ที่หมู่บ้านกุดเต่า ตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ขั้นหลังการทดลอง

1. หลังจากดำเนินการจัดกิจกรรม ผู้วิจัยนำแบบประเมินไปวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างหลังการเข้าร่วมกิจกรรม (Post-test)

2. ผู้วิจัยนำแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน ประเมินความพึงพอใจหลังการเข้าร่วมกิจกรรม

3.6 การประเมินผล มีการประเมินผลก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมของกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบประเมินและแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม เพื่อตรวจสอบความพึงพอใจ รวมถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ที่มีต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรมของผู้วิจัยในครั้งนี้ อีกด้วย

แผนกิจกรรมการฝึกอบรบแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

การสร้างแผนกิจกรรมการฝึกอบรบแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน(รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 รายละเอียดทั่วไป ประกอบด้วย ชื่อกิจกรรม วัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระ ระยะเวลา

ส่วนที่ 2 รายละเอียดการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย สื่อและอุปกรณ์ วิธีดำเนินกิจกรรม และการประเมินผล

ทั้งนี้ กิจกรรมการฝึกอบรบที่จัดได้นำแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมาใช้เป็นกระบวนการในการจัดการฝึกอบรบแบบมีส่วนร่วม ในการกำหนดขั้นตอนของการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเกิดการพัฒนาตนเองทั้งด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจและสามารถที่จะประกอบวิชาชีพของตนเองได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ได้ผ่านการตรวจสอบรูปแบบการจัดกิจกรรมการฝึกอบรบจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ซึ่งลงความเห็นว่ามีเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้

การจัดกิจกรรมการฝึกอบรบเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีการดำเนินตามขั้นตอนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1.1 ขั้นประสบการณ์เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่ผู้สอนใช้ในการกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละคนได้นำประสบการณ์เดิมของตนเองเกี่ยวกับการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าออกมาใช้ในการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนกันและกันภายในผู้เข้าร่วมด้วยกันเองหรือกับผู้จัดกิจกรรมตามเนื้อหาของแต่ละกิจกรรมซึ่งจะเป็นการรับฟังซึ่งกันและกันด้วยบรรยากาศที่ผ่อนคลายและเป็นกันเอง เน้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง มีการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็นกลุ่มเล็ก แนะนำวิธีการเรียนการสอน กติกาและระยะเวลาในการทำงาน เน้นการลงมือปฏิบัติงานเป็นกลุ่มๆ เช่น ผู้วิจัยนำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมดูแล้วตั้งคำถามเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แบ่งปันความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เป็นต้น

1.2 ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย เป็นขั้นที่ผู้สอนเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับสมาชิกในกลุ่ม มีการอภิปรายและถ่ายทอดประสบการณ์การเรียนรู้ซึ่งกันและกันอีกทั้งมีการบรรยายและยกตัวอย่างเพิ่มเติม

รายละเอียดของกิจกรรมให้กระจ่างขึ้น ผู้สอนจะตั้งช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อช่วยให้เกิดการขยายความรู้ให้กว้างมากขึ้น และจากการสะท้อนความคิดเห็นและอภิปรายจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แนวคิดและข้อสรุปที่หลากหลายขึ้น เช่น ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันวิเคราะห์ พุดคุยและอภิปรายผ่านการใช้ใบงาน การชมวีดิทัศน์ จากกรณีศึกษา เป็นต้น ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ความรู้ ข้อมูลใหม่ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจชุมชนของตน

1.3 ขั้นความคิดรวบยอดเป็นขั้นตอนที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจจากข้อมูล และนำไปสู่ความคิดรวบยอดซึ่งในขั้นตอนนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมกันวางแผนเพื่อสร้างกรอบแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของกิจกรรมเช่น เรื่องการออกแบบ เรื่องบรรจุภัณฑ์ เรื่องการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของตนเอง ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้ร่วมกันวิเคราะห์สาระความรู้ และสรุปให้เกิดเป็นความคิดรวบยอดของแต่ละกลุ่ม พร้อมทั้งมีการนำเสนอความรู้ใหม่ร่วมกันเพื่อนำไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอภิปรายหรือออกมานำเสนองานของกลุ่มตน เพื่อเป็นการให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความคิดรวบยอดจากการรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายจากกลุ่มอื่นๆ โดยที่ผู้สอนช่วยบรรยายให้ความรู้เพิ่มเติมมีการยกตัวอย่างเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจชัดเจนมากขึ้น

1.4 ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิดเป็นขั้นตอนที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรวบรวมความรู้จากการเรียนไปสรุปเป็นแนวทางในการปฏิบัติของตนเอง และนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริง เช่น การวาดภาพเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ การแสดงบทบาทสมมติ เป็นต้น

2. การเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนที่

2.1 การมีส่วนร่วมสูงสุด เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อลดความแตกต่างและหลากหลายในด้านลักษณะนิสัย ความสามารถ และประสบการณ์ โดยแบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6 คน จำนวนทั้งสิ้น 5 กลุ่ม เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมและช่วยเหลือกันในการทำกิจกรรม

2.2 การบรรลุงานสูงสุด เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนจัดทำใบความรู้ใบงาน ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสำหรับทำกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เพื่อให้บรรลุงานสูงสุด

ตอนที่ 2 ผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

จากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลนามะเือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจ จำนวนทั้งสิ้น 80 คน ประกอบด้วยเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 45 -54 ปี และเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่เป็นวิสาหกิจประเภทการท่องเที่ยวและปศุสัตว์

2. การเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าระหว่างก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คะแนนเฉลี่ยของความรู้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคะแนนความรู้เฉลี่ยหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม

3. การเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้าระหว่างก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คะแนนเฉลี่ยของทักษะมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคะแนนทักษะเฉลี่ยหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม

4. การเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าระหว่างก่อนและหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คะแนนเฉลี่ยของทัศนคติมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคะแนนทัศนคติเฉลี่ยหลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม

จากผลการจัดกระบวนการฝึกอบรมแสดงให้เห็นว่า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นสูงขึ้นกว่าก่อนการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจและมีความสามารถในการจัดการด้านการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้นด้วย

ตอนที่ 3 ผลของการประเมินความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

จากการประเมินความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ด้วยแบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม พบว่า ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมมีความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดกิจกรรม ($\bar{x} = 4.36$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านวิทยากร ($\bar{x} = 4.30$) อยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านเนื้อหา ($\bar{x} = 4.28$) อยู่ในระดับมาก

ผลการประเมินดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า กระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน มีความเหมาะสมทั้งทางด้านเนื้อหา ด้านการจัดกิจกรรม และด้านวิทยากร ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการศึกษาผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนโดยในการอภิปรายผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นในการอภิปรายออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การอภิปรายผลของการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
2. การอภิปรายผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
3. การอภิปรายผลของการประเมินความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

1. การอภิปรายผลของการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เริ่มจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ไปจัดการสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการชุมชน จึงทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Boyle (1981) ที่กล่าวไว้ว่า ในการพัฒนาโปรแกรมของการศึกษานอกระบบโรงเรียนควรศึกษาแหล่งข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และการกำหนดวัตถุประสงค์ของโปรแกรม อันได้แก่ ตัวผู้รับบริการ สภาพแวดล้อมทางสังคมของผู้เรียน และเนื้อหาวิชาการ แล้วผู้วิจัยจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา เทคนิคการเรียนการสอน และวิธีการประเมินผล แล้วพัฒนาเป็นแผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนขึ้น หากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการเลือกและลำดับเนื้อหาที่ใช้ในการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับระดับความรู้และประสบการณ์ของผู้เรียนซึ่งเนื้อหาในการจัดกิจกรรมจะเน้นในเรื่องการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด (4P) การเพิ่มมูลค่าสินค้า การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด เลือกวิธีการที่จะใช้ในการเรียนการสอน เลือกสื่อและอุปกรณ์ที่ช่วยให้การจัดการเรียนการสอนเป็นไปอย่างราบรื่น เหมาะสมกับแต่ละกิจกรรม เพื่อผู้เรียนบรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ และเลือกวิธีการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยใช้ในการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อมาร่วมกิจกรรมจำนวน 30 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแผนการดำเนินการจัดกิจกรรม โดยเริ่มจากกิจกรรมที่ให้ความรู้เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า จากนั้นจึงให้ความรู้ด้านทักษะทางการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อใช้ปฏิบัติในงาน และด้านทัศนคติ ซึ่งเนื้อหาในกิจกรรมนี้ สอดคล้องกับปัญหาในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนโดยในการจัดกิจกรรมผู้วิจัยใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดหลัก ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีหลักการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางโดยผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้จากประสบการณ์เดิม ผู้สอนเป็นผู้ช่วยในการจัดกระบวนการเรียนการสอนให้แก่ผู้เรียน ผู้เรียนเกิดการสร้างความรู้ใหม่ขึ้น ดังที่ Juies N Pretty, Irene Guijt, Ian Scoones, John Thompson (1995) ได้กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสร้างความรู้ขึ้นด้วยตัวของผู้เรียนเองโดยผู้สอนเป็นผู้ช่วยจัดกระบวนการเรียนการสอนที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสร้างความรู้มากกว่าการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนซึ่งสอดคล้องกับ วรรัตน์ อภินันท์กุล (2551) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม คือ กิจกรรมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่ทำทหายอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงของผู้เรียน กิจกรรมการเรียนเป็นการเรียนรู้ที่อาศัยประสบการณ์

เดิมของผู้เรียน มีการสื่อสารหลายทาง เช่น การพูด การเขียน เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยตนเองและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน และปฏิสัมพันธ์ที่มีทำให้เกิดการขยายผลของเครือข่ายความรู้ที่ทุกคนมีอยู่ออกไปอย่างกว้างขวาง โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้กระบวนการฝึกอบรมเป็นรูปแบบในการดำเนินกิจกรรม เพื่อช่วยให้ผู้เรียนได้เกิดการพัฒนา ฝึกฝน เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่ พงศ์ หรดาล (2539) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกิจกรรมการเรียนรู้เฉพาะบุคคลเพื่อที่จะปรับปรุงและเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และทัศนคติ (attitude) อันเหมาะสม จนก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและทัศนคติต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและกระบวนการฝึกอบรมเป็นวิธีการเรียนการสอนที่เหมาะสม สามารถช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงาน ก.พ. (2532) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการฝึกอบรม เป็นกระบวนการหรือขั้นตอนการปฏิบัติในอันที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ ทักษะหรือความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ผู้วิจัยได้นำขั้นตอนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นรูปแบบการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาบุคคล ทั้งทางด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติได้ดีที่สุด โดยผ่านการสังเคราะห์จากผลการศึกษารูปแบบการเรียนรู้หลายรูปแบบ จนได้โครงสร้างพื้นฐานการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการชุมชนซึ่งประกอบด้วยหลักการเรียนรู้พื้นฐาน 2 อย่าง ได้แก่ การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) ซึ่งในการเรียนรู้เชิงประสบการณ์มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ ประสบการณ์ การสะท้อนความคิดและอภิปราย การสรุปความเข้าใจ และเกิดเป็นความคิดรวบยอด และการทดลองหรือประยุกต์แนวคิด และการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม (Group Process) ซึ่งประกอบด้วย การมีส่วนร่วมสูงสุดและการบรรลุงานสูงสุด (กรมสุขภาพจิต, 2543) โดยการนำมาบูรณาการให้เข้ากับหลักการจัดกิจกรรมการศึกษานอกระบบโรงเรียนในรูปแบบกระบวนการฝึกอบรมที่เน้นผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นสำคัญ สอดคล้องกับ อาชัญญา รัตนอุบล (2544) ที่กล่าวไว้ว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียนเป็นการเรียนรู้จากธรรมชาติ สังคม หรือโปรแกรมการศึกษาที่จัดขึ้นเฉพาะ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสภาพของแต่ละท้องถิ่น อายุผู้เรียน สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนความต้องการ ความสนใจของผู้เรียน โดยผู้จัดกิจกรรมหรือวิทยากรทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมให้กับผู้เข้าร่วมได้อย่างเหมาะสมและมีความยืดหยุ่นเพื่อที่จะสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ในการจัดกิจกรรม ผู้จัดกิจกรรมจะต้องกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความกระตือรือร้นและมีความพร้อมที่จะทำกิจกรรมภายใต้บรรยากาศแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินการตามขั้นตอนของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยผู้เข้ามามีกิจกรรมจะต้องมีบทบาทและมีส่วนร่วมในทุกรูปแบบของกิจกรรมที่จัดขึ้น ทั้งการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน การแสดงบทบาทสมมติ การระดมสมอง การวิเคราะห์ การอภิปราย และการนำเสนอ เพื่อผลลัพธ์สุดท้ายของการจัดกิจกรรมคือ บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมความสามารถให้แก่ผู้ประกอบกิจกรรมที่ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน และด้านทัศนคติ

จากการศึกษาแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม หลักการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน และแนวคิดการฝึกอบรม ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าสามารถนำแนวคิดทั้งสามนี้มาบูรณาการเพื่อนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ เพิ่มความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบกิจกรรมได้อย่างยั่งยืน สามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าในทางที่ดีขึ้น เพราะการใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นหลักในการดำเนินกิจกรรม ทำให้ผู้ประกอบกิจกรรมมีบทบาทสำคัญในการดำเนินกิจกรรม โดยมีการลงมือปฏิบัติจริง มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนและมีการนำประสบการณ์เดิมมาใช้ในการร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับ อุดม เขยกีวงส์ (2545) ที่กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนต้องมีส่วนร่วมเพื่อเกิดการเรียนรู้ในสิ่งที่อยากเรียนรู้ เกิดกระบวนการกลุ่ม เกิดการเรียนรู้แบบแก้ปัญหา โดยใช้การระดมพลังสมอง และใช้เทคนิคต่างๆ เช่น Mind Mapping Metaplan การทำเวทีประชาคม การอภิปราย การแสดงบทบาทสมมติ ฯลฯ เป็นการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีความสำคัญ เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้กับผู้สอนทุกขั้นตอนซึ่งสอดคล้องกับ อรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง (2545) ที่กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจเลือกบทเรียนที่ต้องการเรียนรู้ในลักษณะกลุ่มหรือศึกษาด้วยตนเอง ผู้เรียนจะร่วมกันจัดกิจกรรมการเรียนรู้ทุกขั้นตอนฝึกปฏิบัติการวางแผนการทำกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันและทำรายงานผลการเรียนรู้และสอดคล้องกับ Bledenweg (1997) ได้ศึกษาผลของการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการพัฒนาโครงการฝึกอบรมและผลกระทบที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าอบรมที่มีส่วนร่วมมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าผู้เข้าอบรมที่ไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม หลักการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน แนวคิดการฝึกอบรม และเนื้อหาเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้า มาบูรณาการเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นไปในทางที่ดีขึ้น โดยในการจัดกิจกรรมจะมีการแบ่งกลุ่มเพื่อให้มีการปฏิบัติกิจกรรมร่วมกันเป็นกลุ่มเล็กจำนวน 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน ซึ่งในแต่ละกิจกรรมที่จัดนั้น ผู้วิจัยจะเน้นให้ผู้ประกอบการชุมชนได้ร่วมกันทำงานเป็นกลุ่ม โดยการใช้กระบวนการกลุ่มเข้ามาช่วย เพื่อประสิทธิภาพอันสูงสุดที่จะเกิดขึ้น กับผู้ประกอบการชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนเกิดความสนิทสนมกัน มีส่วนร่วมและช่วยเหลือในการทำกิจกรรม เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ปรัชญาพูดคุย วิเคราะห์และสรุปร่วมกันภายในกลุ่ม พร้อมทั้งการนำเสนอแนวทางในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง ซึ่งสอดคล้องกับ Pretty และ Labs (1998) ที่กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นการเรียนรู้ที่อาศัยกระบวนการกลุ่มเข้ามาช่วย ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ โดยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านประสบการณ์ และใช้ทักษะการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน เน้นการทำงานเป็นกลุ่ม ซึ่งการทำงานในแต่ละกิจกรรมสมาชิกทุกคนจะมีส่วนร่วมในการทำงาน ดังนั้น ผลงานที่ได้จึงเป็นผลงานของกลุ่มมิใช่ของสมาชิกคนใดคนหนึ่งเท่านั้น ซึ่งกิจกรรมที่จัดนั้น ปรับเน้นเวลา สถานที่ให้เหมาะสมกับสภาพและความต้องการของผู้ประกอบการชุมชน เน้นสถานการณ์ต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัวผู้ประกอบการชุมชนมากที่สุด เน้นการลงมือปฏิบัติ การแสดงบทบาทสมมุติ การแสดงความคิดเห็น ซึ่งในแต่ละกิจกรรมผู้วิจัยได้ดำเนินตามขั้นตอนของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและใส่เนื้อหาการเพิ่มมูลค่าสินค้าในทุกกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปความคิดที่ได้รับจากการสรุปของผู้ประกอบการชุมชนเพื่อเป็นการส่งเสริมความคิด ทำให้ผู้ประกอบการชุมชนรู้สึกว่าคุณเองมีศักยภาพและสามารถนำแนวทางที่ตนเองได้มีส่วนร่วมในการคิดและสรุปไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้ อันเป็นประโยชน์ในการประกอบวิสาหกิจชุมชนต่อไป

2. การอภิปรายผลของการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

จากผลการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนพบว่า

การเปรียบเทียบคะแนนจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าก่อนและหลังการทดลอง พบว่า คะแนนเฉลี่ยจากแบบวัดความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หลังการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนทำให้ผู้ประกอบการชุมชนในตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างการทดลองมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าสูงขึ้น นั่นคือ ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมสามารถพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้เป็นอย่างดีหลังการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ซึ่งสอดคล้องกับ สิริพรรณ บัวศรี (2551) ได้ศึกษาผลของโปรแกรมส่งเสริมความรู้ เรื่องการบริโภคสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อความรู้ และความสามารถในการบริโภคสื่อโทรทัศน์ตามหลักแนวคิดการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ห้อง 4 ปีการศึกษา 2551 โรงเรียนบ้านสันโค้ง (เชิงราษฎร์ราษฎร์) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 จำนวน 30 คน ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลองโปรแกรมรวม 11 สัปดาห์ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ผ่านโปรแกรมส่งเสริมความรู้ เรื่องการบริโภคสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้ และความสามารถ สูงกว่าก่อนเข้าร่วมโปรแกรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และหลังเข้าร่วมโปรแกรมนักเรียนมีความรู้ เรื่องการบริโภคสื่อโทรทัศน์สูงกว่าเกณฑ์ประเมินที่ 75% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ เมธิยา เกิดผล (2552) ได้ศึกษา ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนนอกห้องเรียนตามแนวคิดการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาทักษะทางอารมณ์ของเด็กและเยาวชนในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนชายบ้านกรุณา ซึ่งได้ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กและเยาวชนในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนชายบ้านกรุณา จำนวน 40 คน แบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มทดลองเข้าร่วมกิจกรรม และกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมนี้ ใช้ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมรวมทั้งสิ้น 50 ชั่วโมง ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมเกี่ยวกับทักษะทางอารมณ์ของกลุ่มทดลองหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับ ประไพพิมพ์ สุขพลี (2550) ได้ศึกษา ผลของการจัดกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมตามแนวรูปแบบ ทีม เกม ทิวนาเมนต์ ที่มีต่อการพัฒนา

ความรู้ เรื่องการสื่อสารเพื่อรักษาสัมพันธภาพระหว่างบุคคลของนักเรียนระดับชั้น ประถมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้ ความสามารถในการสื่อสารเพื่อรักษาสัมพันธภาพระหว่างบุคคลหลังการทดลองสูงกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากงานวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ รวมถึงความคิดหรือทัศนคติให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น อันสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้ ที่มีคะแนนเฉลี่ยความรู้ ทักษะ และทัศนคติการเพิ่มมูลค่าสินค้า ท้องถิ่นสูงขึ้น หลังจากการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ด้วยเหตุผลที่ ผู้วิจัยจะนำเสนอการอภิปราย ดังนี้

1. การเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยรูปแบบและ ขั้นตอนของกระบวนการฝึกอบรม ดังนี้

ขั้นที่ 1 ประเมินปัญหา ความต้องการของผู้เข้าร่วม เป็นขั้นตอนแรกของการ จัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และประเมินปัญหา ความต้องการของผู้ เข้าร่วม โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดการสนทนากลุ่ม(Focus Group) เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยได้เข้าใจและทราบ ถึงปัญหาและความต้องการของผู้ ประกอบการประชุมชนอย่างแท้จริง และเพื่อเป็นแนวทางในการ ออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ วรรัตน์ อภินันท์กุล (2551) ที่กล่าวไว้ว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียนเป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นใน การกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดและ ประเมินผล ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสำเร็จการศึกษา โดยเนื่อหาหลักสูตรจะต้องมีความ เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของบุคคลแต่ละกลุ่ม ขั้นตอนนี้มี ความสำคัญมากต่อผู้วิจัยเพราะหากข้อมูลที่ได้มีความคลาดเคลื่อน ไม่ตรงกับปัญหาและความ ต้องการของผู้ เข้าร่วมก็จะทำให้มีผลต่อการจัดการเรียนรู้ได้ ดังนั้น เพื่อให้ได้ปัญหาและความ ต้องการที่แท้จริง ผู้วิจัยจึงให้ผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมที่เป็นผู้ ประกอบการประชุมชนได้มีส่วนร่วม ในการประเมินปัญหา ความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดกระบวนการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้กำหนด วัตถุประสงค์จากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ประเมินปัญหาความต้องการของผู้ เข้าร่วมกิจกรรม การฝึกอบรม ซึ่งผู้วิจัยนำผลดังกล่าวมาเขียนวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมในครั้ง นี้ โดยผู้วิจัยได้เขียนวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ เข้าร่วมกิจกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ซึ่งจากแนวคิดการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยควร ให้ผู้ เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกับผู้วิจัยด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ วรา

ลักษณะ ไชยทัฬ (2544) ที่กล่าวไว้ว่า การกำหนดความชัดเจนของสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในการจัดการเรียนรู้ แต่ละครั้งจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยกำหนดขอบเขตของการเรียนรู้ ครั้งนั้นๆ ให้สอดคล้องกับปัญหา ความต้องการในส่วนของที่ถูกระหัดร่วมกันว่าเป็นความจำเป็นของการจัดการเรียนรู้ว่าต้องการให้เกิดอะไรบ้างในเวลาและเงื่อนไขต่างๆ ที่มีอยู่

ขั้นที่ 3 เลือกกำหนดเนื้อหา โดยเริ่มจากผู้วิจัยเลือกหัวข้อเนื้อหาทั้งหมดที่ต้องการแล้วแจกแจงเป็นประเด็น จัดเนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่ เรียงลำดับตามความสำคัญของเนื้อหาซึ่งเนื้อหาครอบคลุมถึงเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าผู้วิจัยกำหนดเนื้อหา โดยคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ วราลักษณ์ ไชยทัฬ (2544) ที่กล่าวไว้ว่า เนื้อหาของการจัดการเรียนรู้ จะเลือกและกำหนดขึ้นจากวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ ครั้งนั้นๆ ในแต่ละวัตถุประสงค์จะนำมาวิเคราะห์ กำหนดเนื้อหาของการเรียนรู้ และมักได้ประเด็นเนื้อหาหลายประเด็น ซึ่งควรมีการเลือกกำหนดเนื้อหาที่สำคัญ และจัดเรียงลำดับ ให้สอดคล้องต่อกลุ่มผู้เข้าร่วม ตามเวลาและเงื่อนไขต่างๆ ที่มีอยู่ เนื่องจากผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มาก เนื้อหาในแต่ละกิจกรรมผู้วิจัยจึงเน้นให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์เดิมและประสบการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นของผู้ประกอบการชุมชน

ขั้นที่ 4 เลือกวิธีการในการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยเลือกวิธีการที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมมากมายหลายรูปแบบ โดยผู้วิจัยเลือกให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการ วัตถุประสงค์ และเนื้อหา เพื่อต้องการให้ผู้เข้าร่วมเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ เช่น กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความรู้ ผู้วิจัยใช้วิธีการบรรยาย กิจกรรมที่ก่อให้เกิดทักษะ ผู้วิจัยใช้วิธีการแสดงบทบาทสมมติ และลงมือปฏิบัติจริง และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดทัศนคติ ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและระดมสมอง ซึ่งสอดคล้องกับ วราลักษณ์ ไชยทัฬ (2544) ที่กล่าวไว้ว่า วิธีการจัดการเรียนรู้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ผลการเรียนรู้ที่ดี โดยเฉพาะการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้จัดกระบวนการเรียนรู้ควรให้ความสำคัญและพิจารณาเลือกวิธีการที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมและการได้ลงมือทำเองของผู้เข้าร่วมเป็นสำคัญซึ่งในการดำเนินกิจกรรมนั้น ผู้วิจัยจะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการชุมชนได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

ขั้นที่ 5 จัดทำโครงการจัดการเรียนรู้ เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลที่แน่ชัดเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ วัตถุประสงค์ โดยนำมากำหนดเนื้อหาและเลือกวิธีการในการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม โดยผู้วิจัยจัดทำโครงการเพื่อใช้ในการประสานงานและเตรียมความพร้อมก่อนการ

ดำเนินงาน ซึ่งองค์ประกอบในการจัดทำโครงการมีดังนี้ ชื่อโครงการ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา วิธีการในการจัด ขั้นตอนการดำเนินงาน วันเวลา สถานที่ กำหนดการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การติดตามสนับสนุนและประเมินผล งบประมาณ ซึ่งสอดคล้องกับ วราลักษณ์ ไชยทัฬห (2544) ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อได้ข้อมูลที่แน่ชัดเกี่ยวกับปัญหา ความต้องการ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ โดยนำมากำหนดเป็นเนื้อหาและวิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้ได้แล้ว ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการในช่วงของการเตรียมการคือ การจัดทำโครงการการเรียนรู้ เพื่อใช้ในการประสานงานทรัพยากร และเตรียมภายในด้านการจัดการต่างๆ ให้พร้อมก่อนการดำเนินการเรียนรู้

ขั้นที่ 6 การออกแบบกระบวนการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้รวบรวมสิ่งที่ดำเนินงานใน ขั้นตอนที่ผ่านมา นำมาใช้ในการวางแผนและจัดทำกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อ ความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ ประกอบการชุมชนประกอบด้วย ชื่อกิจกรรม วัตถุประสงค์และเนื้อหา ของแต่ละกิจกรรม โดยในการออกแบบนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินตามขั้นตอน ของการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วม ดังนี้

ขั้นประสบการณ์ เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทบทวน ประสบการณ์เดิม มีการกระตุ้นให้ผู้ เข้าร่วมตั้งประสบการณ์ของตนเองเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่า สินค้าออกมาแลกเปลี่ยนให้แก่สมาชิกอื่นๆ ได้รับฟัง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการตั้งคำถาม กรณีศึกษา ใช้ ตัวอย่าง และการลงมือปฏิบัติจริง ให้ผู้ เข้าร่วมได้ใช้ประสบการณ์เดิมของตนมาแสดงความคิดเห็น หรือตอบคำถาม ทำให้ผู้ เรียนได้ความรู้ใหม่และเกิดการหยั่งรู้จากเรื่องที่ได้เรียนรู้ในแต่ละกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ กรมสุขภาพจิต (2543) ที่กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมเป็นการเรียนรู้ที่ยึด ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เป็นกระบวนการสร้างความรู้ ด้วยตัวของผู้ เรียนเองโดยมีผู้ สอนจัด กระบวนการเรียนการสอนที่เอื้ออำนวยให้เกิดการสร้างความรู้ มากกว่าการถ่ายทอดความรู้ จาก ผู้สอนสู่ผู้ เรียนแต่เพียงอย่างเดียวดังนั้น กระบวนการสร้างความรู้ จึงต้องอ้างอิงจากประสบการณ์ ของผู้ เรียนเป็นการเรียนรู้ที่ผู้ เรียนเป็นผู้กระทำ อันจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเรียนรู้ ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นสังคมของการเรียนรู้ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ เรียนด้วยกันเองและ ระหว่างผู้ เรียนกับผู้ สอน ทำให้เกิดการขยายตัวของเครือข่ายความรู้ ที่ทุกคนมีอยู่ออกไปอย่าง กว้างขวาง โดยอาศัยการแสดงออก ได้แก่ การพูดและการเขียนเป็นเครื่องมือใน การแลกเปลี่ยน การวิเคราะห์ และสังเคราะห์ความรู้

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย เป็นขั้นที่ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับสมาชิกในกลุ่ม มีการอภิปรายและถ่ายทอดประสบการณ์การเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และในขั้นนี้ตอน ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมทุกคนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม มีส่วนร่วมในการคิด วิเคราะห์เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าจากใบงานกรณีศึกษา และตัวอย่างจริงเพื่อช่วยให้เกิดการขยายความรู้ให้กว้างมากขึ้น และจากการสะท้อนความคิดเห็นและอภิปรายจะช่วยให้ผู้เรียนได้แนวคิดและข้อสรุปที่หลากหลายขึ้น โดยในการจัดกิจกรรมนี้ ผู้วิจัยพบว่า เมื่อผู้วิจัยสร้างบรรยากาศในการเรียนให้มีความสุข สนุก สร้างค่านิยมร่วมกัน และกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมสนใจและพร้อมที่จะทำกิจกรรม ทำให้ผู้เข้าร่วมก็กล้าที่จะตอบคำถาม แสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนประสบการณ์มากขึ้น ในทุกๆ กิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับสมใจ พรานพล (2544) ที่กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นการที่ผู้เรียนแต่ละคนมีส่วนร่วมโดยการเอาใจใส่เข้าร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม อาศัยหลักการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ และการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ได้รับประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับชีวิตจริงได้รับการฝึกฝนทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการบันทึกความรู้ ทักษะการคิด ทักษะการจัดการความรู้ ทักษะการแสดงผล ทักษะการสร้างความรู้ใหม่และทักษะการทำงานกลุ่ม นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ให้ความรู้เพิ่มเติมด้วยการบรรยาย อธิบายให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ขั้นความคิดรวบยอด เป็นขั้นตอนการสร้างความเข้าใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม และนำไปสู่การคิดรวบยอด ในขั้นนี้ตอน ผู้เข้าร่วมได้รวบรวมข้อมูล ความคิดเห็น และประสบการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการระดมสมองภายในกลุ่มแล้วให้ผู้เข้าร่วมส่งตัวแทนกลุ่มเพื่อออกมานำเสนอหรืออภิปรายให้ผู้เข้าร่วมท่านอื่นฟัง เพื่อจะได้ข้อสรุปที่ชัดเจนร่วมกัน โดยผู้วิจัยจะต้องช่วยชี้แจง แนะนำ อธิบายและยกตัวอย่างให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจในเนื้อหาของแต่ละกิจกรรมให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสรุปความคิดรวบยอดร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Evans (1994) ที่กล่าวว่า การจัดเรียนรู้จากประสบการณ์จะประกอบด้วยขั้นตอนนี้ต่างๆ ผู้เรียนจะนำประสบการณ์มาเป็นข้อมูลทุกขั้น ตอน โดยผู้สอนและผู้เรียนจะมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งในแต่ละกิจกรรมหากพบว่าผู้เข้าร่วมบางคนไม่แสดงความคิดเห็นหรือมีความคิดเห็นไม่ตรงกันกับสมาชิกในกลุ่ม ผู้วิจัยจึงทำหน้าที่กระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมในกิจกรรม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน และยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด เป็นขั้นตอนที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมนำความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน จนเกิดเป็นแนวทางอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และทัศนคติตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการหลากหลายรูปแบบ เช่น การแสดงบทบาทสมมติ การวางแผน การคิดวิเคราะห์ วาดภาพ เป็นต้น เพื่อเป็นการตรวจสอบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำความรู้ต่างๆ ที่ได้รับจากกิจกรรมไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาตนเองได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งสอดคล้องกับ สมุณทนา พรหมบุญ และ อรพรรณ พรสีมา (2549) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมช่วยเตรียมผู้เรียนให้พร้อมที่จะเผชิญกับชีวิตจริงเพราะลักษณะการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้รับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง ได้ลงมือปฏิบัติ ทำกิจกรรมกลุ่ม ฝึกฝนทักษะการเรียนรู้ ทักษะการบริหาร การจัดการ การเป็นผู้นำผู้ตามและที่สำคัญเป็นการเรียนรู้ที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับชีวิตจริงของผู้เรียนมากที่สุดซึ่งเมื่อดูจากการจัดกิจกรรมต่างๆ พบว่า ผู้เข้าร่วมมีความรู้ ความเข้าใจในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นมากขึ้น สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง

และการเรียนรู้ด้วยกระบวนการกลุ่ม ประกอบด้วย 2 ขั้นตอนที่ ได้แก่

การมีส่วนร่วมสูงสุด เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนแบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อลดความแตกต่างและหลากหลายในด้านลักษณะนิสัย ความสามารถ และประสบการณ์ โดยแบ่งกลุ่มผู้เรียนเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6 คน จำนวนทั้งสิ้น 15 กลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์และช่วยเหลือกันในการทำกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ พิมสาย จิงตระกูล (2546) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการกลุ่มจะช่วยทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมสูงสุด ผู้สอนต้องพิจารณาออกแบบกลุ่มให้เหมาะสมกับผู้เรียนและกิจกรรม โดยคำนึงถึงความยากง่ายในการมีส่วนร่วม ความลึกซึ้งของการแสดงความคิดเห็นหรือผลงาน และจัดสรรบทบาทของผู้เรียนในการเข้ากลุ่มแต่ละประเภทและทำให้บรรลุงานสูงสุด นั่นคือ ผู้สอนจะต้องออกแบบงานให้ดี โดยการกำหนดกิจกรรมที่ชัดเจนว่าจะให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มอย่างไร กำหนดบทบาทของกลุ่มหรือผู้เรียนให้ชัดเจน กำหนดโครงสร้างของงานและบอกรายละเอียดของกิจกรรมที่ชัดเจน

การบรรลุงานสูงสุด ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้จัดทำใบความรู้ ใบงาน ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม สำหรับทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ มีการกำหนดกิจกรรมอย่างชัดเจนว่าหลังจากได้รับใบงานแล้วให้ผู้เรียนออกมาแสดงหรือนำเสนอผลงาน ส่งผลให้เกิดการบรรลุงานสูงสุด

ขั้นที่ 7 จัดกระบวนการเรียนรู้ ขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม โดยมีรูปแบบของกระบวนการที่ยืดหยุ่นตามผู้เรียนและสถานการณ์เพื่อให้ผู้เรียนไม่ได้รู้สึกว่ายึดติดกับกระบวนการมากเกินไป เช่น กิจกรรม “เพิ่มมูลค่า” ผู้วิจัยกำหนดเวลาในการลงพื้นที่ ที่ใช้เวลาในการศึกษาดูงานแต่ละพื้นที่ที่กลุ่มละไม่เกิน 20 นาที แต่พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมใช้เวลาเกินกำหนดจึงทำให้การดำเนินการจัดกิจกรรมต้องล่าช้าออกไป เนื่องจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องใช้เวลาในการซักถาม จดบันทึก และเดินทางจึงทำให้ต้องใช้เวลามากกว่าที่กำหนด ผู้วิจัยใช้เวลาทั้งสิ้น 6 วัน รวมทั้งสิ้น 50 ชั่วโมง ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 10 กิจกรรม ซึ่งในแต่ละกิจกรรมนั้น ผู้วิจัยจะเน้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เกิดการซักถาม แสดงความคิดเห็น อภิปราย ลงมือปฏิบัติจริง เน้นการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม เพื่อฝึกการแก้ปัญหา เกิดการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน ทุกคนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมทุกขั้น ตอน สามารถแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันได้อย่างเต็มที่ ดังจะเห็นได้ว่า จากการที่ผู้ประกอบกรชุมชนได้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมทำให้ผู้ ประกอบกรชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 8 การประเมินผล ผู้วิจัยประเมินผลการเรียนรู้จากการเข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมโดยใช้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อประเมินผู้ เข้าร่วมกิจกรรม โดยผู้วิจัยทำการประเมินจากวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้น จากปัญหาและความต้องการของผู้ เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อวัดประเมินผลการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ผู้วิจัยสามารถวัดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ ได้ดังนี้

ด้านความรู้ ผู้วิจัยจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมโดยเน้นให้ผู้เข้าร่วมได้เกิดการคิดวิเคราะห์ แลกเปลี่ยน ซึ่งผู้วิจัยจะเห็นการเปลี่ยนแปลงของผู้ เข้าร่วมได้จากการที่ผู้ เข้าร่วมสามารถอธิบาย วิเคราะห์จากกรณีตัวอย่าง จากใบงานและใบความรู้ที่ผู้วิจัยกำหนดให้

ด้านทักษะ ผู้วิจัยจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ผู้ เข้าร่วมเกิดการเปลี่ยนแปลงทักษะ ซึ่งจะเห็นการเปลี่ยนแปลงได้จาก ความสามารถในการนำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากกิจกรรมมาใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม โดยผู้วิจัยประเมินจากการให้ผู้ เข้าร่วมได้นำผลงานของตนเองออกมานำเสนอและการแสดงบทบาทสมมติ

ด้านทัศนคติ ผู้วิจัยจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมโดยเน้นให้ผู้ เข้าร่วมเกิดความเข้าใจ มีความตระหนัก มีทัศนคติที่ดีในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ซึ่งจะเห็นการเปลี่ยนแปลงได้จาก ผู้เข้าร่วมพฤติกรรมกรรมการแสดงออกและการแสดงความคิดเห็นของผู้ เข้าร่วม

อุปสรรคที่ผู้วิจัยพบคือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมใช้เวลาในบางกิจกรรมค่อนข้างนาน เนื่องจากผู้เข้าร่วมแต่ละคนต่างมีประสบการณ์กันมาก ทำให้ในขั้นตอนของกิจกรรมที่ให้ผู้เข้าร่วมช่วยกันระดมสมอง แสดงความคิดเห็นจึงใช้เวลาในการพูดคุย แลกเปลี่ยนกันเกินเวลาที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ซึ่งในบางกิจกรรมก็พบว่าผู้เข้าร่วมบางคนไม่แสดงความคิดเห็นหรือมีความคิดเห็นไม่ตรงกันกับสมาชิกในกลุ่ม ผู้วิจัยจึงทำหน้าที่กระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน และยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน อย่างไรก็ตามทุกคนก็ได้ผลสรุปและแนวทางร่วมกัน

จากขั้นตอนของการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนที่ผู้วิจัยใช้ในการดำเนินกิจกรรมการฝึกอบรม ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกิจกรรม สามารถทำกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ โดยผู้วิจัยจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลาย เช่น มีการให้ใบงาน การแสดงบทบาทสมมติ อภิปรายและนำเสนอผลงานร่วมกัน ซึ่งทุกคนได้แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และจากการที่ผู้เข้าร่วมได้ร่วมกันระดมสมอง วิเคราะห์ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ถือว่าเป็นสิ่งที่บูรณาการและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตจริง

2. เทคนิคที่เลือกนำมาใช้ในการทำกิจกรรมตามขั้นตอนของการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วม มีความเหมาะสม เนื่องจากผู้เข้าร่วมสามารถเข้าถึงกิจกรรมได้อย่างครบถ้วนและสามารถสะท้อนแนวคิดในมุมมองต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ เทคนิคที่ผู้วิจัยได้พิจารณานำมาใช้ในการจัดกิจกรรมประกอบด้วย กิจกรรมเน้นทบทวน การแสดงบทบาทสมมติ กรณีศึกษา การระดมสมอง การตั้งคำถาม การบรรยาย การอภิปราย การลงพื้นที่ การนำเสนอ เป็นต้น ซึ่งการที่ผู้วิจัยใช้การแสดงบทบาทสมมติ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงพฤติกรรมต่าง มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการแสดงตามความสามารถ มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน การระดมสมอง เป็นการที่ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นกันอย่างอิสระและเต็มที่โดยปราศจากการวิพากษ์วิจารณ์ การบรรยาย เป็นการอธิบายความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้ในการจัดกิจกรรมนั้น การระดมสมอง เพื่อเป็นการระดมความคิดเห็นภายในกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อสรุปในกิจกรรมร่วมกัน การอภิปราย โดยทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากกิจกรรม โดยอาศัยความรู้ และประสบการณ์ของแต่ละคนทำให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและถูกต้อง การเรียนรู้ จากกรณีศึกษา เป็นการกระตุ้นให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายสิ่งที่เกิดขึ้น และพิจารณาข้อมูลที่ได้รับอย่างมีเหตุผล และการนำเสนอ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับ นคร พันธุ์ณรงค์ (2549) ที่กล่าวไว้ว่า เพื่อให้ผู้เรียนเกิดประสบการณ์ตรง โดยที่กิจกรรมต่างๆ จะต้องคัดเลือกให้เหมาะสมกับเนื้อหาเรื่องในบทเรียน เช่น กิจกรรมเกมและ

เพลง บทบาทสมมติ สถานการณ์จำลอง การอภิปรายกลุ่ม เป็นต้น เช่นเดียวกับ Jacqueline (2002) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมความมีอิสระในการแลกเปลี่ยนทางความคิดแก่ผู้เรียน ภายใต้อำนาจและข้อมูลที่แต่ละคนมีหรือหามา นอกจากนี้ผู้เรียนทุกคนยังมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน และมีส่วนร่วมในการทำงานโดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบงานตามความสามารถของแต่ละบุคคล

3. การสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่ตรงกับปัญหาและความต้องการ จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถเข้าใจและเห็นภาพได้ชัดเจน สามารถเรียนรู้ได้จากกิจกรรมและจากประสบการณ์ของตนเอง อีกทั้งยังสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้

จากการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน ทำให้ผู้เข้าร่วมสามารถเข้าถึงกระบวนการได้อย่างแท้จริง ทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงาน มีการทำงานเป็นกลุ่ม ผู้เข้าร่วมได้แสดงความคิดเห็นและรู้จักยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ได้ร่วมกันระดมสมองและความคิด แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เกิดเป็นความรู้ และแนวทางใหม่ๆ และมีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นเนื้อหาที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วม ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมมีความเข้าใจในกิจกรรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้

3. การอภิปรายผลของการประเมินความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

จากการประเมินผลความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดกิจกรรม รองลงมาคือ ด้านวิทยากร และความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านเนื้อหาซึ่งทั้งสามด้านนี้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ สามารถอภิปรายเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

1. ด้านการจัดกิจกรรม

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมของผู้วิจัยอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ กิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ในข้อกิจกรรม Package แส่นสวย ทั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมก่อนการพัฒนาการจัดกระบวนการฝึกอบรมโดยการสนทนากลุ่มและสอบถามว่ามีความต้องการฝึกอบรมในเรื่องใดบ้าง และผู้เข้าร่วมกิจกรรมเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ผู้วิจัยได้ออกแบบให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ได้ลงมือปฏิบัติจริง และมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ โดยที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ใช้ความรู้ที่ได้จากกิจกรรมที่ผ่านมาใช้ในกิจกรรมนี้ และยังได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ สนุกสนานไปกับการวาดภาพออกแบบpackage ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ส่วนข้อคำถามที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรมมีความเหมาะสม เนื่องด้วยในบางกิจกรรมผู้วิจัยให้เวลาในการทำกิจกรรมของผู้เข้าร่วมกิจกรรมน้อยเกินไป อาจทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอาจจะยังไม่เข้าใจในเนื้อหาได้อย่างลึกซึ้ง และเนื่องจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่างมีประสบการณ์มากจึงทำให้ใช้เวลาในการระดมสมอง แสดงความคิดเห็นกันนานซึ่งเกินเวลาที่ผู้วิจัยกำหนดให้ อีกทั้งผู้วิจัยมีข้อจำกัดเรื่องของเวลาในการจัดกิจกรรมด้วย ซึ่งอาจส่งผลทำให้มีระดับความพึงพอใจน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับข้อคำถามอื่นๆ โดยสิ่งที่โดดเด่นในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการชุมชนมีความต้องการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมาก แต่เนื่องจากผู้วิจัยมีงบประมาณและเวลาในการจัดกิจกรรมอย่างจำกัดจึงไม่สามารถรับผู้ประกอบการชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมได้ทั้งหมด

2. ด้านวิทยากร (ผู้จัดกิจกรรม)

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อบุคลิกลักษณะและการถ่ายทอดความรู้ของวิทยากรและทีมงานในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อคำถามที่ว่าวิทยากรสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี เนื่องด้วย วิทยากรและทีมงานมีการเตรียมตัว เตรียมข้อมูล ทำการศึกษา ค้นคว้าความรู้มาอย่างละเอียด รวมทั้งทำการศึกษาวิธีการและแนวทางในการจัดกิจกรรมต่างๆ มาอย่างดี พร้อมทั้งมีการฝึกซ้อมการบรรยายความรู้ในเรื่องต่างๆ ทดลองปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ล่วงหน้าเพื่อให้เกิดความแม่นยำและถูกต้องมากที่สุด ทำให้การจัดกิจกรรมเป็นไปอย่างราบรื่น วิทยากรและทีมงานสามารถอธิบายและตอบข้อซักถามในเรื่องราวต่างๆ กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เป็นอย่างดี จึงส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับข้อมูลที่ตนเองต้องการได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ส่วนข้อคำถามที่ว่าวิทยากรมีความเป็นกันเอง ให้ความสนใจต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมนั้น เนื่องด้วยก่อนการจัดกิจกรรมผู้วิจัยได้มีการพบปะ พูดคุยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมกันก่อนแล้วจากการสนทนากลุ่ม จึงทำให้ผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสนิทสนมและคุ้นเคยกันแล้ว และในเวลาดำเนินกิจกรรมนั้น ก่อนจะเริ่มกิจกรรมผู้วิจัยมีการทำความรู้จักกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีกครั้ง มีการแนะนำทีมงาน และให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแนะนำตนเองเพื่อให้ทุกคนได้ทำความรู้จักคุ้นเคยกันมากขึ้น มีการทำกิจกรรมละลายพฤติกรรมเพื่อเป็นการกระชับสัมพันธ์ไมตรีระหว่างกัน อีกทั้งผู้วิจัยสามารถพูดภาษาท้องถิ่น หรือภาษาอีสานได้จึงทำให้ผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถสื่อสารกันได้ เข้าใจง่ายมากขึ้น บรรยายภาคในการทำกิจกรรมจึงเต็มไปด้วยความสนุกสนานและเป็นกันเอง และได้แบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็นกลุ่มเล็กเพื่อให้สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง ส่วนข้อคำถามที่ว่า ลักษณะบุคลิกภาพของวิทยากรมีความเหมาะสม เนื่องด้วยผู้วิจัยเคยมีประสบการณ์ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้าจึงมีความคุ้นเคยและรู้ถึงจิตวิทยาการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ ชุมชนพอสมควร ด้วยเหตุนี้ จึงสามารถนำมาปรับใช้ในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ได้

3. ด้านเนื้อหา

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาในการจัดกิจกรรมของผู้วิจัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ เนื้อหาความรู้เป็นประโยชน์ นำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เนื่องด้วยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลและเลือกเนื้อหาที่นำมาใช้ในการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับการส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่น และตรงกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการชุมชน และเป็นเนื้อหาที่ยังไม่เคยได้รับการฝึกอบรมมาก่อนด้วย ส่งผลให้

ผู้ประกอบการชุมชนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันนอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเรียนรู้การใช้เทคนิคในการจัดกิจกรรมที่หลากหลายและเหมาะสมกับ เพื่อให้เกิดความสนุกสนานและเข้าใจเนื้อหาได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น การแสดงบทบาทสมมติ กรณีศึกษา การลงมือปฏิบัติจริง เป็นต้น เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่ บรรลุตามวัตถุประสงค์ ส่วนข้อคำถามที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ เนื้อหาความรู้ทำให้เกิดความเข้าใจง่ายเนื่องด้วยผู้ประกอบการชุมชนไม่เคยได้เรียนรู้และรับการฝึกอบรมมาก่อน อีกทั้งยังมีคำเฉพาะที่อาจไม่เคยได้ยินจึงทำให้ใช้เวลาในการเรียนรู้ นาน ซึ่งอาจส่งผลทำให้มีระดับความพึงพอใจน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับข้อคำถามอื่นๆ

จากการประเมินผลความพึงพอใจในการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน แสดงให้เห็นว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจทั้งในด้านเนื้อหา ด้านวิทยากร และด้านการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมยังมีความต้องการจะเข้าร่วมกิจกรรมในลักษณะนี้ อีก รวมทั้งมีความต้องการให้ผู้วิจัยมาจัดกิจกรรมในลักษณะนี้ อีกครั้ง ซึ่งย่อมส่งผลให้การจัดกิจกรรมมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลที่ดียิ่งขึ้น ฉะนั้นกิจกรรมที่จัดขึ้นนี้ ผู้ประกอบการชุมชนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความรู้ เพิ่มความสามารถ และสร้างทัศนคติที่ดีในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน อันสอดคล้องกับ อุทุมพร จามรมาน(2533) ที่กล่าวว่า การฝึกอบรม คือ กิจกรรมหรือความพยายามที่จะจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงาน เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีในเรื่อง ความรู้ ทัศนคติ และทักษะในการทำงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำกิจกรรมไปใช้

1.1 ในการดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพบปะ พูดคุย กับผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการในการฝึกอบรมว่ามีความต้องการในเรื่องใด และควรมีการเลือกเนื้อหาสาระที่จะนำมาจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เหมาะสมและมีความสอดคล้องกับลักษณะ บริบท สภาพของชุมชน และความต้องการของผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมและเนื้อหาควรมีความชัดเจน รวมทั้งเทคนิคที่ใช้ในการจัดกระบวนการฝึกอบรมควรมีความสอดคล้องกับการดำรงชีวิตประจำวัน เพื่อให้ผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมได้รับความรู้อย่างเต็มที่เน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ ที่สำคัญสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการฝึกอบรมไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน

1.2 ในการดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยควรมีทีมงานที่ดีในการช่วยดำเนินการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในระหว่างการดำเนินกิจกรรม ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อช่วยให้ผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมบรรลุตามวัตถุประสงค์ และเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้าที่สูงขึ้น

1.3 ในการดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม ลักษณะกิจกรรมจะแบ่งเป็นกลุ่มเล็ก ผู้วิจัยควรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการพูดคุยระหว่างผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม เพื่อจะทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมอย่างแท้จริง ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรม

1.4 ในการดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม วิทยากรควรมีความรู้ในเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องที่ใช้ฝึกอบรมเป็นอย่างดี เพื่อที่จะสามารถให้ความรู้ ข้อมูล รวมไปถึงตอบข้อซักถามให้แก่ผู้ เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการติดตามผลการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนกับกลุ่มตัวอย่างต่อไปอีกในระยะเวลาที่นานขึ้น เพื่อจะได้รู้ถึงความคงอยู่ของความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวก และควรมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพิ่มมากขึ้น เช่น แบบสอบถามการติดตามผล แบบสัมภาษณ์ โดยพัฒนากิจกรรมควบคู่ไปด้วย

2.2 ควรศึกษาถึงความต้องการของผู้ประกอบการชุมชน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งเสริมสนับสนุน ตลอดจนอุปสรรคต่างๆ ที่มีต่อการจัดกระบวนการฝึกอบรม เพื่อจะได้นำมาพัฒนากระบวนการฝึกอบรมให้มีความทันสมัย ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนและเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง

2.3 ควรมีการพัฒนาการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนให้กับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลอื่นๆ เพื่อเป็นการพัฒนากระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชนในชุมชนอื่นๆ ต่อไป

2.4 ควรมีการเปรียบเทียบการจัดกระบวนการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นโดยใช้แนวคิดอื่นนอกเหนือจากแนวคิดการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการจัดกระบวนการฝึกอบรมต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กัตัญญู หิรัญญสมบุญ (2543). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- การพัฒนาชุมชน, กรม. กระทรวงมหาดไทย. (2547). *แนวทางการดำเนินงาน การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product)*.
- การพัฒนาชุมชน, กรม. กระทรวงมหาดไทย. (2547). *หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*.
- การพัฒนาชุมชน, กรม. กระทรวงมหาดไทย. (2546). *กระบวนการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่สากล โดย Mr. Moithiko Hiramatsu อดีตผู้ว่าราชการจังหวัดไออิตะ ประเทศญี่ปุ่น*
- ส่งเสริมการเกษตร, กรม. (2548). *การฝึกอบรมที่มหาวิทยาลัยในการถ่ายทอดความรู้เรื่องวิชาหกิจชุมชน*. เอกสารประกอบการสัมมนา, กรุงเทพฯ.
- ส่งเสริมการส่งออก, กรม. กระทรวงพาณิชย์. (2554). *โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*.
- ส่งเสริมอุตสาหกรรม, กรม. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: <http://www.ssmwiiki.org>.
- โกวิท วรพิพัฒน์. (2516). *สังคมศาสตร์ปริทัศน์* กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- การศึกษานอกโรงเรียน, กรม. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒*. กรุงเทพฯ : พริกหวาน กราฟฟิค.
- การศึกษานอกโรงเรียน, กรม. *วิสัยทัศน์การศึกษาตลอดชีวิต*. กรุงเทพฯ : ม.ป.ป.
- การศึกษานอกโรงเรียนกรุงเทพมหานคร 1, ศูนย์. (2540). *รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ๒๕๔๐*. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และเตชา อัศวสิทธิถาวร. (2546). *การบรรจุภัณฑ์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วังอักษร
- กองฝึกอบรม กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2544). *คู่มือการส่งเสริมการตลาด*.
- กองพัฒนาการศึกษานอกระบบโรงเรียน. (2543). *รายงานผลการประชุมปฏิบัติการการกำหนดกรอบแนวคิดการแบ่งระดับการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย*. ระหว่างวันที่ 23-25 พฤษภาคม (อีดส์น่า).

- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ,สำนักงาน. *การจัดการศึกษานอกระบบเพื่อการศึกษาตลอดชีวิตตามแนวพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒*. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีการ.
- คณะกรรมการประสานงานองค์กรพัฒนาเอกชน(กป.อพช.). (2545). *วาระประชาชนเพื่อความเป็นไท ชูรวบรวมข้อเสนอภาคประชาชน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่11 (พ.ศ.2555-2559)*. กรุงเทพฯ : เม็ทรายพริ้ง นิตติ้ง
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2547). *แนวทางการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion)*.
- คณะอนุกรรมการบริหาร คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2547). *เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงวิชาการ SMART OTOPI : กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์เพื่อผลิตภัณฑ์ OTOPI*.
- คมกฤษ อุทะโก. (2549). *ผลการนำนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนไปปฏิบัติ: ศึกษากรณี อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี*. วิทยานิพนธ์, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เครือวัลย์ ลิ้มอภิชาติ. (2545). *หลักและเทคนิคการจัดการฝึกอบรมและพัฒนา: แนวทางการวางแผนและเขียนโครงการและการบริหารโครงการ*. กรุงเทพฯ : สยามศิลป์การพิมพ์.
- เจริญ โชไชย และ ศิริวรรณ สัญชานนท์. *คำอธิบายศัพท์และกลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิคอาร์ต, (ม.ป.ป.).
- จรรยา วิไลวรรณ. (2550). *คู่มือ คุณ "Fa" วิทยากรกระบวนการผู้สร้างการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Facilitator)*. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.
- ดวงกมล ไตรวิจิตรคุณ. (2552). *เอกสารคำสอนวิชา 2756627 วิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา 1*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงใจ อินทร์จันทร์. (2543). *การพัฒนาโปรแกรมการสร้างเสริมความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมในการจัดการขยะโดยใช้แนวคิดการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชิตขงศ์ ส.นันทนาเนตร. มปป. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 469402 หลักการเรียนรู้และการสอนผู้ใหญ่ *Adult Learning and Teaching*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- โชติรัศ ชวนิชย์, ก่อเกียรติ พานิชกุล และ ปริญญา ลักษิตานนท์. (2538). *ธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : สยามคีสสาร (ดอกหญ้า).
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกลกุล นิทัศน์ คณะวรรณ. (2547). *การตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ SMEs*. กรุงเทพฯ : เอ็มเอเอชพีริ นต์.ง
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : ไทเนรมิตกิจอินเตอร์โปรเกรสซิฟ.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. (2545). *วิสาหกิจชุมชน: กลไกเศรษฐกิจฐานราก*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2545). *การบริหารการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 2*, กรุงเทพฯ.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. *โครงการสินเชื่อวิสาหกิจชุมชน*. [ออนไลน์]. 2549. แหล่งที่มา: <http://www.bacccb.com/services/credit/community.htm>. [2 มิถุนายน 2549]
- นิรันดร์ สาโรจาท. (2552). *การพัฒนารูปแบบการฝึกอบรมโดยใช้แนวทางการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานของแกนนำในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเชื้อเอชไอวีและโรคภูมิคุ้มกันบกพร่องในชุมชนมุสลิม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นพวรรณ วงศ์วิชัยวัฒน์. (2547). *การพัฒนาทักษะชีวิตในการปฏิบัติตนให้รอดพ้นจากปัญหาสังคมโดยใช้การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8. [ออนไลน์]. 2540-2544. แหล่งที่มา: <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=90>.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9. [ออนไลน์]. 2545-2549. แหล่งที่มา: <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=91>.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10. [ออนไลน์]. 2550-2554. แหล่งที่มา: <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=139>.

- ประคอง กรรณสูต. (2542). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประไพพิมพ์ สุขพลี. (2550). *ผลของกระบวนการการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมตามแนวรูปแบบทีม เกม ทัวนาเมนต์ที่มีต่อการพัฒนาความรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนาสัมพันธภาพระหว่างบุคคลของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตภาควิชาหลักสูตร การสอน และเทคโนโลยีการศึกษา สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเวศ วะสี. (2548). *การพัฒนาต้องเอาวัฒนธรรมเป็นตัวตั้ง* พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : กระทรวงวัฒนธรรม ราชบัณฑิตยสถาน
- ปราณี กรองทิพย์ และ มังกร ปุ่มกิ่ง. (2546). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ก. วิศวกรรม.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2541). *นิเวศเศรษฐศาสตร์และนิเวศวิทยาการเมือง*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มัทนียา ค้อมทอง. (2552). *ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนนอกระบบโรงเรียนที่มีต่อความรู้เจตคติ และทักษะอาชีพของกลุ่มสตรีชมรมแม่บ้านทหารอากาศ จังหวัดลพบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมธิยา เกิดผล. (2552). *ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนนอกระบบโรงเรียนตามแนวคิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาทักษะทางอารมณ์ของเด็กและเยาวชนในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนชายบ้านกรุณา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไมเคิล คีทติ้ง (2537). *แผนปฏิบัติการ 21 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน* แปลโดย มานพ เมฆประยูร. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง
- พระธรรมปิฎก (ประยุทธ์. ปยุตโต). (2538). *เศรษฐศาสตร์แนวพุทธ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโกมลคีมทอง.
- พิพัฒน์สร เศรษฐพุทธิ. (2547). *การศึกษษวิเคราะห์กระบวนการการเรียนรู้ทางการศึกษานอกระบบโรงเรียนของครัวเรือนชนบทเพื่อพัฒนาโครงการผลิตภัณฑ์สาโทพื้นบ้านไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

- พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์. (2544). *กระบวนการเรียนรู้: ความหมาย แนวทางพัฒนา และปัญหาข้อ*.
กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- พิมพ์สาย จิ่งตระกูล. (2546). *การนำเสนอรูปแบบการฝึกอบรมในงานเพื่อพัฒนาทักษะการสร้าง
วิสัยทัศน์ร่วมกันตามแนวคิดวิธีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับนักเทคโนโลยีการศึกษา
ในสถาบันอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- รังสรรค์ สุกันทา. (2546). *การพัฒนา รูปแบบการฝึกอบรมผ่านเว็บแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดการ
เรียนรู้ด้วยการนำตนเอง สำหรับบุคลากรขององค์กรธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.*
- รัตนา พุ่มไพศาล. (2530). *การศึกษานอกระบบโรงเรียนเปรียบเทียบ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.*
- ผุสดี รุมาคม. (2540). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพฯ : พิสิกส์เซ็นเตอร์.*
- วรรณิ์ แกมเกตุ. (2551). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- วรรัตน์ อภินันท์กุล. (2551). *แนวคิดและทฤษฎีที่นำสู่ทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน.
กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.*
- วรลักษณ์ ไชยทัฬห. (2544). *การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม. เชียงใหม่ : สถาบันส่งเสริม
การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มูลนิธิพัฒนาภาคเหนือ.*
- วิลาสินี วิเชียรรัตน์. (2544). *การจัดกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญการสอนแบบการ
เรียนรู้แบบมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ : กองทุนรางวัลเกียรติยศแห่งวิชาชีพครู สำนักงาน
คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.*
- วิจิต นันทสุวรรณ (2547). *ขบวนการชุมชนใหม่ การพัฒนาแบบแผนใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคม
ของชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เจริญวิทย์การพิมพ์.*
- วิศนี ศิลตระกูล. (2541). *การพัฒนา รูปแบบการศึกษานอกโรงเรียนเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตและ
สังคมตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท
บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- วิสาหกิจชุมชน. [ออนไลน์]. 2547. แหล่งที่มา: <http://www.sceb.doae.go.th>.
- วิสาหกิจชุมชน. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: <http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm>.

- วุฒิพล สกกลเกียรติ. (2546). *การเรียนรู้ของผู้ใหญ่และผู้เรียนผู้ใหญ่*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะศึกษาศาสตร์, ภาควิชาการศึกษาต่อเนื่อง.
- ศรีปริญา ฐปสงวาท. (2546). *ภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อการศึกษา*. กรุงเทพฯ : เอกสารประกอบการบรรยายพิเศษในรายวิชา 469107 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริพรรณ บัวศรี. (2551). *ผลของโปรแกรมส่งเสริมความรู้เรื่องการบริโภคสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อความรู้และความสามารถในการบริโภคสื่อโทรทัศน์ ตามหลักแนวทางการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สุมาลี สังข์ศรี. (2545). *รายงานการจัดการศึกษานอกระบบเพื่อการศึกษาตลอดชีวิต ตามแนวพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542*. กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีการพิมพ์.
- สุมนทา พรหมบุญ. (2540). *ทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม*. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สุรกุล เจนอบรม. (2541). *เรื่องนำรู้ทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์.
- เสรี พงศ์พิศ, วิจิต นันทสุวรรณ และ และจ่านง แรกพินิจ. (2544). *วิสาทกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : ภูมิปัญญาไท.
- เสรี พงศ์พิศ และสุภาส จันท์หงษ์. (2548). *ข้อควรรู้เกี่ยวกับวิสาทกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2548). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545*. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554). *แผนฯ 11 สู่อการพัฒนาที่ยั่งยืน*. นนทบุรี : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. [ออนไลน์]. 2533. แหล่งที่มา: <http://www.nesdb.go.th/> [2 สิงหาคม 2553].
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547). *ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเศรษฐกิจนอกระบบ*. นนทบุรี : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). *วิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *รายงานการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน(OTOP)*.
- สมคิด บางโม. (2553). *การเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอสเค บุ๊คส์.
- สาธารณสุข, กระทรวง. กรมสุขภาพจิต. (2543). *คู่มือการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม*. นนทบุรี: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข
- สาคร คันธโชติ. *การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ม.ป.ป.
- อนุกุล เยี่ยมพุกษาวัลย์ (2532). *กิจกรรมการประกอบการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ : สายใจ.
- อนุช อาภาภิรม. (2545). *การพัฒนาอย่างยั่งยืน คำตอบอยู่ในความหลากหลาย*. กรุงเทพฯ : มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา.
- อนุพันธ์ ทองใหม่. (2535). *การจัดการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ : บริษัทพัฒนาวิชาการ จำกัด.
- อลิศรา ชูชาติ. (2544). *ประมวลบทความนวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้สำหรับครูยุคปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อลิศรา ชูชาติ. (2549). *นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ตามแนวปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ศูนย์ตำราและเอกสารทางวิชาการ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉริยา เตียซาร์. (2550). *กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเพาะเห็ดเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในตำบลสันป่าปาง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- อาชัญญา รัตนอุบล. (2540). *กระบวนการฝึกอบรมสำหรับการศึกษานอกระบบโรงเรียน*. กรุงเทพฯ : ประชาชน.
- อาชัญญา รัตนอุบล. (2542). *การจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาชัญญา รัตนอุบล. (2544). *การเรียนรู้และพัฒนาการของผู้ใหญ่*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการศึกษา นอกระบบโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุดม เขยกีวงศ์. (2544). *แนวทางการบริหารและการจัดการ : การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ตามแนวทางพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991.

- อุดม เขยทิววงศ์. (2545). *หลักสูตรท้องถิ่น : ยุทธศาสตร์การปฏิรูปการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991.
- อุ้นตานพคุณ. (2523). *การศึกษานอกระบบโรงเรียน*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล. (2546). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จิตต์วัฒน์
- เอ็กซ์เปอร์เน็ท เฮก แมทท์. (2547). *100 แบรินด์ล้มดั่ง, แปลมาจาก BRAND FAILURE*. กรุงเทพฯ : เนชั่นบุคส์.
- โอบาส พานิชชะกุล. (2553). *กลยุทธ์สินค้าไทยชนะใจตลาดโลก*. กรุงเทพฯ : สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก.
- อำนาค วีระวนิช. (2544). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

- Boyle, Patrick G. (1981). *Planning Better Programs*. New York: Mc Graw Hill Book Company.
- Bledenweg, K.S. (1997). *Learner participation in Training Program Development and Its Effect on Achievement*. Doctoral Dissertation. The University of Toledo.
- Coombs, Phillip H., and Manznoor Ahmed. (1974). *Attacking rural poverty : How Non-Formal Education can help*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Dick, Bob. *Action learning and action research*. [Online]. Available from : <http://www.scu.edu.au/schools/gcm/ar/arp/actlearn.html> [2010, October 14].
- Evans, N. (1984). *Experiential Learning for all*. New York : Cassel.
- Gates, S.H. *Effects of Extensive Participant Input into Program Planning on Achievement, Performance, and Satisfaction*. Doctoral Dissertation. University of Georgia. [Online]. 1992. Abstract from : UMI Proquest Digital Dissertations – Full Citation & Abstract. Available from : 9224721 [2001, October 4].
- Gidron, Y., and Hachberg, R. (2003). *Increaseing use of seat belts among kindergarten children : skill beyond awareness*. Journal of Community Psychology.
- Good, C.V. (1973). *Dictionary of education*. 3rd ed. New York : McGraw – Hill.

- Jacqueline, M.K. *Why participatory learning is an effective approach in training for social change* [Online]. 2002. Available from : <http://www.pactworld.org> [2010, October 18].
- Haury, D.L. *Education for environmental sustainability. ERIC Clearinghouse for Science Mathematics and Environment Education Columbus OH.* [Online]. 1998. Available from : http://www.ed.gov/databases/ERIC_Digest/ed433194.html [2000, July 25].
- Johnson, D.W. and Johnson, F.P. (1997). *Joining together : Group Theory and Group skills.* 6th ed. Boston: Allyn & Bacon.
- Julies N Pretty, Irene Guijt, Ian Scoones, Jhon Thompson. (1995). *A Trainer's Guide for Participatory Learning and Action.* London : International Institute for Environment and Development.
- Knowles, M. S. and Associates. (1984). *Andragogy in Action, Applying Modern Principles of Adult Learning.* San Francisco: Jossey Base.
- Kolb, D.A. (1984). *Experiential Learning.* Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
- Kolb, D.A., Rubin, I. M. and Osland, J. S. (1991). *Organizational behavior : an experimental approach.* Englewood: Prentice-Hall.
- McCarthy, E.J. (1960). *Basic marketing: A managerial perspective.* Homewood, IL: Irwin.
- Milena B. and Costanza B. (2006). *Cooperative Learning in school.* JBE.
- Moorehead, R.D. (1977). *The Effect of Learner Participation in Planning and Adult Learning Experience and Acquisition of Knowledge.* Doctoral Dissertation. Ohio State University.
- Natvig, G. K., Albreksen, G., and Qvamstrom, U. (2003). *Method of teaching and class Participation to perceived social support and stress : modifiable Factors for Improving health and well being among students.* Educational Psychology.

- Pine, W.S. *The Effect of Foreign Adult Student Participation in Program Planning on Achievement and Attitude*. Doctoral Dissertation. Auburn University. [Online]. 1980. Abstract from : UMI Proquest Digital Dissertations - Full Citation & Abstract. Available from : <http://wwwlib.umi.com/dissertations/fullcit/8028560>[2001, October 4].
- Pretty, J.N., and Lab, J.T. *Participatory Learning for Integrated Farming*[Online]. 1998. Available from : <http://www.ias.unu.edu/proceedings/icibs/jules/paper.htm> [2010, October 20].
- Rogers, C.R. *Experiential Learning* [Online]. 2003. Available from : <http://tip.psychology.org/rogers.html> [2010, October 14].

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ
ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
แบบวัดความรู้เรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า แบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่า
สินค้า แบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า แผนการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมี
ส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
และแบบประเมินผลการจัดกระบวนการฝึกอบรม

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1. ผศ.ดร.มนัสวาสน์ โกวิทยา | สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน ภาควิชาการศึกษา
ตลอดชีวิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. ผศ.ดร.สุวิธิดา จรุงเกียรติกุล | สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน ภาควิชาการศึกษา
ตลอดชีวิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. คุณเยาวลักษณ์ ชีพสุมล | ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาวิชาการ บริษัท รักลูกฮิวแมน แอนด์
โซเซียล อินโนเวชั่น จำกัด |
| 4. คุณกนิษฐา สุวัตรกุล | รักษาการหัวหน้าสำนักนโยบายและแผน
สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) |
| 5. คุณไอฟาร ทาน้อย | ผู้อำนวยการกลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม
สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดหนองบัวลำภู |

ภาคผนวก ข

แผนกิจกรรมการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
ท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรม “ดอกไม้นี้เพื่อคุณ

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 20 นาที

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทุกคนได้รู้จักกันและสร้างความคุ้นเคย สร้างความรู้สึกที่ดีที่ได้พบกัน
2. เพื่อละลายพฤติกรรมผู้เข้าร่วมกิจกรรม

เนื้อหาสาระ

เป็นการทำความรู้จักกันเบื้องต้น รวมถึงเรียนรู้ลักษณะนิสัย ความถนัด ความสามารถ มีการสื่อสารเพื่อคุ้นเคยกันมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำกิจกรรมเป็นกลุ่ม

สื่อและอุปกรณ์

1. ดอกไม้
2. กระดาษใหญ่เพื่อปักดอกไม้ร่วมกัน
3. เครื่องเล่นเพลง

วิธีดำเนินกิจกรรม

1. ผู้วิจัยกล่าวสวัสดิทักทายผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนและพูดคุยเพื่อนำไปสู่การทำกิจกรรม
2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยืนเป็นวงกลมโดยหันหน้าเข้ากัน
3. ผู้วิจัยแจกดอกไม้ให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมคนละ 5 ดอก เพื่อใช้ในการทำกิจกรรม
4. ผู้วิจัยอธิบายให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องเดินสวัสดิทักทายทำความรู้จักกัน โดยแลกดอกไม้กันไปเรื่อยๆจนครบตามจำนวนดอกไม้ พร้อมทั้งเปิดเพลงคลอเบาๆ
5. หลังจากที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมอบดอกไม้ให้เพื่อนครบทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแนะนำเพื่อนที่ได้ไปทำความรู้จักมาที่ 5 คน
6. ผู้วิจัยดำเนินการนำผู้เข้าร่วมให้สรุปกิจกรรมร่วมกันว่าทุกคนรู้สึกอย่างไรกับกิจกรรมนี้ ได้รู้จักและคุ้นเคยเพื่อนมากขึ้น นอย่างไรบ้าง แล้วให้ผู้เข้าร่วมทั้งหมดนำดอกไม้ไปปักรวมกันที่กระดาษใบใหญ่ที่เตรียมไว้

การประเมินผล

- ประเมินจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนรู้จักกันและสามารถบอกชื่อเพื่อนได้ทั้งหมด
- สังเกตจากพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรม “ลูกบอลแสนสนุก”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 20 นาที

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทุกคนรู้จักกันและกันในเชิงลึกมากขึ้น
2. เพื่อความสนุกสนาน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

เนื้อหาสาระ

เป็นการทำความรู้จักกันให้มากยิ่งขึ้น นกกว่าเดิมและทุกคนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอันเป็นประโยชน์ต่อการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นกลุ่ม

สื่อและอุปกรณ์

1. ลูกบอล 2 ลูก
2. เครื่องเล่นเพลง

วิธีดำเนินกิจกรรม

1. ผู้วิจัยนำเข้าสู่กิจกรรมโดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมนั่งเป็นวงกลมโดยหันหน้าเข้าหากันพร้อมกับอธิบายกติกาของกิจกรรม
2. ผู้วิจัยเปิดเพลงแล้วส่งลูกบอล 2 ลูก ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยส่งสลับทางกัน
3. ผู้วิจัยหยุดเพลง หากลูกบอลตกที่ใคร ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมคนนั้น บอกชื่อตนเองพร้อมทั้งแนะนำตนเองให้มากขึ้น เช่น บอกว่าชอบทานอะไร มีความถนัด ความสามารถ ด้านไหน มีนิสัยอย่างไร บอกจุดเด่นของตนเอง เป็นต้น

การประเมินผล

- ประเมินจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนรู้จักกันมากขึ้นและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม
- สังเกตพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมในช่วงการทำกิจกรรม

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรม “จุดมุ่งหมาย”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 40 นาที

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทุกคนเข้าใจจุดมุ่งหมาย ความต้องการ ความคิด ของผู้ เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด ว่าต้องการอะไรบ้างจากการเรียนรู้ครั้งนี้
2. เพื่อสร้างจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนร่วมกันในการนำไปสู่จุดหมายปลายทางที่ตั้งไว้ของ กิจกรรมการเรียนรู้

เนื้อหาสาระ

ผู้ เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็นร่วมกัน มีจุดหมายเดียวกัน

สื่อและอุปกรณ์

1. ปากกา
2. กระดาษ A4 จำนวน 30 แผ่น
3. กระดาษฟลิปชาร์ต 1 แผ่น
4. สีเมจิก
5. บอร์ด สำหรับรองเขียน Mind Map

วิธีดำเนินกิจกรรม

1. ผู้วิจัยพูดคุยและอธิบายให้ผู้ เข้าร่วมกิจกรรมทราบสีวัตถุประสงค์ของกิจกรรมนี้
2. ผู้วิจัยให้ผู้ เข้าร่วมกิจกรรมนั่งเป็นวงกลมโดยหันหน้าเข้าหากัน
3. ผู้วิจัยแจกกระดาษA4 และปากกา ให้คนละ 1 ชุด
4. ผู้วิจัยให้ผู้ เข้าร่วมกิจกรรมคิดหาคำตอบด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยกำหนดคำถามว่าท่าน ต้องการอะไรจากการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ในครั้งนี้ โดยเขียนลงบนกระดาษที่ แจกให้ แต่ไม่ต้องลงชื่อผู้ เขียน เสร็จแล้วให้รวบรวมส่งแก่ผู้วิจัย
5. ผู้วิจัยขออนุญาตอ่านโดยสุ่มตัวอย่าง 3-4 ตัวอย่างให้ผู้ เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้ทราบ

6. ผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมกิจกรรมช่วยกันนำกระดาษที่เขียนข้อความถึงความต้องการในแต่ละแผ่นมาเขียนสรุปพร้อมกันทั้งหมด โดยแยกเป็นหมวดหมู่ สร้างเป็นแผนที่ความคิด เขียนลงบนกระดาษ ฟลิปชาร์ต แล้วนำไปติดไว้ในตำแหน่งที่ทุกคนมองเห็นและอ่านได้สะดวก

การประเมินผล

1. สังเกตการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
2. แผนที่ความคิดที่แสดงจุดมุ่งหมายร่วมกัน

กิจกรรมที่ 4 กิจกรรม “ Marketing”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 7 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้พื้นฐานในเรื่องการตลาด
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และสามารถบอกความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบหรือส่วนประสมของการตลาดได้

เนื้อหาสาระ

ความรู้พื้นฐานเรื่องการตลาด ความหมายและความสำคัญ และองค์ประกอบของการตลาด

สื่อและอุปกรณ์

1. วีดิทัศน์เรื่อง “เรียนการตลาด” และ “การตลาดยุคใหม่”
2. วีดิทัศน์กรณีศึกษา “แนวคิดดีๆที่ไม่ตัน...กับตัน โออิชิ”
3. กระดาษ A4 จำนวน 30 แผ่น
4. กระดาษฟลิปชาร์ต 1 แผ่น
5. ปากกา
6. เครื่องฉายวีดิทัศน์

วิธีดำเนินกิจกรรม

ขั้นประสบการณ์เรียนรู้

1. ผู้วิจัยพูดคุยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการตลาดที่สื่อการประกอบอาชีพ และให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละคนเล่าถึงประสบการณ์ทางการตลาดของตนเอง

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย

2. ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน
3. ผู้วิจัยเปิดวีดิทัศน์เรื่อง “เรียนการตลาด” และ “การตลาดยุคใหม่” เพื่อให้ความรู้พื้นฐานทางการตลาดแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม(1 ชั่วโมง)

4. ผู้วิจัยเปิดวิธีทัศนกรณศึกษา“แนวคิดดีๆที่ไม่ตัน...กับตัน โออิชิ” ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ชม เพื่อนำเสนอถึงแนวคิดดีๆในการทำธุรกิจ (1 ชั่วโมง)
5. หลังจากชมวิธีทัศนแล้ว ผู้วิจัยให้สมาชิกแต่ละกลุ่มพูดคุย ร่วมกันแสดงความคิดเห็น และสรุปประเด็นสำคัญจากเรื่องที่ได้ชม
6. ผู้วิจัยตั้งคำถามให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มช่วยกันระดมความคิดเห็นเพื่อตอบคำถามในใบงาน

ขั้นความคิดรวบยอด

7. ผู้วิจัยให้เวลาผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันแสดงความคิดเห็นภายในกลุ่มเพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน
8. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มส่งตัวแทนในการนำเสนอข้อสรุปของกลุ่มตนเอง และสิ่งที่ได้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และระดมความคิดเห็นร่วมกันให้ผู้วิจัยและเพื่อนกลุ่มอื่นฟัง

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด

9. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มออกมาแสดงบทบาทสมมติในการเป็นนักการตลาด โดยแต่ละกลุ่มเลือกผลิตภัณฑ์ชนิดใดก็ได้ของชุมชนแล้วนำมาเสนอกลยุทธ์การตลาด หรือจัดแสดงส่วนประสมการตลาด (4P's)
10. ให้เวลาแต่ละกลุ่มในการเตรียมความพร้อมก่อนออกมาแสดง
11. ให้แต่ละกลุ่มออกมาแสดงให้ผู้วิจัยและเพื่อนกลุ่มอื่นได้ชมจนครบทุกกลุ่ม
12. ผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนสรุปกิจกรรมนี้ร่วมกัน โดยช่วยกันคิด วิเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่าจะนำกลยุทธ์การตลาดใดที่เหมาะสมจะนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนของตนเองมากที่สุด

การประเมินผล

1. การสังเกตพฤติกรรมผู้เรียนในช่วงทำกิจกรรม
2. ประเมินจากการตอบคำถามและการแสดงความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิก
3. สังเกตจากการแสดงบทบาทสมมติของสมาชิก

ใบงานกิจกรรม Marketing

คำชี้แจง กรุณาระดมความคิดภายในกลุ่มเพื่อตอบคำถามต่อไปนี้

1. ท่านคิดว่าการตลาดมีความสำคัญและมีส่วนช่วยในการประกอบวิสาหกิจชุมชนของท่านอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. จากกรณีศึกษา “แนวคิดดีๆที่ไม่ตัน...กับตัน โออิชิ” คุณตันใช้กลยุทธ์การตลาดให้กับผลิตภัณฑ์อย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าท่านจะนำกลยุทธ์การตลาดใดมาใช้กับผลิตภัณฑ์ของท่าน

.....

.....

.....

ใบชี้แจงกิจกรรมแสดงบทบาทสมมติ

กิจกรรมแสดงบทบาทสมมติ

ให้แต่ละกลุ่มแสดงบทบาทสมมติ โดยสมมติว่า ท่านเป็นนักการตลาด ท่านจะนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดหรือจัดแสดงส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคอย่างไร โดยกำหนดเวลาในการเตรียมตัวคิด และเตรียมความพร้อมก่อนออกมานำเสนอ

กิจกรรมที่ 5 กิจกรรม “เพิ่มมูลค่า”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 7 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้และเข้าใจถึงความสำคัญ วิธีการ และประโยชน์ของการเพิ่มมูลค่าสินค้า

เนื้อหาสาระ

ความรู้ ความสำคัญ วิธีการ และประโยชน์ของการเพิ่มมูลค่าสินค้า

สื่อและอุปกรณ์

1. ใบความรู้ เรื่อง “การเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์
2. ใบงานเกี่ยวกับคำถามการเพิ่มมูลค่าสินค้า
3. กระดาษ A4 จำนวน 30 แผ่น
4. กระดาษฟลิปชาร์ต จำนวน 4 แผ่น
5. ปากกา , สีเมจิก
6. บอร์ดสำหรับติดกระดาษฟลิปชาร์ต

วิธีดำเนินกิจกรรม

ขั้นประสบการณ์เรียนรู้

1. ผู้วิจัยตั้งคำถามกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมว่า “ท่านเคยทำการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าตนเองหรือไม่ อย่างไร” โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าของตนเอง
2. ผู้วิจัยแจกใบความรู้ เรื่อง “การเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์” ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคน
3. ผู้วิจัยบรรยายไปพร้อมกับใบความรู้ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนเข้าร่วมกิจกรรมเข้าใจเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย

4. ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน
5. ผู้วิจัยแจกกระดาษ A4 และปากกาให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนไว้สำหรับจดบันทึก
6. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มออกไปเดินเพื่อเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ของบ้านสมาชิกตัวอย่าง ทั้งหมด 3 หลัง เพื่อสังเกตและจดบันทึกถึงวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ของบ้านสมาชิกนั้นๆ ซึ่งเวลาในการทำกิจกรรมครั้งนี้ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่มตนเองเท่านั้น
7. เมื่อเดินชมครบทั้งหมดแล้ว ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมพูดคุย ร่วมกันแสดงความคิดเห็นสิ่งที่ได้จากการลงพื้นที่แล้วเขียนข้อสรุปร่วมกัน
8. ผู้วิจัยตั้งคำถามให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมพิจารณาตอบคำถามลงในใบงาน

ขั้นความคิดรวบยอด

9. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มออกมาสนทนาเสนอข้อสรุปของกลุ่มให้ผู้วิจัยและเพื่อนๆ ฟัง
10. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันและกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด

11. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกกลุ่ม คิดและเสนอวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชนตนเอง โดยนำความรู้ที่ได้จากกิจกรรมและประสบการณ์มาประยุกต์ใช้
12. ผู้วิจัยนำแนวคิดที่ได้จากการระดมความคิดร่วมกันของผู้เข้าร่วมกิจกรรม มาทำการสรุปเพื่อสร้างความเข้าใจและแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ชัดเจนมากขึ้น โดยทำการสุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม 2 – 3 คน อธิบายถึงแนวคิดหรือวิธีการที่ตนเองได้เสนอไว้

การประเมินผล

1. ประเมินจากผลงานที่ได้มอบหมายให้ทำและจากการแสดงความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิก
2. ประเมินจากพฤติกรรมระหว่างเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิก
3. ผลงานจากไปงาน

ใบงาน “การเพิ่มมูลค่าสินค้า”

คำชี้แจง กรุณาระดมความคิดเห็นภายในกลุ่มและตอบคำถามดังต่อไปนี้

1. ท่านคิดว่า “การเพิ่มมูลค่า” ให้กับสินค้า คืออะไร

2. ให้ท่านบอกถึงความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าว่ามีอะไรบ้าง

3. ท่านได้เรียนรู้ถึงสิ่งใดบ้างจากกิจกรรมการลงพื้นที่

4. ทั้ง 3 ที่ที่ท่านได้ไปชมนี้ แต่ละที่มีวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง
 เหมาะสมและมีประโยชน์กับผลิตภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร

5. ท่านคิดว่า ท่านมีวิธีดำเนินการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีใดอีกบ้าง จง
 ยกตัวอย่าง

กิจกรรมที่ 6 กิจกรรม “ออกแบบให้ดูดี”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 7 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ เรื่องออกแบบผลิตภัณฑ์
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และสามารถบอกถึงความหมายและความสำคัญเกี่ยวกับหลักการ ขั้นตอนและองค์ประกอบในการออกแบบ คุณสมบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี ประโยชน์ของการออกแบบ และคุณสมบัติของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี
3. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบ

สาระสำคัญ

1. ความรู้เกี่ยวกับหลักการ ขั้นตอนและองค์ประกอบในการออกแบบ คุณสมบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี ประโยชน์ของการออกแบบ และคุณสมบัติของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี
2. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์

สื่อและอุปกรณ์

1. วัสดุทัศนศึกษา “OTOP ผ้าทอปาน บ้านผาแดง จ.พิจิตร” และ “OTOP ผ้าทอไทลื้อ อ.เชียงของ”
2. รูปภาพผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 รูป
3. กระดาษฟลิปชาร์ต จำนวน 1 แผ่น
4. กระดาษ A4 จำนวน 30 แผ่น
5. ปากกา , สีเมจิก
6. บอร์ดสำหรับติดกระดาษฟลิปชาร์ต
7. เทปกาว

วิธีดำเนินการกิจกรรม

ขั้นประสบการณ์เรียนรู้

1. ผู้วิจัยพูดคุยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของภูมิวิสาหกิจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมว่าแต่ละท่านมีการออกแบบอย่างไรบ้าง และทำไมถึงออกแบบเช่นนั้น มีแนวคิดหรือแรงบันดาลใจอะไรสู่ตัวอย่างตาม 3-4 คน
2. ผู้วิจัยนำรูปภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมดูทีละรูป
3. ผู้วิจัยซักถามและพูดคุยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็นว่าแต่ละผลิตภัณฑ์มีแนวคิดและวิธีการออกแบบอย่างไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่ หรือน่าจะเป็นแบบใดได้อีก

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย

4. แบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน
5. ผู้วิจัยเปิดวีดิทัศน์ชมกรณีศึกษา “OTOP ผ้าทอปาน บ้านผาแดง จ.พิจิตร” “OTOP ผ้าทอไถลื้อ อ.เชียงของ และ “การทำปุ๋ยอัดเม็ด.หนองเรือ จ.ขอนแก่น (1.20 ชั่วโมง)
6. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มระดมความคิดเห็นวิเคราะห์การออกแบบจากสิ่งที่ได้ชมว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของตนได้หรือไม่ อย่างไร

ขั้นความคิดรวบยอด

7. ผู้วิจัยบรรยายให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม
8. ผู้วิจัยสรุปความเข้าใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยการซักถามและพูดคุยว่าได้อะไรบ้างจากการได้ชมวีดิทัศน์และจากการบรรยาย
9. ผู้วิจัยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันและกัน

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด

10. นำไปบูรณาการในกิจกรรม “Package แส่นสวย”

การประเมินผล

1. ประเมินผลจากการตอบคำถามและการแสดงความคิดเห็นของสมาชิก
2. สังเกตพฤติกรรมของสมาชิกในช่วงทำกิจกรรม

กิจกรรมที่ 7 กิจกรรม “Package แสนสวย”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 7 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ เรื่องบรรจุภัณฑ์(Package)
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และสามารถบอกถึงความหมายและความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ หน้าที่และบทบาทของบรรจุภัณฑ์ ประเภทของบรรจุภัณฑ์ คุณสมบัติและองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์
3. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า
4. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าจากบรรจุภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

สาระสำคัญ

1. ความรู้ เรื่องบรรจุภัณฑ์(Package)
2. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากบรรจุภัณฑ์

สื่อและอุปกรณ์

1. ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ จำนวน 6 ตัวอย่าง
2. ใบงานคำถามเรื่องบรรจุภัณฑ์
3. รูปภาพบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ภาพ
4. ชุดเครื่องเขียน , สีไม้หรือสีเมจิก
5. กระดาษฟลิปชาร์ต จำนวน 6 แผ่น
6. กระดาษ A4 จำนวน 30 แผ่น
7. บอร์ดสำหรับติดกระดาษฟลิปชาร์ต
8. เทปกาว

วิธีดำเนินการกิจกรรม

ขั้นประสบการณ์เรียนรู้

1. ผู้วิจัยเกริ่นนำถึงเรื่องบรรจุกฎบัตรสำหรับผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งบอกถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมนี้ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบ
2. แบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน
3. ผู้วิจัยนำตัวอย่างบรรจุกฎบัตรจริงและรูปภาพบรรจุกฎบัตรให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนชม และให้ผู้เข้าร่วมทุกคนร่วมกันสังเกต วิเคราะห์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่าบรรจุกฎบัตรที่นำมาให้ชมนี้ มีความโดดเด่น น่าสนใจอย่างไรบ้าง เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไร

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย

4. ผู้วิจัยบรรยายให้ความรู้เพิ่มเติมในเรื่องบรรจุกฎบัตร
5. ผู้วิจัยแจกใบงานเรื่องบรรจุกฎบัตร
6. ผู้วิจัยซักถามและให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันระดมความคิด แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันภายในกลุ่มเพื่อสรุปประเด็นสำคัญและร่วมกันพูดคุยว่าถ้าหากจะออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองขึ้นมาใหม่จะออกแบบในรูปแบบไหน ใช้วัสดุใด เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคและสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้
7. ผู้วิจัยตรวจสอบผลงานจากใบงานที่ให้

ขั้นความคิดรวบยอด

8. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 5 กลุ่ม ร่วมกันสรุปข้อคิดเห็นร่วมกันในการออกแบบบรรจุกฎบัตร และให้ออกมานำเสนอบรรจุกฎบัตรที่กลุ่มตนเองได้ทำการออกแบบให้ผู้วิจัยและเพื่อนๆ ฟัง

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด

9. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกมานำเสนอผลงานการออกแบบบรรจุกฎบัตรของกลุ่มตนให้ผู้วิจัยและเพื่อนๆ ฟัง
10. ผู้วิจัยนำผลงานของแต่ละกลุ่มไปติดไว้ที่บอร์ดในตำแหน่งที่ทุกคนมองเห็นได้สะดวก

11. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิเคราะห์ถึงผลงานของแต่ละกลุ่มว่าแบบใดน่าจะเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชนเรามากที่สุดเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

การประเมินผล

1. การมีส่วนร่วมระหว่างการจัดกิจกรรม
2. ประเมินผลที่ได้จากการตอบคำถามและอภิปรายของกลุ่มสมาชิก
3. สังเกตการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของสมาชิก
4. ผลงานที่น่าเสนอ
5. ผลงานจากใบงาน

ใบคำถามเรื่องบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง กรุณาระดมความคิดเห็นภายในกลุ่มและตอบคำถามดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์อย่างไร

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าการปกป้องคุ้มครองตัวสินค้าเพื่อมิให้เกิดความเสียหายในภาพที่เห็นนั้น บรรจุภัณฑ์มีข้อบกพร่องอย่างไร



.....

.....

.....

.....

3. เมื่อเห็นฉลากบนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสินค้าชนิดเดียวกันนำมาเปรียบเทียบกันท่านจะเลือกซื้อ ฉลากด้านซ้ายหรือทางด้านขวามือของท่านเพราะอะไร





.....

.....

.....

.....

4. ให้ท่านพิจารณาว่า ถ้าไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้าจะพบปัญหาในเรื่องใดบ้างเมื่อท่านต้องการจะซื้อ สินค้าเหล่านี้ เพื่อมาบริโภค

ผลิตภัณฑ์	ลักษณะของบรรจุภัณฑ์			
	การรองรับ รวบรวม	การปกป้อง คัดกรอง	ความสะดวกสบาย ในการใช้สอยและการผลิต	การสื่อสารประชาสัมพันธ์



กิจกรรมที่ 8 กิจกรรม “โปรโมท – โปรโมชั่น”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 7 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ เรื่องการส่งเสริมการตลาด(Promotion)
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และสามารถบอกถึงความหมายและวัตถุประสงค์องค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาด ได้เรียนรู้วิธีการส่งเสริมการตลาดแต่ละวิธีและการใช้สื่อที่เหมาะสม
3. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และสามารถประยุกต์ไปใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดให้กับสินค้าของตนเอง

สาระสำคัญ

1. ความรู้ ความเข้าใจเรื่องการส่งเสริมการตลาด
2. การใช้สื่อในการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม

สื่อและอุปกรณ์

1. พาวเวอร์พอยท์เรื่องการส่งเสริมการตลาด
2. ใบงานคำถามเรื่องการส่งเสริมการตลาด
3. กระดาษ A4 จำนวน 30 แผ่น
4. ชุดเครื่องเขียน
5. กระดาษฟลิปชาร์ต จำนวน 1 แผ่น
6. บอร์ดสำหรับติดกระดาษฟลิปชาร์ต

วิธีดำเนินกิจกรรม

1. ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน

ขั้นประสบการณ์เรียนรู้

2. ผู้วิจัยพูดถึงการส่งเสริมการตลาดคืออะไรและมีวิธีการอย่างไรบ้างเพื่อเป็นการนำไปสู่การเรียนรู้ในเนื้อหาต่อไป

3. ผู้วิจัยเปิดพาวเวอร์พอยท์เรื่องการส่งเสริมการตลาดพร้อมกับการบรรยายให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฟัง

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย

4. ผู้วิจัยแจกใบงานเกี่ยวกับคำถามเรื่องการส่งเสริมการตลาด
5. ผู้วิจัยซักถามและให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันคิด วิเคราะห์ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันภายในกลุ่มเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของตนเอง
6. ผู้วิจัยตรวจสอบผลงานจากใบงานที่ให้

ขั้นความคิดรวบยอด

7. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 5 กลุ่ม ร่วมกันสรุปความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผนการส่งเสริมการตลาดของสมาชิกภายในกลุ่ม

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด

8. ผู้วิจัยแจกกระดาษ A4 และชุดเครื่องเขียนให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม
9. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 5 กลุ่ม ออกมาเสนอผลงานให้ผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมทุกคน ฟังเกี่ยวกับความรู้ เรื่องการส่งเสริมการตลาดและแนวทางที่จะนำไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันตามที่สรุปร่วมกันของแต่ละกลุ่มจนครบ
10. ผู้วิจัยเขียนคำชี้แจงบนบอร์ดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนช่วยกันระดมความคิดเห็นว่า หากเราจะทำการโปรโมทผลิตภัณฑ์ของชุมชน เราจะใช้วิธีการโปรโมทแบบใดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง
11. ผู้วิจัยสรุปกิจกรรมจากการนำเสนอผลงานจากการอภิปราย จากใบงาน และผลงานที่ทุกคนแสดงความคิดเห็นร่วมกันลงบนกระดาษฟลิปชาร์ตและนำไปติดไว้ที่บอร์ดในตำแหน่งที่ทุกคนมองเห็นได้สะดวก

การประเมินผล

1. ประเมินผลที่ได้จากการอภิปรายและระดมความคิดของสมาชิกแต่ละกลุ่ม
2. ประเมินผลจากพฤติกรรมระหว่างเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิก
3. สังเกตจากการนำเสนอของแต่ละกลุ่ม
4. ผลงานจากใบงาน

ใบคำถาม “Promotion”

คำชี้แจง กรุณาระดมความคิดเห็นภายในกลุ่มและตอบคำถามดังต่อไปนี้

*การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงอะไร และมีวิธีใดบ้าง

.....

.....

.....

*จงบอกประโยชน์ของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ

.....

.....

.....

*ท่านคิดว่า ท่านจะใช้การส่งเสริมการตลาดวิธีใดจึงจะเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หรือวิสาหกิจของท่าน และเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

กิจกรรมที่ 9 กิจกรรม “ฉันทพร้อมแล้ว”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 7 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้นำความรู้ที่ได้รับจากการเรียนรู้มาใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับสินค้าท้องถิ่นของตนเอง
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ฝึกทักษะที่ได้รับจากการเรียนรู้
3. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีเจตคติที่ดีในการเตรียมความพร้อมด้านวัสดุ อุปกรณ์ และปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง สามารถนำวัสดุอุปกรณ์ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า
4. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตระหนักถึงความสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง

สาระสำคัญ

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความรู้ ความสามารถของตนเองและได้ฝึกทักษะเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับสินค้าของตนเองและผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีเจตคติที่ดีในการเป็นผู้ประกอบการ

สื่อและอุปกรณ์

1. ผลิตภัณฑ์ต่างๆของท้องถิ่น
2. ใบงาน
3. กระดาษฟลิปชาร์ต 7 แผ่น
4. ชุดเครื่องเขียน 6 ชุด
5. บอร์ดสำหรับติดกระดาษฟลิปชาร์ต
6. ขอรางวัล

วิธีดำเนินการกิจกรรม

ขั้นประสบการณ์การเรียนรู้

1. ผู้วิจัยทบทวนประสบการณ์และความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมที่ผ่านมาของผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน
2. ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน
3. ผู้วิจัยแจกกระดาษฟลิปชาร์ตและชุดเครื่องเขียนให้แต่ละกลุ่ม

ขั้นสะท้อนความคิดเห็นและอภิปราย

4. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มจับฉลากเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของตนเองในการใช้ทำกิจกรรม กลุ่มละ 1 ชิ้น
5. ผู้วิจัยกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันคิด วิเคราะห์ วางแผน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม โดยใช้ความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้มาทั้งหมดนำมาประยุกต์ใช้ชีวิตประจำวันด้วยภูมิปัญญาของตนเอง

ขั้นความคิดรวบยอด

6. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้ง 5 กลุ่ม ร่วมกันสรุปความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการนำไปประยุกต์ใช้ของสมาชิกภายในกลุ่ม
7. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกมานำเสนอผลงานผ่านกระดาษฟลิปชาร์ตที่แจกให้ให้ผู้วิจัยและเพื่อนฯ ฟัง
8. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอื่น ๆ ร่วมกันแสดงความคิดเห็นถึงผลงานของแต่ละกลุ่ม
9. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมระดมความคิดเพื่อตอบคำถามลงในใบงาน
10. ผู้วิจัยสรุปภาพรวมของกิจกรรม

ขั้นทดลองหรือประยุกต์แนวคิด

11. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้นำความรู้ต่างๆที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมในครั้งก่อนๆ มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมนี้
12. ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนโหวตกลุ่มที่แสดงผลงานได้ดีและประทับใจที่สุด
13. มอบรางวัลให้แก่กลุ่มที่ได้รับคะแนนโหวตมากที่สุด

การประเมินผล

1. สังเกตการณ์มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของสมาชิก
2. สังเกตพฤติกรรมระหว่างทำกิจกรรมของสมาชิก
3. ผลงานที่น่าเสนอ
4. ผลงานจากใบงาน

ใบงาน

คำชี้แจง กรุณาระดมความคิดเห็นร่วมกันภายในกลุ่มเพื่อตอบคำถาม ดังนี้

*การนำเสนอผลงานของกลุ่มตนเองเป็นอย่างไร คิดว่าตรงกับสิ่งที่ได้เรียนรู้มาจากกิจกรรมต่างๆที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

**ท่านพอใจกับผลงานของกลุ่มตนเองหรือไม่ และเพราะอะไร

.....

.....

.....

.....

***ท่านจะนำความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมที่จัดขึ้นนี้ทั้งหมดมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผลิตภัณฑ์หรือวิสาหกิจของท่านอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

กิจกรรมที่ 10 กิจกรรม “สรุปการเรียนรู้”

จำนวน 30 คน

ระยะเวลา 60 นาที

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้ทบทวนและสรุปการเรียนรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม

เนื้อหาสาระ

กิจกรรมการเรียนรู้ทั้งหมดในแต่ละวัน

สื่อและอุปกรณ์

1. กระดาษ A4 จำนวน 30 แผ่น
2. ปากกา
3. กระดาษฟลิปชาร์ต 1 แผ่น
4. บอร์ดสำหรับติดกระดาษฟลิปชาร์ต

วิธีดำเนินกิจกรรม

1. ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนนั่งเป็นวงกลมหันหน้าเข้าหากัน
2. ผู้วิจัยแจกกระดาษ A4 และปากกาให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคน
3. ผู้วิจัยดำเนินกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมคิดและทบทวนความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมแล้วเขียนตอบคำถามลงในกระดาษที่ได้รับแจก ดังนี้
 - ท่านได้เรียนรู้อะไรบ้างจากกิจกรรม
 - ท่านจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปใช้อย่างไรบ้าง
 - ข้อเสนอแนะที่มีต่อการเรียนรู้จากกิจกรรม
4. ผู้วิจัยรวบรวมคำตอบทั้งหมดและขออนุญาตสุ่มอ่านตัวอย่าง 4-5 ตัวอย่าง หรือให้ผู้เข้าร่วมเขียนคำตอบส่งต่อกันอ่านไปเรื่อยๆ สัก 4-5 คน ก่อนรวบรวมเพื่อนำมาสรุปเป็นข้อมูลรวมทั้งหมดโดยแยกเป็นหมวดหมู่ บันทึกลงในกระดาษฟลิปชาร์ตและติดไว้ที่บอร์ดในตำแหน่งที่ทุกคนมองเห็นได้สะดวก

การประเมินผล

1. ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นของสมาชิก
2. สังเกตพฤติกรรมความร่วมมือในระหว่างการทำกิจกรรม
3. ผลงานที่น่าเสนอ

ภาคผนวก ค
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบวัดความรู้ในเรื่องการตลาดและการเพิ่มมูลค่าสินค้า

คำชี้แจง: แบบวัดความรู้ฉบับนี้ เป็นแบบปรนัยเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวนทั้งสิ้น 25 ข้อ โปรดทำเครื่องหมายกากบาท (X) บนคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว ลงในกระดาษคำตอบ

1. การตลาด หมายถึงอะไร
 - ก. การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
 - ข. การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังตลาด
 - ค. การใช้ส่วนประสมการตลาดเพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภค
 - ง. ถูกทุกข้อ
2. ข้อใดเป็นแนวคิดของการตลาด
 - ก. การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
 - ข. ปรับปรุงการขายให้มีประสิทธิภาพเพื่อการแข่งขัน
 - ค. ปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นเพื่อการแข่งขัน
 - ง. ขายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง
3. ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วยอะไรบ้าง
 - ก. สินค้า การผลิต การจัดการ ราคา
 - ข. สินค้า ราคา การโฆษณา การประชาสัมพันธ์
 - ค. สินค้า ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย
 - ง. สินค้า ราคา กำไร การส่งเสริมการขาย
4. ข้อใดไม่ใช่กิจกรรมทางการตลาด
 - ก. การเก็บรักษา
 - ข. การบรรจุหีบห่อ
 - ค. การต่อรองราคา
 - ง. การขนส่ง
5. ข้อใดเป็นความสำคัญของการตลาดที่มีต่อบุคคล
 - ก. ทำให้มีความรอบรู้ในการเลือกสินค้ามากขึ้น
 - ข. ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของปัจจัยการผลิตมากขึ้น
 - ค. ก่อให้เกิดรายได้แก่องค์กรและสร้างกำไร
 - ง. ช่วยให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้าที่รวดเร็ว ทันกับความต้องการ

6. สินค้า (Product) หมายถึง
- สิ่งที่มองเห็นได้ สัมผัสได้ มีรูปร่าง มีตัวตน
 - สิ่งที่มองไม่เห็น สัมผัสได้ มีรูปร่าง มีตัวตน
 - สิ่งที่มองไม่เห็น สัมผัสไม่ได้ ไม่มีรูปร่าง ไม่มีตัวตน
 - สิ่งที่ซื้อได้ด้วยเงินสด แต่ได้ความรู้รู้สึกความร่าเริง ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน
7. ข้อใดเป็นวิธีการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านภาพลักษณ์ของสินค้ามากที่สุด
- การผลิต
 - การโฆษณา
 - ความพึงพอใจ
 - การจัดเกรดสินค้า
8. การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ด้วยสีสดใสเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นอย่างชัดเจน
ณ จุดขาย เป็นการใช้กลยุทธ์ใดให้กับสินค้า
- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์
 - กลยุทธ์การจัดจำหน่าย
 - กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์
 - กลยุทธ์ราคา
9. เราต้องพิจารณาถึงปัจจัยใดบ้างในการตั้งราคาให้กับสินค้า
- ลูกค้าเป้าหมาย
 - ต้นทุนสินค้า
 - ช่องทางจำหน่าย
 - ถูกทุกข้อ
10. ข้อใดคือความสำคัญของราคาที่มีต่อผู้บริโภค
- มีส่วนกำหนดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
 - ยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิต
 - กำหนดรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภค
 - กำหนดความไวต่อราคาของผู้บริโภค

11. ข้อใดมีชื่อ “ราคา” ของผลิตภัณฑ์
- ก. ค่าหน่วยกิต
 - ข. ค่าตอบแทน
 - ค. ค่าเสียโอกาส
 - ง. ดอกเบี้ย
12. ในกรณีใดที่เราควรกำหนดราคาเท่าคู่แข่ง
- ก. ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะแตกต่างกัน
 - ข. มีวัตถุประสงค์ด้านผลตอบแทนตามเป้าหมาย
 - ค. ราคาสินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับกันทั่วไป
 - ง. ต้องการดำเนินกลยุทธ์ราคาแบบเป็นกลาง
13. การพิจารณาถึงประเภทของร้านค้า ถือว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดด้านใด
- ก. สินค้า (Product)
 - ข. ราคา (Price)
 - ค. ช่องทางการตลาด (Place)
 - ง. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
14. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงอะไร
- ก. วิธีการขายสินค้าให้กับร้านค้ารวดเร็วที่สุด
 - ข. วิธีการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าได้รวดเร็วและดีที่สุด
 - ค. วิธีการขายสินค้าที่ผ่านคนกลางหลายคน
 - ง. วิธีการขายสินค้าและบริการของผู้ผลิต
15. ข้อใดคือสิ่งแรกที่เราควรคำนึงถึงในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย
- ก. นโยบายของลูกค้า
 - ข. ลักษณะของผู้ผลิต
 - ค. ลักษณะของร้านค้า
 - ง. ลักษณะของผลิตภัณฑ์

16. ข้อใดเป็นประโยชน์ของการจัดช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ
- ทำให้สินค้ากระจายถึงผู้บริโภค
 - ทำให้ต้นทุนสินค้าแพงขึ้น
 - ทำให้มีสินค้าหลากหลาย
 - ทำให้ผู้ผลิตมีกำไรเพิ่มเป็น 2 เท่า
17. การขายสินค้าโดยใช้สื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ถือว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดในด้านใด
- สินค้า (Product)
 - ราคา (Price)
 - ช่องทางการตลาด (Place)
 - การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
18. ข้อใดเป็นกิจกรรมในการส่งเสริมการตลาด
- การให้ของแถม
 - การกำหนดราคาสินค้า
 - การกำหนดเงินทุน
 - การกำหนดช่องทางการจำหน่าย
19. วิธีการใดที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้ซื้อสินค้ามากขึ้น
- แจกของแถมหลายๆอย่าง
 - ทำการแข่งขันกับคู่แข่งหลายวิธี
 - ตั้งราคาสินค้าแพงๆเพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้า
 - ผลิตสินค้าแปลกใหม่เพื่อตอบสนองของความต้องการของลูกค้า
20. การเพิ่มมูลค่าสินค้า หมายถึงอะไร
- การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ
 - การทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภค
 - การผลิตสินค้าที่มีคุณค่าและจุดเด่น ก่อให้เกิดรายได้
 - ถูกทุกข้อ

21. ข้อใดไม่ใช่คุณสมบัติที่ดีของสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม
- รูปลักษณะแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง
 - ราคาถูกกว่าท้องตลาด
 - สินค้าน่าสนใจ และให้ความตื่นเต้น
 - สินค้าเป็นประโยชน์กับผู้ซื้อ
22. ข้อใดเป็นประโยชน์ของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
- ช่วยให้สินค้ามีลักษณะโดดเด่นกว่าคู่แข่ง
 - สร้างความจงรักภักดีต่อตัวสินค้า
 - ตราสินค้าเป็นที่จดจำต่อผู้บริโภค
 - ถูกทุกข้อ
23. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในข้อใดช่วยลดต้นทุนของผู้บริโภค
- การนำสินค้าไปเสนอขายโดยตรงกับผู้บริโภค
 - การขายสินค้าออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต
 - การขายสินค้าผ่านโทรศัพท์
 - จัดหาช่องทางจำหน่ายสินค้าให้หลากหลาย
24. ข้อใดเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าโดยวิธีการพัฒนาส่วนประกอบ
- การใส่ซ็อนสีอมลงไปในกลุ่มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป
 - การนำผลิตภัณฑ์หลายๆชนิดมาห่อรวมกันแล้วขาย
 - การแถมซ็อนในกลุ่มผงซักฟอก
 - ถูกทุกข้อ
25. ข้อใดไม่ใช่วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า
- ผลิตสินค้าที่ดี มีคุณภาพ มีความทนทาน
 - เน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ดูดี
 - ผลิตสินค้าโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม
 - กำหนดราคาต่ำๆเพื่อรักษาลูกค้า

แบบวัดทักษะในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

คำชี้แจง: แบบวัดทักษะฉบับนี้มีข้อคำถามทั้งหมด 24 ข้อ โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้แล้ว ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องทางขวามือ ที่ตรงกับการปฏิบัติจริงของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุดโดย พิจารณาตามเกณฑ์ ดังนี้

- มากที่สุด (5) หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นบ่อยครั้งที่สุด
 มาก (4) หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นบ่อยครั้ง
 ปานกลาง (3) หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นบางครั้ง
 น้อย (2) หมายถึง ผู้ตอบปฏิบัติตามข้อคำถามนั้นนานครั้ง
 น้อยที่สุด (1) หมายถึง ผู้ตอบไม่เคยปฏิบัติตามข้อคำถามนั้น

ข้อ	พฤติกรรม	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	ท่านนำความรู้ เรื่องการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ					
2	ท่านสามารถใช้ประโยชน์จากการตลาดในการกระจายรายได้และก่อให้เกิดการจ้างงานมากขึ้น					
3	ท่านสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในสินค้าและบริการมากขึ้น					
4	ท่านสามารถสร้างความสะดวกและตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้					
5	ท่านบริหารตราสินค้าของท่านได้หลังจากได้รับการฝึกอบรม					
6	ท่านนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปให้ดูน่าสนใจและขายได้					

ข้อ	พฤติกรรม	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7	ท่านเลือกตลาดเป้าหมายให้ถูกต้องและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของท่านได้					
8	ท่านตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ทุกครั้งก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค					
9	ท่านกำหนดราคาสินค้าได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าของท่าน					
10	ท่านเลือกใช้กลยุทธ์ราคาให้กับผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย					
11	ท่านกำหนดราคาสินค้าเพื่อจำหน่ายได้สอดคล้องกับสภาพจริงของตลาด					
12	ท่านกำหนดราคาสินค้าได้เหมาะสมกับคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า					
13	ท่านสามารถจัดการเกี่ยวกับช่องทางจำหน่ายให้แก่สินค้าของท่านได้					
14	ท่านนำสินค้าของท่านไปออกงานแสดงสินค้าตามโอกาสและเทศกาลเพื่อช่วยในการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค					
15	ท่านกำหนดช่องทางการจำหน่ายได้ถูกต้องและเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์					
16	ท่านสามารถใช้ช่องทางการจำหน่ายทาง Internet เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลาย					
17	ท่านเลือกใช้สื่อให้กับผลิตภัณฑ์ของท่านได้อย่างเหมาะสม					

ข้อ	พฤติกรรม	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
18	ท่านอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของท่านแก่ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง					
19	ท่านใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ลูกค้าจดจำในตราสินค้า					
20	ท่านประชาสัมพันธ์สินค้าได้อย่างน่าสนใจและตรงตามเป้าหมาย					
21	ท่านผลิตสินค้าให้มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า					
22	ท่านจัดกระบวนการผลิตที่ดีเพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของท่าน					
23	ท่านนำสินค้าที่มีอยู่แต่ละชนิดมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้					
24	ท่านสามารถใช้วัสดุท้องถิ่นที่มีอยู่มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมได้					

แบบวัดทัศนคติในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

คำชี้แจง: แบบวัดทัศนคติฉบับนี้มีข้อคำถามทั้งหมด 24 ข้อ โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องทางขวามือ ที่ตรงกับการปฏิบัติจริงของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด โดยพิจารณาตามเกณฑ์ ดังนี้

- มากที่สุด (5) หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของฉันมากที่สุด
 มาก (4) หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของฉันมาก
 ปานกลาง (3) หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของฉันปานกลาง
 น้อย (2) หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของฉันน้อย
 น้อยที่สุด (1) หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของฉันน้อยที่สุด

ข้อ	ลักษณะความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	ท่านคิดว่าการประกอบอาชีพภายในชุมชนจำเป็นต้องนำหลักการตลาดมาช่วยในการขายสินค้า					
2	ท่านคิดว่าการเรียนรู้เรื่องการตลาดสามารถช่วยในการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้					
3	ท่านคิดว่าการตลาดเป็นวิชาที่เรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน					
4	ท่านเชื่อว่าการตลาดมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ซื้อ					
5	ท่านเชื่อว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนด้วย					
6	ท่านคิดว่าในกระบวนการผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วย					
7	ท่านเชื่อว่ารูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					

ข้อ	ลักษณะความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8	ท่านคิดว่าก่อนที่ผลิตภัณฑ์จะออกจำหน่าย จำเป็นต้องมีการคัดสรร					
9	ท่านเห็นด้วยว่าคุณค่าของสินค้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคา					
10	ท่านตระหนักในการขายสินค้าด้วยราคามาตรฐาน ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค					
11	ท่านคิดว่าผลกำไรจากการขายไม่ได้เป็นวัตถุประสงค์สำคัญในการประกอบธุรกิจของท่าน เท่ากับการที่ผู้บริโภคพึงพอใจและยอมรับในผลิตภัณฑ์					
12	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ ในตัวเองมีส่วนสำคัญในการกำหนดราคา					
13	ท่านเชื่อว่าสินค้าจะขายดีหรือไม่ดี ไม่จำเป็นต้องมีร้านค้าใหญ่โต					
14	ท่านคิดว่าพ่อค้าคนกลางจะช่วยให้สินค้าของท่านกระจายได้เร็วและเข้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง					
15	ท่านเห็นด้วยกับการจัดตั้งร้านค้าในชุมชนนี้ เป็นช่องทางจำหน่ายที่มีประโยชน์ต่อวิสาหกิจของท่าน					
16	ท่านคิดว่าการจัดตั้งร้านค้าในชุมชนต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของชุมชน					
17	ท่านเชื่อว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการสินค้านั้นๆ					

ข้อ	ลักษณะความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
18	ท่านคิดว่า พนักงานขายที่ดีต้องเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์					
19	ท่านคิดว่าการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่ดี จะต้องให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องและชัดเจน					
20	ท่านเชื่อว่าทำเลที่ตั้ง มีผลต่อการเลือกใช้สื่อในการส่งเสริมการตลาด					
21	ท่านคิดว่าสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง					
22	ท่านเชื่อว่าท่านจะสามารถนำผลิตภัณฑ์มาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าได้					
23	ท่านคิดว่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าจะช่วยในการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้					
24	ท่านคิดว่าการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้อีกทางหนึ่ง					

แบบประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม

คำชี้แจง: โปรดระบุระดับความคิดเห็นต่อข้อความและกรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

ปัจจัยที่ประเมิน	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	พึงพอใจน้อยที่สุด
ด้านเนื้อหา					
1. เนื้อหาความรู้ สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม					
1.1 ความรู้พื้นฐานทางการตลาด					
1.2 ความรู้ เรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า					
2. เนื้อหาความรู้ ทำให้เกิดความเข้าใจง่าย					
3. เนื้อหาความรู้ เป็นประโยชน์ นำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน					
ด้านวิทยากร					
4. วิทยากรสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี					
5. วิทยากรมีความเป็นกันเอง ให้ความสนใจต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม					
6. ลักษณะบุคลิกภาพของวิทยากรมีความเหมาะสม					
ด้านการจัดกิจกรรม					
7. การจัดกิจกรรมดำเนินไปอย่างเป็นลำดับขั้น นตอ					
8. ความเหมาะสมเทคนิคและวิธีการจัดกิจกรรม					
9. กิจกรรมการเรียนรู้ แบบมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม					
9.1 กิจกรรม Marketing					
9.2 กิจกรรม เพิ่มมูลค่า					
9.3 กิจกรรม ออกแบบให้ดูดี					
9.4 กิจกรรม Package แส่นสวย					

ปัจจัยที่ประเมิน	พียง พอใจ มาก ที่สุด	พียง พอใจ มาก	พียง พอใจ ปาน กลาง	พียง พอใจ น้อย	พียง พอใจ น้อย ที่สุด
ด้านการจัดกิจกรรม (ต่อ)					
9.5 กิจกรรม โปรโมท – โปรโมชัน					
10. สื่อ อุปกรณ์ และสถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมมีความน่าสนใจและเหมาะสม					
11. เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรมมีความเหมาะสม					
12. ผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้					
13. ความพึงพอใจต่อกิจกรรมในภาพรวม					

ข้อคิดเห็นและ/หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ภาคผนวก ง

โครงการอบรมเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่
ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

โครงการอบรมเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน การตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น การพัฒนาสินค้าเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการชุมชนควรมีความรู้และทักษะความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและการตลาดเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับสินค้าท้องถิ่นของตน

ดังนั้น จึงได้จัดทำโครงการอบรมเพื่อส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อให้ผู้ประกอบการชุมชนในเขตพื้นที่ได้ตระหนักและเกิดการเรียนรู้ ส่งเสริมความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า อันส่งผลให้สินค้าเป็นที่ต้องการแก่ผู้บริโภคมากขึ้น ช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและพึ่งพาตนเองได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เข้าอบรมที่มีต่อการผลิตสินค้าและการจัดการตลาด
3. เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ในการประกอบวิชาชีพ

เนื้อหาของโครงการอบรม

เนื้อหาที่ใช้ในการอบรม ได้แก่ เรื่องหลักการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด(4P) และการเพิ่มมูลค่าสินค้า

เป้าหมาย

ผู้ประกอบการชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 30 คน

รูปแบบการอบรม

การบรรยาย การอภิปราย การซักถาม กรณีศึกษา การแสดงบทบาทสมมติ การแลกเปลี่ยน
ความคิดเห็น การลงพื้นที่ และการฝึกปฏิบัติ

วิธีดำเนินการ

1. ประชุมกับทีมงานเพื่อกำหนดกิจกรรมและโครงการ
2. จัดทำโครงการเสนอกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัด
หนองบัวลำภู
3. ดำเนินงานตามโครงการ

ระยะเวลาในการอบรม

ระหว่างวันที่ 18 – 23 มีนาคม 2556 ตั้งแต่เวลา 8.00 – 18.00 น.

สถานที่จัดการอบรม

อาคารเอนกประสงค์ของหมู่บ้านกุดเต่า ตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

กำหนดการอบรม

กำหนดการวันที่ 18 มีนาคม 2556

9.00 -10.00 น.	ผู้เข้าอบรมลงทะเบียน
10.00-12.00 น.	ทำกิจกรรมละลายพฤติกรรม
12.00 -13.00 น.	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 -15.00 น.	ผู้จัดและผู้เข้าอบรมพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการ ดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพของผู้เข้าอบรม - ทำ pre-test

กำหนดการวันที่ 19 มีนาคม 2556

8.00 - 12.00 น.	ดำเนินกิจกรรม “Marketing”
12.00 - 13.00 น.	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00 น.	ดำเนินกิจกรรม “Marketing” (ต่อ)
17.00-18.00 น.	ดำเนินกิจกรรม “สรุปการเรียนรู้”

กำหนดการวันที่ 20 มีนาคม 2556

8.00 - 12.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "การเพิ่มมูลค่า"
12.00 - 13.00 น.	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "เพิ่มมูลค่า" (ต่อ)
17.00-18.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"

กำหนดการวันที่ 21 มีนาคม 2556

8.00 - 12.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "ออกแบบให้ดูดี"
12.00 - 13.00 น.	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "Package แสนสวย"
17.00-18.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"

กำหนดการวันที่ 22 มีนาคม 2556

8.00 - 12.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "โปรโมท – โปรโมชั่น"
12.00 - 13.00 น.	ดำเนินพักทานอาหารกลางวัน
13.00 - 17.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "โปรโมท – โปรโมชั่น" (ต่อ)
17.00-18.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"

กำหนดการวันที่ 23 มีนาคม 2556

8.00 - 12.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "ฉันพร้อมแล้ว"
12.00 - 13.00 น.	พักทานอาหารกลางวัน
13.00 – 16.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "ฉันพร้อมแล้ว" (ต่อ)
16.00-18.00 น.	ดำเนินกิจกรรม "สรุปการเรียนรู้"
	- ผู้จัดสรุปกิจกรรมในภาพรวม
	- ทำ post-test และแบบประเมินผลการจัดอบรม
	- ผู้จัดกล่าวขอบคุณ มอบของที่ระลึก และกล่าวปิดกิจกรรม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. สำนักวัฒนธรรมอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

งบประมาณ

1. ค่าอาหารผู้เข้ารับการอบรม จำนวน 30 คน คนละ 100 บาท จำนวน 6 มื้อ เป็นเงิน 6,000 บาท
 2. ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มผู้เข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 30 คน คนละ 25 บาท จำนวน 6 มื้อ เป็นเงิน 4,500 บาท
 3. ค่าวิทยากรวันฝึกอบรม เป็นเงิน 4,000 บาท
 4. ค่าของรางวัลและของที่ระลึก เป็นเงิน 2,000 บาท
- รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 18,500 บาท

หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายทุกรายการสามารถถัวเฉลี่ยได้ตามความเหมาะสม

การประเมินผล

1. ผู้รับผิดชอบโครงการสังเกตการณ์ระหว่างการอบรมเพื่อประเมินการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของผู้เข้ารับการอบรม
2. ผู้เข้ารับการอบรมตอบแบบประเมินผลโครงการหลังเสร็จสิ้นการอบรม

ลงชื่อ อาจารย์ยา คำทูล (ผู้เขียนโครงการ)
(นางสาวอาจารย์ยา คำทูล)

ภาคผนวก จ

ภาพการจัดกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่มมูลค่า
สินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

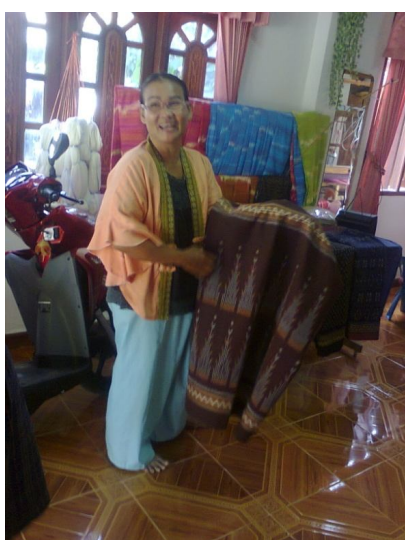
ประมวลภาพกิจกรรม



ประมวลภาพกิจกรรม (ต่อ)



ประมวลภาพกิจกรรม (ต่อ)



ภาคผนวก จ

รายนามผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่ม
มูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน

รายนามผู้เข้าร่วมกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อความสามารถในการเพิ่ม
มูลค่าสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการชุมชน
วันที่ 18 – 23 มีนาคม 2556
ณ บ้านกุดเต่า ตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| 1. คุณพิกุล ทาบทา | 16. คุณศรธา ผลทิพย์ |
| 2. คุณหอมไกร ศรีหะ | 17. คุณสำเนียง สิงตาน้อย |
| 3. คุณจันท์ ศรีโคตรจันทร์ | 18. คุณสุนีย์ จักรธนวรรณ |
| 4. คุณทองบาน พุทธคำ | 19. คุณมาลัย ผลทิพย์ |
| 5. คุณเข็มพร ภาภักดี | 20. คุณเยาวรัตน์ ใจสัตย์ |
| 6. คุณทอง ศิริพันธ์ | 21. คุณรวงทอง พลพุดม |
| 7. คุณสาย สวนเสนา | 22. คุณคำจันทร์ มะลู่ |
| 8. คุณรักปราวณี เสวนา | 23. คุณสนม ช่างชัย |
| 9. คุณปทุม สมองผัน | 24. คุณสุบรรณ สิ้นเสน |
| 10. คุณฉวีวรรณ พุทธาคำ | 25. คุณลำดวน สือวน |
| 11. คุณสกี บัวศรี | 26. คุณคำเพียง มะณีกันท์ |
| 12. คุณสมภาร ทาบทา | 27. คุณหนูพร เย็นวัฒนา |
| 13. คุณฉวี สาลีพันธ์ | 28. คุณสมสมัย สุปัญญา |
| 14. คุณลำดวน ศรีหะ | 29. คุณดาวเรือง ทาบทา |
| 15. คุณทองขาน คำภู | 30. คุณคำแปลง นาชัยบุญ |

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอาจารย์ยา คำพูล เกิดเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2526 ที่จังหวัดอุดรธานี สำเร็จการศึกษาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อปีการศึกษา 2550 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษานอกระบบโรงเรียน ภาควิชาการศึกษาดลอดชีวิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2553