



รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย

(ภาคเหนือ)



โดย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่





รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ)

โดย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เสนอต่อ

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

24 ตุลาคม 2561

คำนำ

รัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยดำเนินนโยบายเศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งมุ่งเน้นการยกระดับรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยอย่างทั่วถึง เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างมีพลัง มั่นคง และยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการปฏิรูปประเทศไทยด้านเศรษฐกิจ โดยได้กำหนดให้มีวาระการปฏิรูปเกี่ยวกับ “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ” ที่มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการของไทยมีความเข้มแข็ง แข่งขันได้ในสากล และเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจทุกระดับ เพื่อยกระดับรายได้ของประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง

กระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าภายใน ได้เริ่มดำเนิน “โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย” ในปี 2560 เพื่อส่งเสริมและพัฒนากลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจของชุมชน โดยจัดตั้งเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน 10 แห่ง และในปี 2561 กรมการค้าภายในได้กำหนดแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิมที่ได้รับการส่งเสริมมาแล้วในปีที่ผ่านมา จำนวน 10 แห่ง (ภาคเหนือ 3 แห่ง และภาคกลาง 7 แห่ง) เพื่อให้หมู่บ้านทำมาค้าขายมีการพัฒนาต่อยอดทั้งด้านการตลาด การพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องตามศักยภาพและความพร้อมของหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง โดยนำรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) มาเป็นแนวทางและต่อยอดการดำเนินการ ซึ่งได้มีการประชุมหารือหรือแนวทางการพัฒนากับผู้นำ/สมาชิกของหมู่บ้านทำมาค้าขาย และนำผลการประชุมหารือมาจัดทำแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของหมู่บ้านทำมาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ 2561 โดยแนวทางการพัฒนาที่กำหนดเป็นไปตามศักยภาพ ความพร้อม และความต้องการของหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง

คณะผู้วิจัยจึงได้นำเอาแนวทางข้างต้น ดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนที่การทำมาค้าขายที่ดีขึ้น โดยมีแนวคิดในการบูรณาการองค์ความรู้ในด้านต่างๆ เช่น วิศวกรรมศาสตร์ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ พัฒนาสังคม ศิลปศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมและพัฒนาให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านของหมู่บ้านทำมาค้าขายให้มีศักยภาพในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ การบรรจุภัณฑ์และการบริหารจัดการ เพื่อให้ธุรกิจของชุมชนมีความเข้มแข็ง รายได้เพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงและยั่งยืน

คณะผู้วิจัย (ผู้เชี่ยวชาญ)

24 ตุลาคม 2561

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
1. บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1-1
1.2 วัตถุประสงค์	1-2
1.3 เป้าหมาย	1-2
1.4 ขั้นตอนและขอบเขตการดำเนินการ	1-2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-4
1.6 การบริหารโครงการ	1-4
2. การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ): กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	
2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	2-1
2.2 แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	2-9
2.3 แผนการดำเนินงาน กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	2-11
2.3.1 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ	2-11
2.3.2 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์	2-11
2.3.3 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์	2-12
2.3.4 การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ	2-13
2.3.5 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	2-14
2.3.6 การประชาสัมพันธ์	2-14
2.4 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	2-18
2.4.1 การจัดประชุมชี้แจงแผนงาน : วันที่ 29 พฤษภาคม 2561	2-18
2.4.2 การให้คำปรึกษาแนะนำ	2-20
2.4.3 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์	2-27
2.4.4 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์	2-40
2.4.5 การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ	2-44

สารบัญ

	หน้า
2.4.6 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	2-45
2.4.7 การประชาสัมพันธ์	2-49
2.5 การประเมินผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ	2-50
2.5.1 การประเมินผลการดำเนินงาน	2-50
2.5.2 ปัญหาและอุปสรรค	2-55
2.5.3 ข้อเสนอแนะ	2-56
2.6 ภาคผนวก	2-57
3. การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ): ชุมชนวัวลาย	
3.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ชุมชนวัวลาย	3-1
3.2 แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย	3-11
3.3 แผนการดำเนินงาน ชุมชนวัวลาย	3-13
3.3.1 การอบรมให้ความรู้	3-13
3.3.2 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ	3-14
3.3.3 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์	3-16
3.3.4 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	3-17
3.3.5 การประชาสัมพันธ์	3-19
3.4 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย	3-21
3.4.1 การจัดประชุมชี้แจงแผนงาน : วันที่ 30 มิถุนายน 2561	3-21
3.4.2 การจัดอบรมให้ความรู้ : วันที่ 27-31 สิงหาคม 2561	3-29
3.4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำ	3-37
3.4.4 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์	3-43
3.4.5 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	3-58
3.4.6 การประชาสัมพันธ์	3-71
3.5 การประเมินผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ	3-81
3.5.1 การประเมินผลการดำเนินงาน	3-81
3.5.2 ปัญหาและอุปสรรค	3-85

สารบัญ

	หน้า
3.5.3 ข้อเสนอแนะ	3-85
3.6 ภาคผนวก	3-86
4. การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ): ชุมชนหลายแก้ว	
4.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ชุมชนหลายแก้ว	4-1
4.2 แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว	4-8
4.3 แผนการดำเนินงาน ชุมชนหลายแก้ว	4-10
4.3.1 การอบรมให้ความรู้/การศึกษาดูงาน	4-10
4.3.2 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์	4-11
4.3.3 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย	4-13
4.3.4 การประชาสัมพันธ์	4-14
4.4 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว	4-16
4.4.1 การจัดประชุมชี้แจงแผนงาน : วันที่ 22 พฤษภาคม 2561	4-16
4.4.2 การจัดอบรมให้ความรู้ : วันที่ 25-29 สิงหาคม, 1-2 และ 9-10 กันยายน 2561	4-21
4.4.3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายแก้ว	4-36
4.4.4 เชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า ชุมชนหลายแก้ว	4-51
4.4.5 การประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่าน Search Engine ชุมชนหลายแก้ว	4-57
4.5 การประเมินผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ	4-58
4.5.1 การประเมินผลการดำเนินงาน	4-58
4.5.2 ปัญหาและอุปสรรค	4-63
4.5.3 ข้อเสนอแนะ	4-63
5. แผนการดำเนินงานต่อไป	
5.1 สรุปผลการดำเนินงานโครงการ	5-1
5.2 ปัญหาอุปสรรค	5-5
5.3 ข้อเสนอแนะและแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาต่อเนื่อง	5-5

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2-1	รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2560	2-2
2-2	รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2561	2-3
2-3	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2560	2-4
2-4	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2561	2-6
2-5	สรุปแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	2-10
2-6	แผนการปฏิบัติงานตามกิจกรรมของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ตลอดทั้งโครงการ	2-16
2-7	ผลการติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม	2-22
2-8	แสดงสรุปผลการดำเนินการตามกิจกรรมการให้คำปรึกษาในการจัดการและบริหารร้านค้าชุมชน	2-26
2-9	รายชื่อคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน	2-28
2-10	รายละเอียดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปอง ที่ได้พัฒนาต่อยอดจากโครงการปีที่ 1	2-42
2-11	เปรียบเทียบรายได้ของชุมชนบ้านแม่กำปอง ต.ห้วยแก้ว อ.แม่อน จ.เชียงใหม่	2-55
3-1	รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย ปี 2560	3-3
3-2	รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย ปี 2561	3-4
3-3	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัวลาย ปี 2560	3-5
3-4	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัวลาย ปี 2561	3-7
3-5	สรุปแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย	3-12
3-6	แผนการปฏิบัติงานตามกิจกรรมของชุมชนวัวลาย ตลอดทั้งโครงการ	3-20
3-7	สรุปผลการประเมินก่อนการฝึกอบรม	3-37
3-8	สรุปผลการประเมินหลังการฝึกอบรม	3-37
3-9	ช่องทางและปัจจัยที่ส่งเสริมต่อยอดจำหน่าย	3-45
3-10	เปรียบเทียบรายได้ของชุมชนวัวลายในปี 2560 กับปี 2561 (ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน)	3-84
4-1	รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนห้วยแก้ว ปี 2560	4-2
4-2	รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนห้วยแก้ว ปี 2561	4-3
4-3	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนห้วยแก้ว ปี 2560	4-4
4-4	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนห้วยแก้ว ปี 2561	4-6

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4-5	สรุปแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว	4-9
4-6	แผนการปฏิบัติงานตามกิจกรรมของชุมชนหลายแก้ว ตลอดทั้งโครงการ	4-15
4-7	แผนการปฏิบัติงานเพิ่มศักยภาพชุมชนหลายแก้ว	4-19
4-8	ผลการประเมินการฝึกอบรมการทำผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองจากแบบสอบถาม	4-23
4-9	ผลการประเมินการฝึกอบรมการถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟนด้วยตนเองจากแบบสอบถาม	4-31
4-10	ข้อมูลการผลิตและมูลค่าการขายผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชน	4-36
4-11	ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมูป่า	4-39
4-12	ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเต่า	4-40
4-13	ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตากระต่าย	4-41
4-14	ราคาต้นทุนและราคาขายผลิตภัณฑ์	4-43
4-15	เปรียบเทียบรายได้ของชุมชนหลายแก้ว ในปี 2560 กับปี 2561	4-62
5-1	สรุปการดำเนินงานตามกิจกรรมของหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ตลอดทั้งโครงการ	5-2
5-2	สรุปการดำเนินงานสรุปผลการดำเนินโครงการเปรียบเทียบกับตัวชี้วัดโครงการ	5-4

สารบัญญรูป

รูปที่		หน้า
2-1	การลงพื้นที่จัดประชุมกลุ่มเพื่อชี้แจงแผนการดำเนินงานพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ให้แก่ผู้นำ สมาชิกของชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	2-19
2-2	การปรับปรุงสถานที่และการสร้าง “ร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง” จากการพัฒนาโครงการ ในปีที่ 1	2-23
2-3	ผลการให้คำปรึกษาและติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชน ในภาพรวม จากการพัฒนาโครงการในปีที่ 2	2-24
2-4	การลงพื้นที่ติดตามปัญหาและให้คำปรึกษาการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าชุมชน	2-25
2-5	ตัวอย่างภาพกิจกรรมการดำเนินการให้คำปรึกษา และการจัดเวทีกลุ่มการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในหัวข้อเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าชุมชน	2-26
2-6	การพัฒนาออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์แม่กำปองในโครงการปีแรก	2-29
2-7	การออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ DOI MAEKAMPONG	2-29
2-8	ระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชน บ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG”	2-31
2-9	การจัดประชุมหารือการพัฒนาร่างระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง วันที่ 17 กันยายน 2561	2-35
2-10	เอกสารการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “DOI MAEKAMPONG”	2-37
2-11	ตัวอย่างการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟแม่กำปองรูปแบบใหม่ในปีที่ 1	2-40
2-12	ตัวอย่างเอกสารการรับรองการผลิตบรรจุภัณฑ์	2-42
2-13	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่จัดทำและสั่งผลิตเพื่อมอบให้แก่ชุมชน	2-43
2-14	การประสานงานและติดต่อเจ้าหน้าที่ทรัพย์สินทางปัญญา วันที่ 15 สิงหาคม 2561	2-44
2-15	การยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า วันที่ 17 กันยายน 2561	2-45
2-16	บรรยากาศการจัดบูทแสดงสินค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน Unseen Lanna 2018	2-46
2-17	การนำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	2-47
2-18	โบรชัวร์นำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	2-47
2-19	ภาพห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	2-48
2-20	การโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)	2-49
2-21	การกำหนดคำสำคัญบน Search Engine (www.google.com)	2-50
2-22	การกำหนดค่าใช้จ่ายบน Search Engine (www.google.com)	2-50
3-1	Facebook Fanpage ของชุมชนวิวัลาย	3-24
3-2	การประชุมร่วมกับกรรมการวัดหมื่นสาร เพื่อชี้แจงโครงการแก่ประธานชุมชน	3-24

สารบัญญรูป

รูปที่		หน้า
3-3	การประชุมร่วมกับกรรมการวัดหมื่นสาร เพื่อชี้แจงและสรุปแนวทางการดำเนินโครงการฯ	3-28
3-4	การฝึกอบรมคุณลายบังแทรก	3-35
3-5	การฝึกอบรมคุณลายฉัตร 5 ชั้น	3-35
3-6	การฝึกอบรมลงยาสีแบบเย็น	3-36
3-7	ผลิตภัณฑ์ฉัตรและบังแทรกที่สมบูรณ์	3-36
3-8	การสำรวจสภาพการทำงานของชุมชนวัดหมื่นสารปัจจุบัน	3-39
3-9	การสำรวจสภาพการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวัดหมื่นสารปัจจุบัน	3-40
3-10	การประชุมร่วมกับกลุ่มผู้นำชุมชนวัวลาย ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน	3-40
3-11	การดำเนินการให้คำปรึกษาครั้งที่ 2 แก่ตัวแทน คณะกรรมการ และชาวบ้านวัดหมื่นสาร	3-42
3-12	การสำรวจพื้นที่การจัดถนนคนเดินชุมชนวัดหมื่นสาร	3-42
3-13	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนวัวลายคือแผ่นภาพคุณลายโลหะและกลุ่มผลิตภัณฑ์สลุงหรือซัน	3-43
3-14	แสดงตารางการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนวัวลาย	3-44
3-15	แสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมของชุมชนวัวลาย	3-44
3-16	แสดงโคมไฟที่ทำจากโลหะคุณลาย ขนาดเล็กและขนาดใหญ่	3-46
3-17	ตัวอย่างงานฉัตรและบังแทรกของเครื่องทองสมัยอยุธยา	3-50
3-18	ช่างเรียนรู้การคุณลายทองแดงสำหรับทำฉัตรและบังแทรก	3-50
3-19	ช่างเรียนรู้การฉลุลายทองแดงและสำหรับทำฉัตร	3-51
3-20	ช่างเรียนรู้การเชื่อมทองแดงสำหรับทำฉัตร	3-51
3-21	ช่างเรียนรู้การคุณลายทองแดงสำหรับทำบังแทรก	3-52
3-22	ช่างเรียนรู้การกัดชิ้นงานด้วยน้ำกรด เพื่อทำความสะอาดผิวชิ้นงาน	3-52
3-23	ช่างเรียนรู้การลงยาสีเย็นของฉัตรและบังแทรก	3-53
3-24	การฝึกอบรมใช้แอปพลิเคชัน Line@	3-55
3-25	งานคุณลายตราสัญลักษณ์งานประชุมวิชาการ ASIAENG AGE REGIONAL CONFERENCE	3-56
3-26	งานคุณลายฉัตรประกอบองค์พระพุทธรูปาฏิหาริย์	3-56
3-27	งานคุณลายบังแทรก	3-57
3-28	งานคุณลายฉัตรและบังแทรกประกอบองค์พระพุทธรูปาฏิหาริย์	3-58
3-29	การประชุมผู้นำชุมชนวัดหมื่นสารชี้แจงวัตถุประสงค์โครงการฯ ครั้งที่ 1	3-59
3-30	การประชุมจัดตั้งคณะกรรมการถนนคนเดิน	3-60
3-31	คณะกรรมการชุมชนคัดเลือกพื้นที่ เพื่อจัดถนนคนเดิน	3-61

สารบัญญรูป

รูปที่	หน้า	
3-32	การทดลองการจัดถนนคนเดินเพื่อทราบถึงการตอบรับของนักท่องเที่ยว	3-61
3-33	นักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อของและเยี่ยมชม "ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร"	3-62
3-34	การแสดงต้อนรับประธานในพิธี	3-65
3-35	การกล่าวเปิดงาน	3-65
3-36	ประธานตักลงเพื่อเปิดงานถนนคนเดิน	3-66
3-37	แม่ครูสอนนักท่องเที่ยวลงยาสีเขียนบนแหวนเงินแท้ 92.5%	3-66
3-38	การลงยาสีเขียนบนแหวนเงินแท้ 92.5%	3-67
3-39	การนำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	3-68
3-40	โบรชัวร์นำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	3-69
3-41	ห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	3-70
3-42	เว็บไซต์ www.cm-tradingvillage.com	3-71
3-43	การโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)	3-72
3-44	การกำหนดคำสำคัญบน Search Engine (www.google.com)	3-72
3-45	การกำหนดค่าใช้จ่ายบน Search Engine (www.google.com)	3-72
3-46	การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE@	3-74
3-47	LINE@ Account ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ	3-75
3-48	LINE@ Account ของชุมชนวัดนันทาราม	3-76
3-49	LINE@ Account ของวิสาหกิจชุมชนวัดหมื่นสารบ้านวัวลาย	3-76
3-50	ตัวอย่าง Banner ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ	3-77
3-51	ตัวอย่าง Banner ของวิสาหกิจชุมชนวัดหมื่นสารบ้านวัวลาย	3-77
3-52	ตัวอย่าง Banner ของชุมชนวัดนันทาราม	3-78
3-53	ตัวอย่างไฟล์นำเสนอชุมชน ในรูปแบบไฟล์วิดีโอ	3-78
3-54	ตัวอย่างไฟล์นำเสนอชุมชน ในรูปแบบไฟล์ GIF	3-78
3-55	บรรยากาศ “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร”	3-79
3-56	เว็บไซต์ www.cm-tradingvillage.com	3-80
4-1	การประชุมกับกลุ่ม ณ ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าทอกะเหรี่ยง	4-19
4-2	การเชิญตัวแทนผู้ใหญ่บ้านและชาวบ้านที่สนใจร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง เข้าร่วมโครงการเพิ่มเติมจากปี 2560	4-20

สารบัญญรูป

รูปที่		หน้า
4-3	การนำเสนอผ้าของกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว ที่ได้รับตัวอย่างจากการจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	4-20
4-4	ลักษณะผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้ออกแบบขึ้น	4-22
4-5	การอบรมการผลิตตุ๊กตารูปแบบต่างๆ	4-24
4-6	ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตากระต่ายและตุ๊กตาหมีตุ๊กตาที่ได้จากการอบรม	4-24
4-7	การให้คำแนะนำการเย็บตุ๊กตากระต่ายและการอบรมการผลิตตุ๊กตาเตารูปแบบใหม่	4-25
4-8	ตัวอย่างแบบประเมินผลการฝึกอบรมการทำผลิตภัณฑ์	4-27
4-9	การบรรยายเทคนิคการถ่ายภาพ	4-31
4-10	การทำ Studio Box ด้วยอุปกรณ์ในครัวเรือน การฝึกปฏิบัติการจัดแสงและถ่ายภาพจาก Studio Box	4-31
4-11	การฝึกปฏิบัติการถ่ายรูปด้วยแสงธรรมชาติ	4-32
4-12	ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายด้วยแสงธรรมชาติ ที่มีการจัดวางที่เหมาะสม ฉากหลังน่าสนใจ	4-32
4-13	ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายกับนางแบบที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น	4-32
4-14	ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายใน Studio Box มีการใช้แสงไฟเพื่อช่วยเน้นหรือทำให้ภาพผลิตภัณฑ์ชัดเจน ภาพที่ได้จะดูสว่าง สะอาด เห็นผลิตภัณฑ์ชัดเจน	4-33
4-15	ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ตกแต่งและมีรายละเอียดสินค้าสำหรับการโพสต์ขายใน Social Media	4-33
4-16	ตัวอย่างแบบประเมินผลการฝึกอบรมการถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟน	4-35
4-17	การศึกษาแพทเทิร์นการตัดเย็บสินค้าเดิม	4-37
4-18	หมูป่ารูปแบบใหม่ 3 ขนาด เล็ก กลาง ใหญ่ ภายในบรรจุถุงชา	4-38
4-19	เตารูปแบบเดิม เพิ่มขนาดให้เป็นเล็ก กลาง ใหญ่ และมีช่องสำหรับใส่ถุงชา	4-38
4-20	ตุ๊กตากระต่ายชายหญิง	4-39
4-21	การนำเสนอและให้ความคิดเห็นกับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว	4-42
4-22	เตารูปแบบใหม่ที่ได้หลังจากการอบรมครั้งที่ 1	4-42
4-23	เตารูปแบบใหม่แบบที่ 2	4-42
4-24	ตัวอย่างแบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ใหม่	4-43
4-25	ตัวอย่างผ้าทอสำหรับกระเป๋าถือและกระเป๋าสะพาย	4-45
4-26	ตัวอย่างกระเป๋าที่ทำจากผ้าทอ	4-46
4-27	เปรียบเทียบระหว่างกระเป๋าที่ทำจากผ้าที่มีการทอลายทางกับไม่มีลายทาง	4-46
4-28	ลายทางที่ทอด้วยเส้นด้ายสลับลี (ซ้าย) และลายทางที่ทอแบบมีลายสั้นขวาง (ขวา)	4-46

สารบัญญรูป

รูปที่	หน้า
4-29 ตัวอย่างผ้าทอสำหรับกระเป๋าถือ (Clutch Bag)	4-47
4-30 เปรียบเทียบระหว่างกระเป๋าถือ (Clutch Bag) ที่ทำจากผ้าที่มีการทอลายทางกับไม่มีลายทาง	4-48
4-31 แพทเทิร์นกระเป๋าถือหลากหลายขนาด	4-48
4-32 ตัวอย่างกระเป๋าถือประกอบหนึ่งขนาดเล็ก	4-49
4-33 ตัวอย่างกระเป๋าผ้าตกแต่งด้วยผ้าทอชนเผ่าเป็นรูปเต่า	4-49
4-34 ตัวอย่างแคตตาล็อกที่นำเสนอสินค้าใหม่ที่ทำขึ้น	4-50
4-35 หน้าร้าน Craft de Quarr	4-52
4-36 บรรยากาศภายในร้าน Craft de Quarr	4-52
4-37 Website ของ Craft de Quarr	4-52
4-38 กระเป๋าของกลุ่มทอผ้าหลายแก้วที่ทางร้าน Craft de Quarr ส่งผลิตเพื่อนำมาจำหน่ายที่ร้าน	4-53
4-39 สินค้าหลายแก้วที่นำไปวางจำหน่ายในร้านได้แก่ ตุ๊กตากระต่าย และตุ๊กตาเต่า	4-53
4-40 การนำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	4-54
4-41 โบรชัวร์นำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN	4-55
4-42 บริเวณพื้นที่ของที่ระลึก (ซ้าย) และการจัดวางบนชั้นไม้ (ขวา)	4-56
4-43 บูธของกลุ่มทอผ้าหลายแก้วในงาน SACICT Craft Fair 2018	4-56
4-44 การโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)	4-57
4-45 การกำหนดคำสำคัญบน Search Engine (www.google.com)	4-58
4-46 การกำหนดค่าใช้จ่ายบน Search Engine (www.google.com)	4-58
4-47 ตัวอย่างรูปภาพที่นำเสนอบน Facebook ภายหลังจากการอบรม	4-59

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

รัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยดำเนินนโยบายเศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งมุ่งเน้นการยกระดับรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยอย่างทั่วถึง เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ มั่นคง และยั่งยืน

โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการปรับโครงสร้างทั้งห่วงโซ่คุณค่าในภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ การลงทุน การสร้างความเชื่อมโยงการผลิตและบริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนา SMEs การสร้างผู้ประกอบการและเกษตรกรรุ่นใหม่ รวมทั้งการยกระดับรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก เพื่อนำไปสู่การลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำในสังคม

ซึ่งแนวทางการปฏิรูปประเทศไทยด้านเศรษฐกิจได้กำหนดให้มีวาระการปฏิรูปเกี่ยวกับ “การสร้างสังคมผู้ประกอบการ” ที่มุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการของไทยมีความเข้มแข็ง แข่งขันได้ในสากล และเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจทุกระดับ เพื่อยกระดับรายได้ของประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง

กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy Development) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งมีสมาชิกเป็นเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร สถาบันเกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ มีการยกระดับการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ สามารถดำรงธุรกิจของชุมชนอยู่ได้อย่างมั่นคง มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง และมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้า/บริการเพิ่มขึ้นจากการขยายช่องทางการตลาดโดยส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนสามารถทำการค้าขายได้ด้วยตนเองและเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจฐานรากมีความมั่นคง มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

ดังนั้นกระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าภายในจึงได้เริ่มดำเนิน “โครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย” ในปี 2560 เพื่อส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจของชุมชน โดยจัดตั้งเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย จำนวน 10 แห่ง และในปี 2561 กรมการค้าภายในได้กำหนดแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายแห่งเดิมที่ได้รับการส่งเสริมมาแล้วในปีที่ผ่านมา จำนวน 10 แห่ง (ภาคเหนือ 3 แห่ง และภาคกลาง 7 แห่ง) เพื่อให้หมู่บ้านทำมาค้าขายมีการพัฒนาต่อยอดทั้งด้านการตลาด การพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่องตามศักยภาพและความพร้อมของหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง โดยนำรูปแบบการทำธุรกิจ (Business Model) มาเป็นแนวทางและต่อยอด

การดำเนินการ ซึ่งได้มีการประชุมหารือแนวทางการพัฒนากับผู้นำ/สมาชิกของหมู่บ้านท่ามาคำชาย และนำผลการประชุมหารือมาจัดทำแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของหมู่บ้านท่ามาคำชาย ประจำปีงบประมาณ 2561 โดยแนวทางการพัฒนาฯ ที่กำหนดเป็นไปตามศักยภาพ ความพร้อม และความต้องการของหมู่บ้านท่ามาคำชายแต่ละแห่ง

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อพัฒนาให้แก่วิสาหกิจชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ และมีรายได้จากการขยายช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น
- 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้แก่วิสาหกิจชุมชนรู้จักท่ามาคำชาย สามารถดำเนินธุรกิจของชุมชนได้อย่างเข้มแข็ง ยั่งยืน และแข่งขันทางการค้าได้

1.3 เป้าหมาย

พัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชายเดิมที่ได้รับการส่งเสริมในปี 2560 จำนวน 3 แห่ง ในพื้นที่ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่) ดังนี้

- 1) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
- 2) ชุมชนวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 3) ชุมชนหลายแก้ว อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ขั้นตอนและขอบเขตการดำเนินการ

ดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้กับหมู่บ้านท่ามาคำชายที่ได้รับการส่งเสริมมาแล้ว (แห่งเดิม) ในพื้นที่ภาคเหนือ จำนวน 3 แห่ง โดยมีขอบเขตการดำเนินการแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 การเสนอแผนการดำเนินงาน (1-20 วัน หรือตั้งแต่วันที่ 28 เมษายน – 17 พฤษภาคม 2561)

- 1.4.1 ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำแผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) เป้าหมายทั้ง 3 แห่ง ให้สอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ของแต่ละแห่ง ที่กรมการค้าภายในกำหนด

ช่วงที่ 2 การเตรียมการ (21-90 วัน หรือตั้งแต่วันที่ 18 พฤษภาคม – 26 กรกฎาคม 2561)

- 1.4.2 จัดประชุมชี้แจงแผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ให้แก่ผู้นำ/สมาชิกของหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงานในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของหมู่บ้านทำมาค้าขาย
- 1.4.3 เตรียมการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของชุมชนให้แก่หมู่บ้านทำมาค้าขาย เป้าหมาย 3 แห่ง ให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาฯ ที่กรมการค้าภายในกำหนดในหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง ซึ่งแต่ละหมู่บ้านทำมาค้าขายจะมีกิจกรรมที่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องตามความต้องการของชุมชนในหมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยดำเนินกิจกรรมในลักษณะต่างๆ เช่น
 - (1) จัดอบรมให้ความรู้ในการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
 - (2) ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการตลาด และการบริหารจัดการให้แก่ผู้นำ/สมาชิกของหมู่บ้านทำมาค้าขาย

ช่วงที่ 3 การดำเนินการ (91-150 วัน หรือตั้งแต่วันที่ 27 กรกฎาคม – 24 กันยายน 2561)

- 1.4.4 ดำเนินการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของชุมชนให้แก่หมู่บ้านทำมาค้าขาย เป้าหมาย 3 แห่ง ให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาฯ ที่กรมการค้าภายในกำหนดในหมู่บ้านทำมาค้าขายแต่ละแห่ง ซึ่งแต่ละหมู่บ้านทำมาค้าขายจะมีกิจกรรมที่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องตามความต้องการของชุมชนในหมู่บ้านทำมาค้าขาย โดยดำเนินกิจกรรมในลักษณะต่างๆ เช่น
 - (1) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบเครื่องหมายการค้า ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมที่มีความหลากหลาย จัดทำคู่มือการผลิต จัดทำแคตตาล็อกสินค้า/ผลิตภัณฑ์เพื่อเสนอแก่ลูกค้า
 - (2) ออกแบบและพัฒนายกระดับรูปแบบบรรจุภัณฑ์
 - (3) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
 - (4) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่น ๆ
 - (5) ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้หมู่บ้านทำมาค้าขายผ่านสื่อออนไลน์ และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

ช่วงที่ 4 การสรุปโครงการ (151-180 วัน หรือตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน – 24 ตุลาคม 2561)

1.4.5 จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามแผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ส่งมอบให้กรมการค้าภายในตามกำหนดระยะเวลาการส่งมอบงานในแต่ละงวด รวมทั้งมีการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหมู่บ้านท่ามาค้าขายต่อไป

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) หมู่บ้านท่ามาค้าขายมีการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) และมีความรู้ด้านการค้าขาย รวมทั้งระบบการบริหารจัดการด้านการตลาด
- 2) หมู่บ้านท่ามาค้าขายสามารถพัฒนาตนเองจากผู้ผลิต/ผู้ค้ารายย่อยไปสู่การเป็นผู้ประกอบการค้า
- 3) หมู่บ้านท่ามาค้าขายได้รับการยกระดับความสามารถในการประกอบธุรกิจของชุมชนให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน และสามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น

1.6 การบริหารโครงการ

บริหารโครงการ โดย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีบุคลากรและทีมงานแบ่งตามพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง ดังแสดงในตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 บุคลากรและทีมงานดำเนินโครงการ

ลำดับที่	ตำแหน่ง	รายชื่อที่ปรึกษา
1	ผู้จัดการโครงการ	รองศาสตราจารย์ ดร.คมกฤต เล็กสกุล
กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง อ.แม่ฮอน จ.เชียงใหม่		
2	หัวหน้านักวิจัย	ศาสตราจารย์ ดร.เกตุ กรุดพันธ์
3	นักวิจัย	1. รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชาย โชนงนุช
4	บุคลากรสนับสนุน	1. อาจารย์ ดร.เฉลิมพงษ์ แสนจุ่ม 2. นางสาวชลิตา เสมอใจ

ตารางที่ 1-1 บุคลากรและทีมงานดำเนินโครงการ (ต่อ)

ลำดับที่	ตำแหน่ง	รายชื่อที่ปรึกษา
ชุมชนวัวลาย อ.เมือง จ.เชียงใหม่		
5	หัวหน้านักวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพล สมุทรคุปต์
6	นักวิจัย	1. รองศาสตราจารย์ ดร.นิวิท เจริญใจ 2. รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย ฉัตรทิณวัฒน์
7	บุคลากรสนับสนุน	1. นายพงษ์สวัสดิ์ เปรมเพ็ชร 2. นายสุริยะ พงษ์หมู
ชุมชนห้วยแก้ว อ.ดอยเต่า จ.เชียงใหม่		
8	หัวหน้านักวิจัย	อาจารย์ ดร.พิชญลักษณ์ พิชญกุล
9	นักวิจัย	1. นางนิตยา มหาไชยวงศ์
10	บุคลากรสนับสนุน	1. นางสาวเจิมขวัญ ศรีสวัสดิ์ 2. นายสุกฤษฎ์ แก้วตาม

โดยบุคลากรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 1) ผู้จัดการโครงการ มีคุณวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาเอก ในสาขาบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ พัฒนาสังคม ศิลปศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีประสบการณ์เกี่ยวกับงานวิจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การจัดการชุมชน การพัฒนาบุคลากร และอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 15 ปี
- 2) นักวิจัย (ผู้เชี่ยวชาญ) มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาโท ในสาขาบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ พัฒนาสังคม ศิลปศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีประสบการณ์เกี่ยวกับงานวิจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การจัดการชุมชน การพัฒนาบุคลากร และอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 10 ปี
- 3) บุคลากรสนับสนุน มีคุณวุฒิขั้นต่ำปริญญาตรี ในสาขาบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ พัฒนาสังคม ศิลปศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีประสบการณ์การทำงาน ไม่น้อยกว่า 1 ปี
- 4) มีผลงานการทำโครงการต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ประกอบกับการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเสร็จตามกำหนดเวลาเป็นอย่างดี
- 5) เป็นผู้จดทะเบียนเป็นที่ปรึกษากับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษาไทย กระทรวงการคลัง
- 6) ไม่เป็นผู้ที่ถูกกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานของราชการและได้แจ้งเวียนชื่อแล้ว และไม่เป็นผู้ที่ได้รับผลของการสั่งให้นิติบุคคลหรือบุคคลอื่นเป็นผู้ทำงานตามระเบียบของทางราชการ
- 7) ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ประสงค์จะเสนอราคารายอื่น ณ วันเสนอราคา หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม

- 8) ไม่อยู่ในฐานะเป็นผู้ไม่แสดงบัญชีรายรับรายจ่าย หรือแสดงบัญชีรายรับรายจ่ายไม่ถูกต้อง ครบถ้วนในสาระสำคัญ
- 9) ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government Procurement: e-GP) และลงทะเบียนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกรมบัญชีกลาง ที่เว็บไซต์ศูนย์ข้อมูลจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
- 10) ดำเนินการรับจ่ายเงินผ่านบัญชีเงินธนาคาร เว้นแต่การรับจ่ายเงินแต่ละครั้งมีมูลค่าไม่เกินสามหมื่นบาท อาจรับจ่ายเป็นเงินสดได้
- 11) มีความรู้และประสบการณ์และ/หรือมีผลงานการศึกษาที่สัมพันธ์กับหัวข้อที่กำหนด
- 12) มีทรัพยากร (บุคคลและอุปกรณ์ประกอบการทำงาน) ที่สามารถดำเนินการตามโครงการได้อย่างสมบูรณ์ในระยะเวลาที่กำหนด

บทที่ 2

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ): กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ได้ดำเนินการจัดทำ Business Model ขึ้น เพื่อช่วยให้หมู่บ้านสามารถอธิบายลักษณะการพัฒนาธุรกิจได้ครอบคลุมทุกส่วน ไม่ตกหล่น สามารถนำปัจจัยต่างๆ ที่มีมาพิจารณาได้ถี่ถ้วนรอบคอบมากยิ่งขึ้น รวมทั้งได้ดำเนินการพัฒนาตามแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยมีผลการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชน ดังนี้

2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดของหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ ผู้การเป็น “หมู่บ้านทำมาค้าขายต้นแบบ” (ภาคเหนือ) ได้ดำเนินการมาแล้วในระยะที่ 1 ในปี 2560 โดยได้มีการจัดทำแผนภาพรวมต้นแบบการพัฒนาธุรกิจ หมู่บ้านแม่กำปอง เพื่อให้การดำเนินการโครงการสามารถพัฒนาได้ครอบคลุมทุกส่วนไม่ตกหล่น และกรมการค้าภายในได้กำหนดแผนการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายต่อยอด ในระยะที่ 2 ปี 2561 ทำให้สามารถจัดทำแผนเพื่อส่งเสริมพัฒนาและนำสิ่งที่มีมาพิจารณาได้ถี่ถ้วนรอบคอบและยกระดับการพัฒนาหมู่บ้านทำมาค้าขายต้นแบบแม่กำปองได้มากยิ่งขึ้น ชุมชนมีเป้าหมายที่ชัดเจนและรู้ลักษณะธุรกิจของชุมชนตัวเอง และสามารถเริ่มออกแบบว่าตนเองต้องการจุดไหนหรือกำลังขาดสิ่งใด ส่งผลให้ชุมชนสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงศักยภาพธุรกิจของชุมชนตนเองให้ดียิ่งขึ้นได้ ด้วยการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจของชุมชนตนเอง และสามารถนำไปใช้เป็นกรอบในการพัฒนาต่อยอด ด้านธุรกิจของหมู่บ้านแม่กำปองของตนเองในอนาคตตามศักยภาพและความพร้อมของตนเองได้ โดยได้วิเคราะห์แนวทางต่อยอดการดำเนินการ การจัดทำรูปแบบแผนการพัฒนารุจกิจจาก 9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas เปรียบเทียบในปี 2560 และ 2561 ดังแสดงในตารางที่ 2-1 และ 2-2 ตามลำดับ

ตารางที่ 2-1 รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กาบอง ปี 2560

<p>(8) พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บริษัทน้ำเต๋ียว, ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าเหมียงและกาแฟ, นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ▪ เครือข่ายร้านค้าส่งและค้าปลีก ที่เกี่ยวข้อง กับผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเชิงอัตลักษณ์, หน่วยงานสนับสนุนจากองค์กรบริษัทต่าง ๆ ▪ เครือข่ายชุมชนต้นวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของอนุรักษ์ท้องถิ่น 	<p>(7) กิจกรรมหลักๆ ที่ต้องทำ</p> <p>กิจกรรมการผลิต และกิจกรรมการจัดจำหน่าย การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีเรื่องราว (Story) ในเชิงอัตลักษณ์, การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้, การขยายช่องทางการตลาดไปยังแหล่งอื่น, การทำตลาดการค้าออนไลน์, การสร้างพื้นที่ร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชน, การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า, การจัดสิทธิบัตรหรือจดสิ่งชี้ทางภูมิศาสตร์</p>	<p>(2) คุณค่าที่นำเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ที่เป็นทุนทางธรรมชาติ ▪ ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่ปลอดภัยและมีรสชาติ ▪ ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์/การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าที่มีคุณภาพและมีเรื่องราว (Story) ของอัตลักษณ์ชุมชน 	<p>(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของตนค่อนข้างดี แต่มีความสัมพันธ์กับลูกค้าอื่นทั่วไปแบบปกติ ▪ การบริการที่ดี สร้างความประทับใจ, การประชาสัมพันธ์, การส่งเสริมการขาย, สร้างฐานลูกค้าเพิ่มจากการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มอื่น, จัดทำระบบสมาชิก 	<p>(1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ กลุ่มพ่อค้าคนกลางที่มาติดต่อซื้อสินค้าและบริการด้วยตนเอง (B2B) ▪ ขยายเครือข่ายบริษัทเอกชน, ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ค้าส่งและรายย่อยแห่งใหม่ (B2B) ▪ สร้างร้านค้าคนกลางของชุมชนแห่งใหม่ (B2C) ▪ ลูกค้าทั่วไปชาวไทยและต่างชาติที่ใช้ช่องทางการซื้อขายออนไลน์ (B2C)
<p>(6) ทรัพยากรหลักๆ ที่ต้องมี</p> <p>พื้นที่ที่จะใช้ในการผลิตสินค้า การเกษตรของชุมชน, เงินทุนที่ต้องใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์, องค์ความรู้ด้านธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์, องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรที่ได้รับถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ, องค์ความรู้ด้านการปลูกกาแฟ, องค์ความรู้ด้านการตลาด และการบริหารจัดการธุรกิจ, องค์ความรู้ด้านการพัฒนารูปแบบตราสินค้าและผลิตภัณฑ์, เงินทุนที่ต้องใช้ในการทำโฆษณาและการทำงานในเรื่องของการจัดตั้ง, นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในการได้ปรึกษา</p>	<p>(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การค้าส่งโดยพ่อค้าคนกลางซึ่งมาติดต่อรับซื้อสินค้าด้วยตนเอง, การค้าปลีกโดยจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่หมู่บ้านแม่กาบอง ▪ กระจายสินค้าไปยังช่องทางอื่นๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ การขายผ่านร้านตัวแทนจำหน่าย, ขายผ่านหน้าร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชน, ขายผ่านสื่อเวปไซต์ สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ และระบบขนส่ง 	<p>(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ รายได้จากกิจการจำหน่ายกระแสบะไฟฟ้าพลังน้ำของหมู่บ้าน, การจำหน่ายผลผลิตด้านการเกษตรอื่นๆ ของชุมชน, ยอดขายจากธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ ▪ การขายหน้าร้านค้าของชุมชน, ขายอาหารที่เป็นเมนูพื้นถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ เหมียง และกาแฟในรูปแบบใหม่, สร้างรายได้จากผลกำไรที่กลับคืนสู่ชาวบ้านในชุมชนมากยิ่งขึ้น 	<p>(9) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิตอาหารเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว, ค่าจ้างแรงงานเก็บเกี่ยวผลผลิต, ต้นทุนในการดูแลรักษาการผลิตและเครื่องจักร ▪ การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย, การลดต้นทุนการผลิตและการบริหาร, การโฆษณาประชาสัมพันธ์, ค่าอบรม, ต้นทุนในการดูแลบริหารระบบองค์กร, ต้นทุนการขนส่ง 	

ตารางที่ 2-2 รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กาบอง ปี 2561

<p>(8) พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้ากาแฟ ▪ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ▪ เครือข่ายร้านค้าส่งและค้าปลีก ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเชิงอัตลักษณ์ ▪ เครือข่ายชุมชนด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 	<p>(7) กิจกรรมหลักๆ ที่ต้องทำ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ กิจกรรมการผลิต และกิจกรรมการจัดจำหน่าย ▪ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์การแพคเกจจิ้ง ▪ จัดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กาบอง ▪ การขยายช่องทางตลาดไปยังแหล่งอื่น ▪ พัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าและการจัดวางรูปแบบสินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กาบองของร้านค้าชุมชน 	<p>(2) คุณค่าที่นำเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ที่เป็นทุนทางธรรมชาติ ▪ ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่ปลอดภัยและมีรสชาติดี ▪ ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์/ การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าที่มีคุณภาพและมีเรื่องราว (Story) ของอัตลักษณ์ชุมชน 	<p>(1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ เครือข่ายบริษัทเอกชน ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทั้งผู้ค้าส่งและรายย่อยโดยตรงจากการดำเนินกรในปีที่ 1 (B2B) ▪ กลุ่มลูกค้าของร้านค้ากลางของชุมชน (B2C) ▪ ลูกค้าทั่วไปชาวไทยและต่างชาติ (B2C)
<p>(9) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ, ค่าจ้างแรงงานด้านการผลิตสินค้าและบริการ, ต้นทุนในการดูแลรักษาการผลิตและเครื่องจักร ▪ การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย, การลดต้นทุนการผลิตและการบริหาร, การโฆษณาประชาสัมพันธ์, ต้นทุนในการขนส่ง 	<p>(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การบริการที่ดี สร้างความประทับใจ, การประชาสัมพันธ์ 	<p>(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การค้าส่ง โดย พ่อค้าคนกลางซึ่งมาติดต่อรับซื้อสินค้าด้วยตนเอง, การค้าปลีกโดยจำหน่ายสินค้า ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่หมู่บ้านแม่กาบอง ▪ กระจายสินค้าไปยังช่องทางอื่นๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ การขายผ่านร้านตัวแทนจำหน่าย, ขายผ่านหน้าร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชน, ขายผ่านสื่อโซเชียลสื่อออนไลน์ การติดต่อผ่านช่องทางโทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ และ ระบบขนส่งสินค้าเอกชน 	<p>(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ การจำหน่ายผลผลิตด้านการเกษตรอื่นๆ ของชุมชน, ยอดขายจากธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ ▪ การขายหน้าร้านค้าของชุมชน, ขายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ เหมียงและกาแฟ ของที่ระลึกชุมชน สร้างรายได้จากผลกำไรที่กลับคืนสู่ชาวบ้านในชุมชนมากยิ่งขึ้น

หมายเหตุ: ตัวอักษรสีแดง เป็นกิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานต่อไป

รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด “หมู่บ้านทำมาค้าขาย” (ภาคเหนือ) หมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จาก 9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas ในปี 2560 และ 2561 แสดงในตารางที่ 2-3 และ 2-4 ตามลำดับ

ตารางที่ 2-3 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2560

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หมู่บ้านแม่กำปอง
(1) ลูกค้า (Customer Segments)	<p>อธิบายถึงกลุ่มลูกค้าของแม่กำปอง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการจะนำเสนอคุณค่าของสินค้าและบริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่กลุ่มลูกค้าได้ถูกต้องตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งในที่นี้ของหมู่บ้านแม่กำปอง ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มมวลชน (Mass) ได้แก่ ลูกค้าทั่วไป, นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ 2. เป็นแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche) ได้แก่ ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ผู้ค้าส่งและรายย่อย 3. กลุ่มลูกค้าองค์กร หรือบางธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวกลางทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องมากกว่าหนึ่งกลุ่ม (Multi-Sided Platform) ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว, บริษัทเอกชน, เครือข่ายองค์กร OTOP และ SME, เครือข่ายชุมชนด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
(2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	<ul style="list-style-type: none"> - คุณค่าที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมีให้แก่ลูกค้า คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและมีคุณภาพ บริการดี สะดวกสบายในการจัดซื้อและขนส่ง มีสถานที่พักผ่อนที่ประทับใจ - คุณค่าที่คนในชุมชนจะได้รับ คือ การสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น, คนในชุมชนได้ออนุรักษ์ สืบสาน อัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านแม่กำปอง
(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงถึงช่องทางการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่ง บ้านแม่กำปองจะได้มีการการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook
(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Channels)	<p>แสดงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนแม่กำปอง ได้แก่ การขายผ่านร้านตัวแทนจำหน่าย, ขายผ่านหน้าร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชน, ผ่านสื่อเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ และ ระบบขนส่ง</p>

ตารางที่ 2-3 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2560 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หมู่บ้านแม่กำปอง
(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)	รูปแบบรายได้ที่เข้ามาของชุมชนบ้านแม่กำปอง มาจากแหล่งดังต่อไปนี้ เช่น 1. ยอดขายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ 2. ยอดขายจากธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ 3. ยอดขายจากการขายหน้าร้าน 4. ยอดขายจากอาหารที่เป็นเมนูพื้นถิ่น 5. กำไรกลับคืนสู่ชาวบ้านในชุมชน
(6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	ทรัพยากรเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญและจำเป็นในการพัฒนาธุรกิจและการตลาดของแม่กำปอง ได้แก่ 1. พื้นที่ที่จะใช้ในการผลิตสินค้า 2. พื้นที่ที่จะใช้ในการจัดจำหน่ายสินค้า 3. เงินทุนที่ต้องใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำโฆษณา และการทำงานในเรื่องของการจัดส่ง 4. นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา
(7) กิจกรรมหลัก (Key Activities)	กิจกรรมหลักที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดของแม่กำปอง ได้แก่ กิจกรรมด้านการผลิต 2. การจดลิขสิทธิ์ 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4. ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ 4. การพัฒนาตลาด 5. การประชาสัมพันธ์ 6. การทำร้านจำหน่ายสินค้า 7. ระบบจัดการหน้าร้าน
(8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)	คือ การสร้างความร่วมมือ หุ้นส่วนหลักหรือเครือข่ายพันธมิตรที่ช่วยทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดของแม่กำปอง ได้แก่ 1. นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ 2. ร้านค้าและตัวแทนจำหน่าย ผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว 3. หน่วยงานสนับสนุนจากองค์กร บริษัทต่างๆ 4. เครือข่ายชุมชนด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
(9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	คือ ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการขับเคลื่อน และเพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ธุรกิจ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดของแม่กำปอง ได้แก่ ต้นทุนในการโฆษณา 2. ต้นทุนการผลิตอุปกรณ์เครื่องมือ 3. ต้นทุนในการดูแลระบบบริหารจัดการร้าน 4. ต้นทุนการขนส่ง 5. ค่าอบรม และ 6. ค่ารักษาระดับมาตรฐานการผลิต

ตารางที่ 2-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2561

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หมู่บ้านแม่กำปอง
(1) ลูกค้า (Customer Segments)	<p>อธิบายถึงกลุ่มลูกค้าของแม่กำปอง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการจะนำเสนอคุณค่าของสินค้าและบริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่กลุ่มลูกค้าได้ถูกต้อง ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งในนี้ของหมู่บ้านแม่กำปอง ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มมวลชน (Mass) ได้แก่ ลูกค้าทั่วไปชาวไทยและต่างชาติ (B2C) 2. เป็นแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche) ได้แก่ กลุ่มลูกค้าของร้านค้ากลางของชุมชน (B2C) 3. กลุ่มลูกค้าองค์กร หรือบางธุรกิจทำหน้าที่เป็นตัวกลางทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องมากกว่าหนึ่งกลุ่ม (Multi-Sided Platform) เช่น เครือข่ายบริษัทเอกชน ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทั้งผู้ค้าส่งและรายย่อยโดยต่อยอดจากการดำเนินการในปีที่ 1 (B2B) <p>โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะพัฒนาต่อยอด คือ เครือข่ายบริษัทเอกชน ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทั้งผู้ค้าส่งและรายย่อยโดยต่อยอดจากการดำเนินการในปีที่ 1 (B2B)</p>
(2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	<p><u>คุณค่าที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมีให้แก่ลูกค้า คือ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - คุณค่าของผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่ปลอดภัยและมีรสชาติดี มีคุณค่าและมีคุณภาพ - ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์/ การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าที่มีคุณภาพและมีเรื่องราว (Story) ของอัตลักษณ์ชุมชน - บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ที่เป็นทุนทางธรรมชาติ บริการดี สะดวกสบายในการจัดซื้อและขนส่ง มีสถานที่พักผ่อนที่ประทับใจ <p><u>คุณค่าที่คนในชุมชนจะได้รับ คือ</u> การสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น, คนในชุมชนได้อนุรักษ์ สืบสาน อัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านแม่กำปอง</p>

ตารางที่ 2-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2561 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หมู่บ้านแม่กำปอง
(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	แสดงถึงช่องทางการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งบ้านแม่กำปองจะได้มีการจัดทำในรูปแบบต่างๆ เช่น พัฒนาแนวทางการสร้างรูปแบบการบริการที่ดี สร้างความประทับใจ, การประชาสัมพันธ์
(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Channels)	แสดงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนแม่กำปอง ได้แก่ - การค้าส่งโดยพ่อค้าคนกลางขึ้นมาติดต่อรับซื้อสินค้าด้วยตนเอง, การค้าปลีก โดยจำหน่ายสินค้า ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่หมู่บ้านแม่กำปอง - กระจายสินค้าไปยังช่องทางอื่นๆ เพิ่มขึ้น ได้แก่ การขายผ่านร้านตัวแทนจำหน่าย, ขายผ่านหน้าร้านจำหน่ายสินค้าของชุมชน, ขายผ่านสื่อเว็บไซต์ การติดต่อผ่านช่องทางโทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ และระบบขนส่งสินค้าเอกชน
(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)	รูปแบบรายได้ที่เข้ามาของชุมชนบ้านแม่กำปอง มาจากแหล่งดังต่อไปนี้ เช่น การจำหน่ายผลผลิตด้านการเกษตรอื่นๆ ของชุมชน, ยอดขายจากธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ การขายหน้าร้านค้าของชุมชน, ขายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์เหมี้ยง และกาแฟ ของที่ระลึกชุมชน สร้างรายรับจากผลกำไรที่กลับคืนสู่ชาวบ้านในชุมชนมากยิ่งขึ้น
(6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	ทรัพยากรเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญและจำเป็นในการพัฒนาธุรกิจและการตลาดของแม่กำปอง พื้นที่ที่จะใช้ในการผลิตสินค้าการเกษตรของชุมชน, เงินทุนที่ต้องใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์, องค์ความรู้ด้านธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์, องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ, องค์ความรู้ด้านการปลูกกาแฟ องค์ความรู้ด้านการตลาด และการบริหารจัดการธุรกิจ, องค์ความรู้ด้านการพัฒนารูปแบบตราสินค้าและผลิตภัณฑ์, เงินทุนที่ต้องใช้ในการทำโฆษณาและการทำงานในเรื่องของการจัดส่ง, ทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ, โปรแกรมซอฟต์แวร์, นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา

ตารางที่ 2-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ปี 2561 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หมู่บ้านแม่กำปอง
(7) กิจกรรมหลัก (Key Activities)	กิจกรรมการผลิต และกิจกรรมการจัดจำหน่าย การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์การแพคย แม่กำปอง, จัดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพคยแม่กำปอง การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้, การขยายช่องทางการตลาดไปยังแหล่งอื่น, พัฒนาแนวทางจัดระบบการบริหารร้านค้าและการจัดวางรูปแบบสินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองของร้านค้าชุมชน
(8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)	คือ การสร้างความร่วมมือ หุ่นส่วนหลักหรือเครือข่ายพันธมิตรที่ช่วยทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดของแม่กำปอง ได้แก่ ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้ากาแพ, นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ, เครือข่ายร้านค้าส่งและค้าปลีก ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นเชิงอัตลักษณ์, เครือข่ายชุมชนด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
(9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	<ul style="list-style-type: none"> ■ คือ ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการขับเคลื่อนและ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดของแม่กำปอง ได้แก่ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ, ค่าจ้างแรงงานด้านการผลิตสินค้าและบริการ, ต้นทุนในการดูแลรักษามาตรฐานการผลิตและเครื่องจักร ■ การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย, การลดต้นทุนการผลิตและการบริหาร, การโฆษณาประชาสัมพันธ์, ค่าอบรม, ต้นทุนในการดูแลบริหารระบบองค์กร, ต้นทุนการขนส่ง

2.2 แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง

จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปองข้างต้น ทีมที่ปรึกษาได้หารือร่วมกับชุมชนในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ในปี 2561 ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยสรุปในตารางที่ 2-5

ตารางที่ 2-5 สรุปแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง

	(1) การอบรม ให้ความรู้/ การศึกษาดูงาน	(2) การให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับการ บริหารจัดการธุรกิจ	(3) การออกแบบและ พัฒนาของผลิตภัณฑ์	(4) การออกแบบและ พัฒนาบรรจุภัณฑ์	(5) การติดต่อ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่นๆ	(6) การเชื่อมโยง กับตลาดหรือช่องทาง การจัดจำหน่าย	(7) การประชาสัมพันธ์
<p>ชื่อหมู่บ้าน กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ผลิตภัณฑ์ : ชา กาแฟ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์</p>	<p>-</p>	<p>✓ -ให้คำปรึกษาแนะนำ เกี่ยวกับการบริหาร จัดการร้านค้าชุมชน</p>	<p>✓ 1) ออกแบบเครื่องหมาย การค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน - กาแฟดอยแม่กำปอง 2) จัดทำข้อกำหนดของ ชุมชนในการใช้ เครื่องหมายการค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน - กาแฟดอยแม่กำปอง</p>	<p>✓ 1) ออกแบบ และ พัฒนากบรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กาแฟดอยแม่กำปอง ให้สามารถเก็บรักษา คุณภาพและกลิ่นหอม ของเมล็ดกาแฟสดตัว ของได้ 2) จัดทำบรรจุภัณฑ์ กาแฟดอยแม่กำปอง</p>	<p>✓ - ติดต่อบริษัทสำนักงาน กับกรมทรัพย์สินทาง ปัญญา เพื่อขอจด ทะเบียนเครื่องหมาย การค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน - กาแฟดอยแม่กำปอง</p>	<p>✓ - เชื่อมโยงการจำหน่าย สินค้าและขยายช่อง ทางการจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์ไปยัง แหล่งจำหน่ายอื่นๆ</p>	<p>✓ - ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อออนไลน์และ โฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)</p>

2.3 แผนการดำเนินงาน กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง

จากการกำหนดแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 แล้ว ทีมที่ปรึกษาได้มีการประชุมหารือกันในการกำหนดแผนการดำเนินงานในการพัฒนาชุมชน รวม 6 กิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ

- 1) ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน

รูปแบบการดำเนินการ

- ให้คำปรึกษาในการจัดการและบริหารร้านค้าชุมชน โดยจัดตั้งคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
- ให้คำแนะนำผ่านคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน ในด้านการจัดวางรูปแบบสินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองของร้านค้าชุมชน

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

- ผ่านคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนเพื่อสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน ติดตามผลการดำเนินงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยเน้นกระบวนการแบบชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและวิเคราะห์การแก้ไขปัญหา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- แนวทางจัดระบบการบริหารร้านค้า และการจัดวางรูปแบบสินค้า สินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองของร้านค้าชุมชน

2.3.2 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

- 1) ร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนในการออกแบบเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง

- 2) จัดทำข้อกำหนดของชุมชนในการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง

- 3) ผลักดันให้มีผลิตภัณฑ์ “Champion Product” ของชุมชนบ้านแม่กำปอง

รูปแบบการดำเนินการ

- ประชุมคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนในข้อที่ 1 เพื่อการจัดทำและพัฒนาเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง
- การจัดทำข้อกำหนดการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

- ดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “Champion Product” โดยคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน
- เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้
- กรรมการฯ ดำเนินการจัดประชุมและจัดทำประชาพิจารณ์ในการหาสัญลักษณ์เพื่อจัดทำเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง กาแฟดอยแม่กำปอง
 - สรุปผลการทำประชาพิจารณ์และจัดทำต้นแบบเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปองเพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมพร้อมเสนอการพัฒนาข้อกำหนดการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง
 - ดำเนินการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง ของหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ โดยชุมชนมีส่วนร่วมดำเนินการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- มีเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ และข้อกำหนดการใช้เครื่องหมายการค้าฯ
- ข้อกำหนดการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

2.3.3 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1) ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปองให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟสดคั่ว

2) จัดทำบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปอง

รูปแบบการดำเนินการ

- ออกแบบและพัฒนาพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปองให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟสดคั่ว โดยต่อยอดจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในปีที่ 1 ของโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

- การสำรวจความคิดเห็นของชุมชนและกลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปองให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟสดคั่ว

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้บรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปองที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากล ตามการกำกับดูแลภายใต้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในการเลือกผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและคุณภาพการผลิตสินค้าเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค เพื่อเป็นการเพิ่มจุดแข็ง

และสร้างภาพลักษณ์ รวมทั้งความคงทนด้านคุณภาพของสินค้า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ากาแพดอยแม่กำปอง ให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟสดคั่วเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยผลักดันเป็น Champion Product ของชุมชนบ้านแม่กำปอง และช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน

2.3.4 การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ

1) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง

รูปแบบการดำเนินการ

- ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชยจังหวัดเชียงใหม่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น เพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

- ให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการ เพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง ร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
- ติดต่อประสานงาน หน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการให้คำปรึกษาแนะนำในเบื้องต้น เพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง
- ดำเนินการเพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง โดยการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง และสิทธิที่จะได้รับ และถ่ายทอดความรู้สู่รุ่นต่อไปได้
- ได้ต้นแบบเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปองที่พร้อมยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง
- ขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขายชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ สร้างโอกาสให้กับชุมชน

2.3.5 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

1) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ

รูปแบบการดำเนินการ

- การเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ โดยต่อยอดจากการผลการดำเนินงานในปีที่ 1 ของโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

- สำรวจและติดตามการดำเนินการร่วมกับชุมชน ในการเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ โดยต่อยอดจากการพัฒนาที่ได้ดำเนินการมาแล้วในปีที่ 1 ของโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้แนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ที่ช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า/ ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ สร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น และเหมาะสมกับชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วม

2.3.6 การประชาสัมพันธ์

- 1) ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อออนไลน์และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

รูปแบบการดำเนินการ

ดำเนินการจัดจ้างนักพัฒนาออกแบบเว็บไซต์ เพื่อนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนในระบบค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับเพิ่มคำสืบค้นในระบบเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

หลักการ : สร้างฐานข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com) เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

วิธีการ : เก็บข้อมูล และสร้างคำสืบค้นบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้
- ชุมชนสามารถสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนหมู่บ้านแม่กำปองได้ผ่านเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)
- ชุมชนมีข้อมูลสืบค้นบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com) เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ สามารถสรุปแผนการปฏิบัติงานของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปองตามระยะเวลาโครงการ แสดงในตารางที่ 2-6

ตารางที่ 2-6 แผนการปฏิบัติงานตามกิจกรรมของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ตลอดทั้งโครงการ

ที่	กิจกรรม	*ระยะเวลาดำเนินงาน (เดือน / สัปดาห์)																								
		เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6																			
		30 วัน	60 วัน	90 วัน	120 วัน	150 วัน	180 วัน																			
1	แผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	28 เม.ย.-27 พ.ค.	28 พ.ค.-26 มิ.ย.	27 มิ.ย.-26 ก.ค.	27 ก.ค.-25 ส.ค.	26 ส.ค.-24 ก.ย.	25 ก.ย.-24 ต.ค.																			
2	จัดประชุมชี้แจงแผนงานฯ แก่สมาชิกของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
3	พัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของชุมชนให้แก่กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง																									
3.1	การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ																									
	- ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ธุรกิจร้านค้าชุมชนเพื่อติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการจัดการของชุมชนในภาพรวม																									
	- ให้คำปรึกษาในการจัดการและบริหารร้านค้าชุมชน โดยจัดตั้งคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลหัวแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่																									
	- ให้คำแนะนำผ่านคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน ในด้านการจัดวางรูปแบบสินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองของร้านค้าชุมชน																									
	- สรรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน ติดตามผลการดำเนินงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยเน้นกระบวนการแบบชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและวิเคราะห์การแก้ไขปัญหา โดยคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน																									
3.2	ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์																									
	- ร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน จัดประชุมที่มี ในการเพื่อการจัดทำและพัฒนาศรีอภิมภายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง																									
	- จัดทำข้อกำหนดของชุมชนในการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง ร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน																									
	- ดำเนินการค้าเลือกผลิตภัณฑ์ “ Champion Product ” โดยคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน																									

สัญลักษณ์ ปฏิบัติงานเต็มเวลา บางช่วงเวลา * สามารถปรับเปลี่ยนระยะเวลาการดำเนินงานได้ตามความเหมาะสม

2.4 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง

จากแผนการปฏิบัติงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ที่ปรึกษาได้ดำเนินการพัฒนาตามแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชน ดังนี้

2.4.1 การจัดประชุมชี้แจงแผนงาน : วันที่ 29 พฤษภาคม 2561

การดำเนินการตามแผนกิจกรรมที่ 2 ทีมผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ปฏิบัติกิจกรรมจัดประชุมกลุ่มเพื่อชี้แจงแผนการดำเนินงานพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชายให้แก่ผู้นำ สมาชิกของชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงานในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของโครงการหมู่บ้านท่ามาคำชาย เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2561 ณ หมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผ่านมานั้น โดยได้ชี้แจงสร้างความเข้าใจเป้าหมาย ทิศทางร่วมและทัศนคติเพื่อเตรียมความพร้อมชุมชน การทบทวนความเข้าใจของแกนนำชุมชนในพื้นที่ เพื่อปรับฐานคิดและทำให้เกิดความเข้าใจคุณค่าและความหมายของการทำงานในรูปแบบกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory Action Research : PAR) โดยชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อนคุณค่าเศรษฐกิจและทุนของชุมชน เพื่อการยกระดับชุมชนให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ และร่วมพัฒนาขับเคลื่อนการวิจัยให้เป็นไปตามแผนกิจกรรมที่ได้ตั้งไว้ในการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่กำปอง ให้มีช่องทางการจำหน่ายผลผลิต/ ผลิตภัณฑ์และมีรายได้จากการขยายช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น และพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้แก่วิสาหกิจชุมชนรู้จักท่ามาคำชาย สามารถดำเนินธุรกิจของชุมชนและแข่งขันทางการค้าได้อย่างเข้มแข็ง ยั่งยืน รวมถึงการออกแบบและพัฒนาระดับรูปแบบบรรจุภัณฑ์กาแพดอยแม่กำปอง ให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟสดคั่ว โดยต่อยอดจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในปีที่ 1 ของโครงการหมู่บ้านท่ามาคำชาย และการดำเนินการเพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแพดอยแม่กำปอง โดยการมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ ผลสานการสร้างสรรค์ของการพัฒนาในทุกมิติ คือ สังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ยึดคนในพื้นที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เน้นที่การพึ่งตนเอง การมีภูมิคุ้มกัน และการสร้างสรรค์ของการพัฒนาให้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการนำทุนที่มีอยู่แล้วในสังคมไทยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเสริมสร้างทุนเหล่านั้นให้แข็งแรง ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคม รวมถึงระดับประเทศ

ดังนั้นในระยะแรกของการดำเนินกิจกรรมในขั้นตอนนี้ จึงเน้นการศึกษาและพัฒนาศักยภาพและการสร้างเสริมคุณภาพคนในชุมชนให้มีความพร้อมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน ซึ่งคนในชุมชนนั้นถือเป็นเรื่องกลไกสำคัญแกนหลักของการวิจัย โดยการดำเนินงานกิจกรรมดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดสัมพันธภาพ

ที่ติระหว่างผู้วิจัย ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน รวมถึงการประสานงานเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ ที่จำเป็นต้องเกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักวิจัย ชุมชน และ แหล่งทุน ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

1) ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อไปพบกับบุคคลต่างๆ ในชุมชน ตามจุดต่างๆ ทั้งผู้นำชุมชน ผู้ดูแลร้านค้า ชุมชน กลุ่มชาวบ้านบริเวณศูนย์การเรียนรู้ ร้านค้าองค์กรเอกชนอื่นๆ ในชุมชนตามเส้นทางการท่องเที่ยว ในชุมชนที่มีส่วนสำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานวิจัย หรือเป็นประชาชนกลุ่มเป้าหมายของการวิจัย พุดคุยแนะนำตัวเองเพื่อให้ทุกฝ่ายได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมายและความต้องการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ในกิจกรรมการวิจัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และเกิดความไว้วางใจในกระบวนการพัฒนางานวิจัย แผนการปฏิบัติงานตามกิจกรรมของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ตลอดทั้งโครงการ

2) ดำเนินการร่วมกิจกรรมของชุมชนซึ่งเป็นเครื่องช่วยให้รู้จักชุมชน และมุมมอง ทักษะคติ ของชาวบ้านและสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกชุมชนได้มากยิ่งขึ้น

3) วิเคราะห์ศักยภาพ สภาพการณ์และปัญหาของการดำเนินงานวิจัยในเบื้องต้นโดยการประชุม กลุ่ม และโดยผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือการวิจัยในรูปแบบของการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยการประชุม กลุ่มและการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการพูดคุยในประเด็นที่กำหนดไว้ แต่ปล่อยให้บรรยากาศ การพูดคุยเป็นไปอย่างง่ายๆ เป็นกันเอง ไม่เคร่งครัดกับขั้นตอนและการตอบคำถาม เพื่อให้การขับเคลื่อน การวิจัยระยะที่ 2 สามารถเตรียมรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพร่วมกับผู้นำชุมชน เพื่อการจัดเตรียมแผนงาน และการกำหนดกรอบการพัฒนาในระยะถัดไป



รูปที่ 2-1 การลงพื้นที่จัดประชุมกลุ่มเพื่อชี้แจงแผนการดำเนินงานพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย ให้แก่ผู้นำ สมาชิกของชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง

2.4.2 การให้คำปรึกษาแนะนำ

ดำเนินการให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย โดยมีรายละเอียดในการให้คำปรึกษา ดังนี้

การให้คำปรึกษาครั้งที่ 1: วันที่ 2 มิถุนายน 2561

ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าชุมชน ของหมู่บ้านแม่กำปอง ต.ห้วยแก้ว อ.แม่ฮอน จ.เชียงใหม่ เพื่อติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม ในการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนในระยะที่ 2 นี้ ได้เน้นการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพผู้นำชุมชนรุ่นใหม่ มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และจัดการตนเอง โดยการบูรณาการการจัดการความรู้ร่วมกันระหว่างปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำ เยาวชน และบัณฑิตในท้องถิ่น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของชุมชน โดยมีนักวิจัยเป็นที่ปรึกษา โดยมีการศึกษาวิจัยโดยใช้ในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยบูรณาการการออกแบบแผนการจัดกิจกรรมกระบวนการด้วยชุดเครื่องมือ การวิจัยและเทคนิคของการจัดการความรู้เชิงพื้นที่และแนวคิดงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งเป็นพื้นฐานสำคัญที่ได้นำมาดำเนินการจัดกิจกรรมในกระบวนการวิจัยช่วงแรก โดยได้ดำเนินการเตรียมความพร้อมของคนในชุมชนและเครือข่าย โดยเน้นกระบวนการแบบชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและวิเคราะห์การแก้ไขปัญหา ประกอบด้วย

1) ด้านการเตรียมคน กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ต้องการศึกษา 3 กลุ่ม ดังนี้

- **เตรียมความพร้อมที่นักวิจัย** ด้วยการประชุมปรึกษากันเพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจตรงกัน ในบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายในการทำงานวิจัยให้เกิดความพร้อมในการดำเนินการวิจัยซึ่งเป็นระยะต่อไป และก่อให้เกิดการประสานงานที่ดีเพื่อความสะดวกต่อการดำเนินงานวิจัย โดยเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับชาวบ้านเพื่อเป็นแกนนำในการปฏิบัติงานวิจัยร่วมกับนักพัฒนาและคณะผู้วิจัย

- **เตรียมนักพัฒนา** ด้วยการประชุมร่วมกับนักพัฒนา ได้แก่ ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่วิจัย และองค์กรธุรกิจที่มีความสนใจร่วมพัฒนาชุมชนเพื่อศึกษาร่วมกัน

- **เตรียมคนในชุมชน** โดยได้ลงพื้นที่เพื่อจัดประชุมในชุมชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ชาวบ้านรู้จักและคุ้นเคยกับกระบวนการและการดำเนินงานวิจัยแบบมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนและรวดเร็ว โดยได้ดำเนินการสร้างการสื่อสารข้อมูลโดยเข้าถึงชาวบ้านกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการสื่อสารการทำวิจัยในแง่มุมต่างๆ เช่น ขั้นตอนและผลประโยชน์ที่ชาวบ้านจะได้รับ โดยชาวบ้านบางกลุ่มนั้นพอจะมีความคุ้นเคยงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม แต่บางกลุ่มนั้นยังมองว่าเป็นของใหม่ที่น่าสนใจ ได้มาเข้าร่วมกระบวนการและเสนอตัวเข้ามาทำงานเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาของเขาจากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอก

จากผลการวิจัยพบว่าด้วยชาวบ้านในพื้นที่ส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยมีเวลามากนัก ด้วยมีกิจการของตนเอง การดำเนินกระบวนการวิจัยจึงต้องเป็นไปอย่างกระชับและนำมาพิจารณาออกแบบร่วมกันเพราะยิ่งกระบวนการใช้ระยะเวลายาวมากเท่าใด การมีส่วนร่วมของชาวบ้านก็จะลดลงไปตามส่วนเท่านั้น อีกทั้งบรรยากาศของการจัดประชุมกลุ่มการสร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ยังเป็นเรื่องสำคัญในการสร้างความเป็น

กันเอง และความสบายใจ ไม่สร้างความอึดอัดให้กับชาวบ้านผู้เข้าร่วม จะส่งผลเชิงบวกในการถ่ายทอดปัญหาเชิงพื้นที่ ให้ทีมผู้พัฒนาทุกฝ่ายได้ทราบถึงปัญหาและข้อเท็จจริงในประเด็นต่างๆ ที่ผ่านมา อีกประการหนึ่ง ผลการวิจัยยังพบอีกว่าการขาดความชัดเจนในประเด็นที่ต้องการนำเสนอเพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหา รวมทั้งการขาดความต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมวิจัยของชาวบ้านและผู้นำชุมชนที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมชาวบ้านส่วนใหญ่ในแบบว่ายังไม่ก้าวตามกัน ซึ่งอาจส่งผลให้การพัฒนาขาดความเป็นกลางหรือการตัดสินใจของชาวบ้านมีแนวโน้มตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ รวมถึงการดำเนินกิจกรรม/โครงการพัฒนาต่างๆ ที่เข้ามาในชุมชน

2) **ด้านการเตรียมเครือข่ายความร่วมมือ** ได้ดำเนินการโดยนักวิจัยทำการประสานกับองค์กรภาครัฐ ได้แก่ พาณิชยจังหวัดในเบื้องต้นเพื่อประสานขอข้อมูลรายละเอียดการขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง รวมถึงการประสานงานกับองค์กรพัฒนาเอกชน ได้แก่ ร้านค้าหรือผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนในพื้นที่วิจัยของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง ซึ่งที่ผ่านมาการเข้ามามีส่วนร่วมยังไม่ชัดเจนมากนักในเรื่องข้อกำหนด ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมต้องอาศัยระเบียบ กติกา และกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนที่เป็นทางการของชุมชน ดังนั้นการพัฒนาในกิจกรรมระยะถัดไปชุมชนและทีมวิจัย จึงได้มีแนวคิดจัดทำแผนนิเทศหมายองค์กรพัฒนาเอกชน ได้แก่ ร้านค้าหรือผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนในพื้นที่วิจัยของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง การประชุมร่วมกันเพื่อหารือ และรับทราบแผนดำเนินการตามโครงการนี้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการดำเนินงานวิจัย การเตรียมเครือข่ายความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพนั้นจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้กระบวนการวิจัยดำเนินไปได้ด้วยดี เพื่อให้ทราบการสร้างความเข้าใจในกรอบของการทำงานวิจัย และการหารือแนวทางพัฒนาชุมชนให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากหน่วยงานที่กล่าวมาข้างต้น

3) **ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าชุมชน เพื่อติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม** โดยทีมนักวิจัยร่วมกับชุมชน ได้ดำเนินการติดตามผลการดำเนินงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ในการสำรวจและศึกษาข้อมูลชุมชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม โดยใช้แบบสังเกตและการศึกษาข้อมูลจากเอกสารหลักฐานของชุมชน และใช้วิธีการสนทนากลุ่ม Focus group ระหว่างผู้นำชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้านและผู้เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการร้านค้าชุมชนในภาพรวมเบื้องต้น โดยผลการวิจัยแสดงได้ดังตารางที่ 2-7 ดังนี้

ตารางที่ 2-7 ผลการติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม

กระบวนการ	การพัฒนา ปีที่ 1	การพัฒนา ปีที่ 2
ด้านสถานที่	การออกแบบและปรับปรุงสร้างพื้นที่ร้านค้า	ชุมชนได้พัฒนาปรับปรุงและขยายพื้นที่ในการขายสินค้าภายในร้านค้า
ระบบบริหารจัดการร้าน	-	<ul style="list-style-type: none"> - ชุมชนร่วมกับโครงการ B-BES มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ร่วมกันวิเคราะห์และออกแบบพัฒนาระบบโปรแกรม Soft ware สำหรับขายสินค้าหน้าร้าน และระบบการจัดการบัญชี-การเงิน - โครงการ B-BES มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สนับสนุนการจัดซื้ออุปกรณ์เทคโนโลยีเครื่องคอมพิวเตอร์ , เครื่องเก็บเงิน , เครื่องพิมพ์สลิปใบเสร็จ รวมถึงกล่องวงจรปิดเพื่อจัดการระบบความปลอดภัยภายในร้านค้าชุมชน
ช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - จำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าและจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่และผลิตขึ้นในชุมชน - วางแผนประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ E-commerce หรือ Website และการจัดทำ Application บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีการดำเนินการและพัฒนาโดยส่วนกลางของโครงการวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> - จำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าและจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่และผลิตขึ้นในชุมชน - วางแผนพัฒนาโดยคณะกรรมการร้านค้าชุมชนในการออกแบบการขยายพื้นที่ช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยังธุรกิจเอกชนในพื้นที่เส้นทางการท่องเที่ยวในชุมชน ในปี 2
การกำหนดราคาในการจำหน่าย	- การกำหนดราคาในการจำหน่ายและบริการขึ้นอยู่กับกลุ่มสหกรณ์หมู่บ้านแม่กำปอง	- การกำหนดราคาในการจำหน่ายและบริการขึ้นอยู่กับกลุ่มสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำ และกลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ หมู่บ้านแม่กำปอง

ตารางที่ 2-7 ผลการติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม (ต่อ)

กระบวนการ	การพัฒนา ปีที่ 1	การพัฒนา ปีที่ 2
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และโฮมสเตย์ - บ้านแม่กำปอง และมาเยี่ยมชมหมู่บ้าน - นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ Flight of the Gibbon (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ) 	<p>อยู่ระหว่างการวางแผนพัฒนาร่วมกับชุมชนเพื่อพัฒนาต่อยอดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - กลุ่มลูกค้าที่สนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (หรือวนเกษตร) - กลุ่มเครือข่ายธุรกิจร้านค้าเอกชนในพื้นที่บ้านแม่กำปอง และ บริษัทเอกชนภายนอก เช่น ร้านฝ้ายเบเกอรี่ โดยต่อยอดจากการดำเนินการในปีที่ 1

จากตารางผลข้อมูลจากการศึกษา ติดตามด้านการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนภาพรวมในเบื้องต้น แสดงให้เห็นว่าชุมชนเห็นคุณค่าในประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาของโครงการวิจัยและได้มีการพัฒนาต่อยอด และขยายโอกาสการสร้างรายได้สู่ชุมชนเพิ่มขึ้น โดยได้นำผลการสำรวจเพื่อมาวิเคราะห์และวางแผนการพัฒนาร่วมกับคณะกรรมการร้านค้าชุมชน จากการปรับปรุงสถานที่และการสร้าง “ร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง” โดยเริ่มมีการจัดโซนพื้นที่ และเริ่มมีการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนการพัฒนาโครงการ ในปีที่ 1 โดยได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนาร้านค้าชุมชนจากการให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแนวทางการจัดวางรูปแบบสินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองในการพัฒนาร้านค้าชุมชน ต่อไป



รูปที่ 2-2 การปรับปรุงสถานที่และการสร้าง “ร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง” จากการพัฒนาโครงการ ในปีที่ 1



รูปที่ 2-3 ผลการให้คำปรึกษาและติดตามการพัฒนาการประกอบธุรกิจและการบริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม จากการพัฒนาโครงการ ในปีที่ 2

การให้คำปรึกษาครั้งที่ 2: วันที่ 6-7 กรกฎาคม 2561

การดำเนินการตามแผนกิจกรรมที่ 3 ให้คำปรึกษาในการจัดการและบริหารร้านค้าชุมชน โดยการดำเนินงานวิจัยเพื่อค้นหา เชื่อมโยงแกนนำและภาคีต่างๆ ในพื้นที่ เพื่อจัดตั้งคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ดำเนินการดังนี้

วันที่ 6 กรกฎาคม 2561

- ทีมนักวิจัยลงพื้นที่ชุมชนเพื่อติดตามปัญหาระบบการจัดการร้านค้า และ ให้คำปรึกษาการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าชุมชน ร่วมกับผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานบริหารจัดการร้านค้าชุมชน พบว่ายังมีปัญหาในเรื่องการจัดพิมพ์รายการบัญชี รับ-จ่าย และระบบการขาย การตรวจเช็ครายการสินค้าผ่านโปรแกรมสินค้ายังมีความซ้ำซ้อน โดยทีมนักวิจัยได้รับทราบปัญหาและจะได้มีการรวบรวมปัญหาที่พบมาวิเคราะห์และหาแนวทางแก้ไขร่วมกับคณะกรรมการร้านค้าชุมชนต่อไป

- ได้ดำเนินการร่วมหารือร่วมกับผู้นำในชุมชน แกนนำคนรุ่นใหม่ในพื้นที่ และร่วมสำรวจ ค้นหาคนหรือกลุ่มองค์กรที่มีในชุมชนที่ “คิดดี คิดเหมือนกัน คิดคล้ายกัน” มารวมกันโดยไม่แบ่งแยกเพศ วัย กลุ่ม ฐานะ และทำให้เกิดการวางกลไก และการสร้างเครือข่ายนักวิจัยชาวบ้านในพื้นที่แบบมีส่วนร่วม

ด้วยความสมัครใจ ร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และได้เตรียมจัดตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่



รูปที่ 2-4 การลงพื้นที่ติดตามปัญหาและให้คำปรึกษาการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าชุมชน

วันที่ 7 กรกฎาคม 2561

จัดเวทีกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการเพื่อทบทวนความสำเร็จและการขับเคลื่อนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ผ่านมา ส่งผลทำให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันโดยใช้แนวคิดการจัดการเรียนรู้เชิงพื้นที่โดยการถ่ายทอดความรู้จากเรื่องราวความสำเร็จจากผู้นำในระยะแรกในการพัฒนาและบูรณาการร่วมกับการจัดการความรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน โดยนำผลการวิจัยจากการให้คำปรึกษาครั้งที่ 1 มาปรับใช้ในการออกแบบเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ของคนในชุมชน ในหลักการสร้างบรรยากาศของการจัดประชุมกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างความเป็นกันเอง และความสบายใจ ไม่สร้างความอึดอัดให้กับชาวบ้านผู้เข้าร่วม จะส่งผลเชิงบวกในการถ่ายทอดปัญหาเชิงพื้นที่ ให้ทีมผู้พัฒนาทุกฝ่ายได้ทราบถึงปัญหาและข้อเท็จจริงในประเด็นต่างๆ ที่ผ่านมาโดยชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อนและวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาพร้อมกันได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนไปแบบก้าวกระโดดของเศรษฐกิจชุมชนแม่กำปอง

ตารางที่ 2-8 แสดงสรุปผลการดำเนินการตามกิจกรรมการให้คำปรึกษาในการจัดการและบริหารร้านค้าชุมชน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์กิจกรรม	ผลการดำเนินกิจกรรม		
		ผลผลิต	ผลลัพธ์	ผลกระทบ
เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน “การจัดการและบริหารร้านค้าชุมชน”	1. เพื่อเสริมสร้างฐานคิดและทำให้เกิดความเข้าใจคุณค่าและความหมายของการขับเคลื่อนงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนเป็นฐานขับเคลื่อนโจทย์และเรียนรู้การแก้ปัญหาเชิงพื้นที่ในการพัฒนาและบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของตนเองได้อย่างยั่งยืน	1.จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทบทวนโจทย์ปัญหาเชิงพื้นที่ในการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของแกนนำชุมชนในพื้นที่การวิจัยและการพัฒนาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อน	1.เกิดทักษะการเรียนรู้แนวคิดและกระบวนการดำเนินงานวิจัยเพื่อพัฒนาแนวทางจัดระบบการบริหารร้านค้า และการจัดวางรูปแบบสินค้า สินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน แม่กำปองของร้านค้าชุมชน 2.เกิดการวางกลไกและการสร้างเครือข่ายนักวิจัยชาวบ้านในพื้นที่แบบมีส่วนร่วมโดยได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนเป็นผู้นำในการขับเคลื่อน	1. เกิดสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างทีมนักวิจัย ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน รวมถึงหน่วยงานภาคีเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่ 2. ชุมชน และภาคีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เห็นความสำคัญ เกิดความเข้าใจ เป้าหมาย ทัศนคติ ทิศทางร่วม และประโยชน์ของกระบวนการทำงานอย่างมีส่วนร่วมและสานเครือข่ายการทำงานร่วมกัน



รูปที่ 2-5 ตัวอย่างภาพกิจกรรมการดำเนินการให้คำปรึกษา และการจัดเวทีกลุ่มการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในหัวข้อเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าชุมชน

จากผลการดำเนินงานวิจัยดังกล่าวมาข้างต้น เกิดการวางกลไกและการสร้างเครือข่ายนักวิจัยชาวบ้านในพื้นที่แบบมีส่วนร่วม ที่มีความสามารถแตกต่างกันหลากหลายและพร้อมที่จะทำงาน และได้จัดตั้ง “คณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน” ชุดใหม่ขึ้น เพื่อเป็นทีมผู้นำในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านการบริหารจัดการธุรกิจร้านค้าและแก้ปัญหาเศรษฐกิจชุมชน

ในกระบวนการพัฒนาระยะต่อไปจะได้มีการดำเนินการขับเคลื่อนการวิจัยและพัฒนา โดย นักวิจัยชาวบ้าน ซึ่งมีแกนนำ คือ คณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน โดยเริ่มตั้งแต่การสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน การติดตามผลการดำเนินงานที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน โดยเน้นกระบวนการแบบชุมชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและวิเคราะห์การแก้ไขปัญหาและเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง โดยมีทีมนักวิจัยเป็นพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาการขับเคลื่อนโครงการ โดยจะได้มีการออกแบบกระบวนการเรียนรู้เพื่อแก้ปัญหา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้ 1) การศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาชุมชน 2) การออกแบบและการกำหนดแผนงานโครงการและการจัดการ 3) การปฏิบัติตามโครงการ 4) ประเมินผลความสำเร็จตามเป้าหมายกับแผนงาน เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน และการจัดวางรูปแบบสินค้า การตกแต่งภายใน และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองของร้านค้าชุมชน รวมไปถึงการออกแบบและพัฒนาระดับรูปแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปอง เพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการพัฒนาและการส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ที่ช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ สร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชนเพิ่มขึ้น และเหมาะสมกับชุมชนได้อย่างมั่นคง มั่นคง และยั่งยืน ด้วยชุมชนมีส่วนร่วมจัดการตนเอง

2.4.3 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนในการออกแบบเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง

จากการสำรวจและวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนโดยการดำเนินการในระยะแรกที่ผ่านมา ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน ซึ่งจากเดิมบริหารจัดการโดยสหกรณ์การไฟฟ้าโครงการหลวงบ้านแม่กำปอง ภายหลังจากติดตามและหารือถึงประเด็นปัญหาความคาดหวังที่เกิดขึ้นจากการประชุมกลุ่มคณะกรรมการหมู่บ้าน พบว่าเกิดปัญหาด้านการบริหารจัดการจากคณะกรรมการชุดเดิม ทำให้เกิดความล่าช้าและติดขัดในการขับเคลื่อน ที่ประชุมองค์กรหรือสภาชุมชนของหมู่บ้านแม่กำปองจึงมีมติเห็นควรให้แต่งตั้งคณะกรรมการเพิ่มเติม โดยการกระจายอำนาจการจัดการเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นในชุมชนโดยเฉพาะ

กาแพ ให้มาบริหารจัดการโดยกลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์บ้านแม่กำปอง โดยจัดตั้งขึ้นเป็นชุดคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนเพื่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน และการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และส่งเสริมช่องทางด้านการค้าขายให้แก่ชุมชนบ้านแม่กำปองมากยิ่งขึ้น โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการซึ่งมีรายชื่อดังต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน ดังแสดงรายชื่อคณะกรรมการในตารางที่ 2-9

ตารางที่ 2-9 รายชื่อคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายประดิษฐ์ ถมมา	ประธานกรรมการ
2	นายประทีป นงคัยยา	รองประธานกรรมการ
3	นายสมจิตร บุญเลิศ	เลขานุการ
4	นายยุทธ ปันยา	เลขานุการ
5	นางสุพล สุนันตา	เหรัญญิก
6	นายสุเทพ กิติคุณ	กรรมการ
7	นายจ๋านง อุ่นเรือน	กรรมการ
8	นายดวงจันทร์ ไทยตัน	กรรมการ
9	นางเจนจิรา ภูชิตีหมื่น	กรรมการ

สืบเนื่องจากการพัฒนาโครงการในปีแรกของโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขายต้นแบบภาคเหนือ หมู่บ้านแม่กำปอง ภายใต้การดำเนินการโดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้มีการออกแบบตราสินค้าให้แก่ชุมชนแม่กำปอง และได้มีการทดลองตลาดเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์กาแพแม่กำปองไประยะหนึ่งแล้วนั้น โดยได้รับผลการตอบรับที่จากนักท่องเที่ยวในการจัดซื้อเป็นของฝากและการนำไปบริโภค

ต่อมาเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2561 ณ ที่ประชุมชุมชนบ้านแม่กำปอง จึงได้มีการสำรวจสถานการณ์การจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการและสำรวจความคิดเห็นในการซื้อสินค้าชุมชนของผู้บริโภค จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม โดยทีมวิจัยได้มีการดำเนินการจัดประชุมหารือในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยทีมวิจัย คณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน ร่วมกับผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่าประเด็นปัญหาที่มีผลกระทบสำคัญที่พบคือ มีผู้จำหน่ายสินค้าภายนอกชุมชนจากหลายแห่งมีการแอบอ้างการขายสินค้าว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนแม่กำปองเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยทางชุมชนไม่ทราบเรื่อง ทำให้เกิดข้อคำถาม และส่งผลต่อภาพลักษณ์และทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าชุมชนลดลง

ที่ประชุมจึงมีมติเพื่อที่จะร่วมกันพัฒนากลยุทธ์ที่มุ่งเน้นตอบโจทย์ในประเด็นที่มีผลกระทบสำคัญก่อนเป็นอันดับแรก คือ ต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่ โดยเห็นพ้องต้องกันในการจัดทำและพัฒนาเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปอง เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้า

และผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนให้กับผู้บริโภค โดยได้มีการนำเสนอและต่อยอดจากการออกแบบตราสินค้าที่มี การพัฒนาขึ้นจากโครงการในปีแรก

การพัฒนาออกแบบตราสินค้าจากโครงการในปีแรก



- **การพัฒนาออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์แม่กำปอง**
ภาพดอกกำปอง สื่อความหมายถึง ความเป็นสัญลักษณ์ของหมู่บ้านแม่กำปอง
COFFEE DESERT สื่อความหมายถึง คุณค่าของเมล็ดกาแฟแม่กำปอง
สโลแกน ที่สื่อความหมายถึง Coffee : From Nature for Good Life
การันตีแหล่งผลิต กาแฟอาราบิกา 100% จากดอยแม่กำปอง ประเทศไทย

รูปที่ 2-6 การพัฒนาออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์แม่กำปองในโครงการปีแรก

โดยผลผลิตจากที่ประชุมเห็นควรให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบข้อความของตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ แม่กำปอง จากเดิม MAEKAMPONG เป็น DOI MAEKAMPONG ดังแสดงในรูปที่ 2-7



size H5.5cm. X W5.5cm.

รูปที่ 2-7 การออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ DOI MAEKAMPONG

2) จัดทำข้อกำหนดของชุมชนในการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง

จากการที่ได้มีการร่วมจัดทำต้นแบบเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมจึงได้มีการนัดหมายเพื่อประชุมหารือเพิ่มเติม เมื่อวันที่ 17 กันยายน 2561 ณ ที่ทำการหมู่บ้านแม่กำปอง พร้อมเสนอการพัฒนานโยบายและจัดทำข้อกำหนดการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยทีมวิจัย คณะกรรมการบริหารร้านค้า ร่วมกับผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน หมู่บ้านแม่กำปอง โดยทีมนักวิจัยให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินการ เพื่อขอขึ้นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง ร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีผลการดำเนินการจากที่ประชุม ดังนี้

2.1) พัฒนาร่างระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” ขึ้นโดยกำหนดเป็นนโยบายและร่วมการออกแบบและจัดทำตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” พ.ศ. 2561 (ฉบับที่ 1) อย่างถูกต้องตามกฎหมายผ่านกรมทรัพย์สินทางปัญญา โดยได้มีแผนการดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นชุมชนบ้านแม่กำปอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นการริเริ่มพัฒนาการสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการของชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในชุมชน เกิดความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของตนเอง ดังนั้น เพื่อให้ร่างระเบียบ หลักเกณฑ์ เงื่อนไขต่างๆ และวิธีดำเนินการของโครงการวิจัยฯ และคณะกรรมการองค์กรชุมชน คณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” ชัดเจนเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น โดยจัดเวทีร่วมรับฟังและแสดงความคิดเห็นโดยวิธีประชาพิจารณ์ (เอกสารผนวก 1) จากประชาชนผู้เกี่ยวข้องในชุมชนบ้านแม่กำปอง ในร่างระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” โดยผลสรุปความคิดเห็นของชุมชนต่อ ร่างระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” ปี พ.ศ. 2561 นั้น เห็นด้วยทั้งฉบับและเสนอให้มีการพัฒนาข้อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนและมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน และร่วมกันรักษาผลประโยชน์ของคนในชุมชนผ่านที่ประชุมในคราวต่อไป โดยเสนอให้ประกาศขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของกฎระเบียบหมู่บ้านแม่กำปอง โดยให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป มีรายละเอียดดังแสดงในรูปที่ 2-8

**ระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง
ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG”
พ.ศ. 2561 (ฉบับที่ 1)**

ชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเจ้าของตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong” อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 โดยได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการสำหรับบริการ การตรวจสอบคุณภาพสินค้าและบริการให้กับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นชุมชนบ้านแม่กำปอง มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการของชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในชุมชนเกิดความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของตนเอง บัดนี้ชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการกำหนดตราสัญลักษณ์ฯ พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่าง ๆ ให้ชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น อาศัยอำนาจตามความในหมวด 6 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงได้กำหนดระเบียบว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1. ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ “Doi Maekampong” พ.ศ. 2561

2. ระเบียบนี้ให้มีใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป

3. ในระเบียบนี้

“ชุมชน”	หมายถึง	ชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
“ตราสัญลักษณ์”	หมายถึง	เครื่องหมายที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายบริการไว้กับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว ใช้สำหรับบริการ ตรวจสอบคุณภาพสินค้าและบริการของชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ (ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong”)
“สินค้า”	หมายถึง	ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน สามารถมองเห็น จับต้องหรือสัมผัสได้
“บริการ”	หมายถึง	ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถมองเห็น จับต้องหรือสัมผัสได้
“ผู้ประกอบการ”	หมายถึง	ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการที่เป็นบุคคลธรรมดาหรือกลุ่มผู้ผลิตที่จัดตั้งขึ้น โดยการรับรองของชุมชนบ้านแม่กำปอง
“คณะกรรมการ”	หมายถึง	คณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong”
“ใบสมัคร”	หมายถึง	ใบสมัครเพื่อขอใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong” ตามแบบพิมพ์ที่กำหนดท้ายระเบียบนี้
“ใบอนุญาต”	หมายถึง	ใบอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong” ซึ่งออกโดยผู้ใหญ่บ้านแม่กำปอง ร่วมกับประธานคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong”

รูปที่ 2-8 ระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG”

4. ตราสัญลักษณ์ หมายถึง ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong”
ปรากฏตามภาพตราสัญลักษณ์ ดังนี้



5. ระเบียบนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมด้านการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งผลิตจากชุมชนบ้านแม่กำปอง โดยมุ่งเน้นการสร้างทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและบริการภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ผลิต และภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน

6. คุณสมบัติของสินค้าและบริการที่มีสิทธิ์ขอใช้ตราสัญลักษณ์ “DOI MAEKAMPONG”

6.1 เป็นสินค้าหรือบริการที่ผลิตในพื้นที่ชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น

6.2 เป็นสินค้าหรือบริการที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย ไม่มีประวัติเสียหายในการประกอบธุรกิจ เช่น ไม่มีพฤติกรรมการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือมีเจตนาลอกเลียนแบบสินค้าและตราสินค้าของผู้อื่น

6.3 ได้รับการอนุญาตการประกอบกิจการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

6.4 ได้รับการรับรองมาตรฐานสำหรับสินค้าหรือบริการที่มีมาตรฐานกำหนดหรืออื่น ๆ ที่แสดงถึงคุณภาพของสินค้า

6.5 เป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่คณะกรรมการฯ แต่ละประเภทกำหนด

6.6 เป็นสินค้าหรือบริการที่ได้รับรางวัลในระดับประเทศ จากองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เป็นที่น่าเชื่อถือ

7. การยื่นใบสมัครขอใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ สามารถยื่นได้ที่ทำการชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

8. เงื่อนไขการอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์

8.1 ผู้ที่ได้รับตราสัญลักษณ์จะต้องรักษาไว้ ซึ่งคุณภาพมาตรฐานสินค้า หรือบริการ ตามคำรับรองที่ได้แสดงไว้ต่อคณะกรรมการฯ ตลอดระยะเวลาที่ได้รับตราสัญลักษณ์ฯ

8.2 การใช้ตราสัญลักษณ์จะอนุญาตให้เฉพาะผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ไม่สามารถถ่ายโอนสิทธิ์ให้กับบุคคลอื่นได้

8.3 ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ฯ จะใช้ได้กับประเภทสินค้าของตนที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น

8.4 ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์แล้ว จะต้องเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จัดให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ หรือกิจกรรมที่ทางชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ พิจารณาเห็นว่าจะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมทั้งชุมชน

8.5 ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ฯ จะต้องปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับของการใช้ตราสัญลักษณ์

8.6 ต้องใช้ตราสัญลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ได้รับอนุญาต หากไม่ใช้และคณะกรรมการตรวจสอบว่าเป็นจริงจะยกเลิกการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ทันที

9. การตรวจติดตาม

9.1 การประเมินผลการตรวจสอบ โดยการตรวจติดตามผลอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

รูปที่ 2-8 ระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” (ต่อ)

9.2 กรณีที่คณะกรรมการตรวจพบสินค้าหรือบริการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ไม่ได้คุณภาพตามคำรับรองที่ได้แสดงไว้ต่อคณะกรรมการ จะแจ้งให้ผู้ประกอบการทราบและให้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการกำหนด และหากคณะกรรมการ มีข้อสงสัยในคุณภาพสินค้าจะมีการสุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจวิเคราะห์

10. ระยะเวลาการรับรองและการขอต่ออายุ

การอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ในแต่ละครั้งจะมีอายุ 4 ปี หากผู้ประกอบการมีความชำนาญขอต่ออายุ ซึ่งต้องได้รับการตรวจประเมินให้ดำเนินการไม่น้อยกว่า 6 เดือนก่อนครบกำหนดวันหมดอายุ

11. การยกเลิกการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์

11.1 คณะกรรมการสุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจวิเคราะห์แล้วพบว่าไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานหรือตรวจพบว่าผู้ประกอบการไม่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขสินค้าหรือบริการ ภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการฯ กำหนดตามข้อ 9.2

11.2 การกระทำใดที่จะส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อตราสัญลักษณ์ฯ ทุกกรณี

11.3 การโฆษณาอ้างบริการและสินค้าที่คณะกรรมการฯ เห็นว่าเกินกว่าความเป็นจริง

11.4 การละเมิดใช้ตราสัญลักษณ์ฯ ในบริการหรือสินค้าของตนนอกเหนือจากที่ได้รับอนุญาต

11.5 ในกรณีที่ยกเลิกการใช้ตราสัญลักษณ์ผู้ได้รับจะต้องยุติการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อที่มีการอ้างถึงการได้รับตราสัญลักษณ์ทั้งหมด

11.6 ผู้ได้รับอนุญาตจะต้องใช้ตราสัญลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ได้รับอนุญาต หากไม่ใช้และคณะกรรมการตรวจสอบว่าเป็นจริงจะยกเลิกการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ทันที

12. การดำเนินการกรณีละเมิดการใช้ตราสัญลักษณ์ฯ

12.1 กรณีที่ได้รับอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ฯ เมื่อครบกำหนดอายุการรับรองและไม่ได้ดำเนินการต่ออายุ จะต้องนำตราสัญลักษณ์ฯ ออก และยุติการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อที่มีการอ้างถึงการได้รับตราสัญลักษณ์ฯ ทั้งหมดภายในระยะเวลา 15 วัน

12.2 กรณีที่ตรวจพบมีการละเมิดใช้ตราสัญลักษณ์ฯ ทุกกรณี จะมีโทษตามกฎหมายแพ่งและอาญาและตามที่กำหนดไว้ในหมวด 6 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

13. ชุมชนปลอดจากพันธะความเสียหายจากการถูกร้องเรียนต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ทุกกรณีเนื่องจากระเบียบนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการโดยการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์เท่านั้น และตราสัญลักษณ์เป็นกรรมสิทธิ์ของชุมชนแต่เพียงผู้เดียว

14. ระเบียบนี้สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะปัจจุบันนั้น ๆ ได้ โดยให้คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาเสนอขอเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเพิ่มเติมต่อคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง

15. ให้ผู้ใหญ่บ้านแม่กำปองร่วมกับคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปองรักษาการตามระเบียบนี้

ประกาศ ณ วันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2561



(นายธีรเชษฐ์ ชงพัฒน์ภักดิ์)

ประธานคณะกรรมการ

ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง



(นายประสิทธิ์ ธมมา)

ผู้ใหญ่บ้าน

รองประธานคณะกรรมการ

ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง

รูปที่ 2-8 ระเบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชน

บ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” (ต่อ)

2.2) ที่ประชุมจึงได้มีมติร่วมกันให้แต่งตั้งคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง ร่วมดำเนินการประสานงาน ติดตาม และตรวจสอบ การใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง ในด้านต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วง บรรลุตามวัตถุประสงค์ ดังแสดงภาพการจัดประชุมในรูปแบบที่ 2-9 โดยแต่งตั้งผู้มีรายนามต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการดำเนินการและคณะทำงาน ดังนี้

การแต่งตั้งรายนามคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง

วันที่ 17 กันยายน 2561 เวลา 9.00 น. – 11.19 น.

ณ ที่ทำการชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ที่ปรึกษาคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง

- | | |
|--|---|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.เกตุ กรุดพันธ์ | โครงการ คน-ป่า-เหมี้ยง
ศูนย์ความเป็นเลิศนวัตกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการวิเคราะห์ (I-ANALY-S-T CMU) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชาย โชนงนุช | โครงการ คน-ป่า-เหมี้ยง
คลัสเตอร์วิจัยในพหุวิทยาการเกี่ยวกับเหมี้ยง (COE MIANG) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพงษ์ แสนจุ่ม | ทีมวิจัยโครงการ คน-ป่า-เหมี้ยง
คลัสเตอร์ความเป็นเลิศด้านเศรษฐกิจและสังคมบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. นางสาวชลิตา เสมอใจ | ทีมวิจัยโครงการ คน-ป่า-เหมี้ยง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |

คณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| 1. นายธีรเมศร์ ขจรพัฒนภิรมย์ | ประธานคณะกรรมการ |
| 2. นายประดิษฐ์ ถมมา | รองประธานคณะกรรมการ |
| 3. นายสุรียา เตชะบุตร | เลขานุการคณะกรรมการ |
| 4. นายสมจิต บุญเลิศ | เหรัญญิก |
| 5. นายปรัชญา กันทะเทวี | กรรมการ |
| 6. นายสุเทพ กิติคุณ | กรรมการ |
| 7. นายเทอดทั่น ต๊ะอูด | กรรมการ |
| 8. นางสาวจิรนนท์ จันทอง | กรรมการ |
| 9. นายดวงจันทร์ ไทยตัน | กรรมการ |

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป และให้จัดทำเป็นระเบียบชุมชนของหมู่บ้านแม่กำปองเพื่อความชัดเจนในการดำเนินงาน และเป็นหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติต่อไป



รูปที่ 2-9 การจัดประชุมหารือการพัฒนาไร่เบียบชุมชนบ้านแม่กำปอง วันที่ 17 กันยายน 2561


ดำเนินการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “DOI MAEKAMPONG” โดยที่ประชุมมีมติให้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong” ให้กับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นชุมชนบ้านแม่กำปอง โดยการจดทะเบียนตราสัญลักษณ์ในครั้งที่ 1 ปี 2561 นี้ มีผลิตภัณฑ์ได้แก่ 1.กาแฟและเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์ 2.ชา 3.หมอนใบชาเหมี้ยง 4.สบู่ โดยที่ประชุมมีมติให้ นายประดิษฐ์ ถมมา ผู้ใหญ่บ้าน และประธานคณะกรรมการหมู่บ้านแม่กำปองเป็นผู้ดำเนินการยื่นคำขอจดทะเบียนในนามของชุมชนบ้านแม่กำปอง โดยได้ดำเนินการยื่นคำขอผ่านกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 17 ก.ย. 2561 ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนของพนักงานเจ้าหน้าที่ กรมทรัพย์สินทางปัญญาในกระบวนการตรวจสอบและพิจารณาสั่งการคำขอจดทะเบียน โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาจะใช้ระยะเวลาดำเนินการตรวจสอบ 6 เดือน และพิจารณา 6 เดือน รวมเป็น 12 เดือน เมื่อครบกำหนดตามขั้นตอนแล้วกรมทรัพย์สินทางปัญญา จะเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า เครื่องหมาย เครื่องหมายบริการออกให้แก่ชุมชนบ้านแม่กำปอง มายังหมู่บ้านแม่กำปองหรือผู้จดทะเบียนทราบเป็นลายลักษณ์อักษรต่อไป ดังแสดงในรูปที่ 2-10

2.3) ที่ประชุมมีมติกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนสินค้าและบริการชุมชนที่มีสิทธิได้รับอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ จะได้รับการผลักดันให้เป็นผลิตภัณฑ์ “Champion Product” ของชุมชนบ้านแม่กำปอง ซึ่งคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปองจะเป็นผู้คัดเลือก โดยผลิตภัณฑ์ที่มีสิทธิได้รับการคัดเลือกในครั้งที่ 1 ปี 2561 นี้ได้แก่ 1.กาแฟและเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์ 2. ชา 3.หมอนใบชาเหมี้ยง 4.สบู่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นชุมชนบ้านแม่กำปอง เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการของชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ และเป็นเครื่องมือสื่อสารสัมพันธ์และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในชุมชน เกิดความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของตนเองให้เป็นที่ประจักษ์ต่อผู้บริโภคต่อไป

2.4) ในระยะสุดท้ายของการพัฒนาโดยโครงการวิจัยในปีที่ 2 นี้ คณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง ซึ่งผ่านการแต่งตั้งจากคนในชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนของคนในหมู่บ้าน ได้ดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “Champion Product” ของชุมชนบ้านแม่กำปอง ตามหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ในระเบียบชุมชนแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์และบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI

MAEKAMPONG” พ.ศ. 2561 (ฉบับที่ 1) โดยการพิจารณาผ่านที่ประชุมได้คัดเลือก กาแฟ “DOI MAEKAMPONG” หรือ กาแฟ “ดอยแม่กำปอง” ที่ได้พัฒนาขึ้นในโครงการฯ เป็นผลิตภัณฑ์ Champion Product ต้นแบบ ซึ่งได้มีความเห็นตรงกันว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงในเชิงพาณิชย์ สามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจได้และเป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่จะส่งเสริมเพื่อสร้างรายได้ และช่วยเหลือเศรษฐกิจของชุมชนบ้านแม่กำปองได้ต่อไปทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยชุมชน นำทีมโดยคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง จะได้มีการนำแนวทางและหลักการที่ได้รับจากทีมนักวิจัยในโครงการไปถ่ายทอดและผลักดัน พัฒนาการค้าขายให้กับชุมชนของตนเองได้ต่อไป


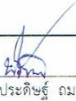
แบบ ก.01

<p>7. การขอจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นกลุ่มของสี ตามมาตรา 7 วรรคสอง (5) (กลุ่มของสี หมายถึง การรวมกันของสีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปและแสดงโดยลักษณะพิเศษ เช่น ภาพลวดลายที่เป็นสีต่างๆ)</p> <p><input type="checkbox"/> ขอรับความคุ้มครอง (ให้บรรยายลักษณะกลุ่มของสีและระบุสีให้ชัดเจน)</p> <p style="text-align: right;"><input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแนบ)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ไม่ขอรับความคุ้มครอง</p>
<p>8. การขอจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ ตามมาตรา 7 วรรคสอง (10) (รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หมายถึง เครื่องหมายที่แสดงด้านกว้าง ด้านยาว ด้านลึก หรือสามมิติ)</p> <p><input type="checkbox"/> ขอรับความคุ้มครอง (ให้แสดงภาพด้านหน้าของเครื่องหมายลงในข้อ 4.1 ส่วนภาพด้านอื่นๆ (ถ้ามี) คำบรรยายลักษณะเครื่องหมาย(ถ้ามี))</p> <p style="text-align: right;"><input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแนบ)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ไม่ขอรับความคุ้มครอง</p>
<p>9. การใช้เครื่องหมายโดยการจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณาก่อนยื่นคำขอนี้</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ได้ใช้หรืออนุญาตให้ใช้ <input type="checkbox"/> ไม่เคยใช้หรืออนุญาตให้ใช้</p>
<p>10. การขอให้ถือว่าวันที่ยื่นคำขออนุญาตออกอากาศครั้งแรกเป็นวันยื่นคำขอในราชอาณาจักรตามมาตรา 28 หรือการขอให้ถือว่าวันที่นำสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าออกแสดงในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศตามมาตรา 28 ทวิ</p> <p><input type="checkbox"/> ขอสิทธิและได้ยื่นคำขอพร้อมเอกสารหลักฐาน <input type="checkbox"/> ขอสิทธิและได้ยื่นหนังสือขอมอนผันการส่งเอกสารหลักฐาน</p>
<p>11. ผู้ประกอบการ OTOP</p> <p>ประเภท OTOP <input type="checkbox"/> ประกอบการรายเดียว <input type="checkbox"/> กลุ่มผู้ประกอบการ <input type="checkbox"/> SMEs เลขทะเบียน OTOP</p>
<p>12. เอกสารหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สำเนาบัตรประจำตัวหรือสำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ของเจ้าของ</p> <p><input type="checkbox"/> สำเนาหนังสือมอบอำนาจ (ก.18) และสำเนาบัตรประจำตัวของผู้รับมอบอำนาจ (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสือแสดงการปฏิเสธ (ก.12) (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> รายชื่อและเอกสารหลักฐานหรือคำชี้แจงแสดงความสัมพันธ์ของผู้มีสิทธิใช้เครื่องหมายร่วม (กรณีเครื่องหมายร่วม)</p> <p><input type="checkbox"/> ข้อบังคับหรือข้อกำหนดหลักเกณฑ์การใช้เครื่องหมายรับรอง (กรณีเครื่องหมายรับรอง)</p> <p><input type="checkbox"/> เอกสารหลักฐานการนำสืบลักษณะพิเศษเฉพาะที่เกิดจากการใช้เครื่องหมายตามข้อ 9.</p> <p><input type="checkbox"/> คำขอสิทธิที่วันที่ยื่นคำขอในต่างประเทศครั้งแรกหรือวันที่นำสินค้าออกแสดง (ก.10) (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> เอกสารหลักฐานประกอบการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายเสียง (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสือยินยอมจากผู้โอนหรือผู้รับโอนตามมาตรา 51/1</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสืออนุญาตให้ใช้ลายมือชื่อหรือภาพของบุคคลอื่นเป็นเครื่องหมายการค้า</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสือขอมอนผันการส่งเอกสารหลักฐาน (ก.19)</p>
<p>13. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า</p> <p>(1) ข้าพเจ้าเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้มีสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายในเครื่องหมายการค้าที่นำมายื่นคำขอจดทะเบียนตามคำขอนี้</p> <p>(2) ข้อเท็จจริงทั้งปวงที่ระบุไว้ในคำขอจดทะเบียนและเอกสารการจดทะเบียนถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ</p> <p style="text-align: right;">(ลายมือชื่อ)  เจ้าของ/ตัวแทน</p> <p style="text-align: center;">(นาย ประดิษฐ์ ภูมิมา)</p>

หมายเหตุ การกรอกข้อความให้ใช้วิธีพิมพ์ ในกรณีที่ไม่มีอาจะระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้พิมพ์ในใบต่อ (ก.11)

หน้า 2 ของจำนวน 2 หน้า

รูปที่ 2-10 เอกสารการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “DOI MAEKAMPONG” (ต่อ)

 ใบต่อแนบท้ายคำขอ แบบ ก 01	วันที่ยื่น คำขอเลขที่ ทะเบียนเลขที่
ข้อที่ 6. รายการสินค้า/บริการ จำพวกที่ 3 สบู่ ข้อที่ 6. รายการสินค้า/บริการ จำพวกที่ 20 หมอน	
(ลายมือชื่อ)  เจ้าของ/ผู้ร้อง/ตัวแทน (นาย ประดิษฐ์ ถมมา)	
หมายเหตุ การกรอกข้อความให้ใช้วิธีพิมพ์	
หน้า _____ ของจำนวน _____ หน้า	

รูปที่ 2-10 เอกสารการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “DOI MAEKAMPONG” (ต่อ)

2.4.4 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ออกแบบและพัฒนายกระดับรูปแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปองให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟสดคั่ว

ในทุกวันนี้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคนั้น ต่างก็ให้ความสำคัญในเรื่องของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น นอกจากตัวบรรจุภัณฑ์จะเป็นที่ดึงดูดความสนใจแล้ว ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์นั้นได้อย่างมาก ทั้งนี้ทีมวิจัยจึงได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปอง เพื่อตอบรับกระแสการบริโภคที่เปลี่ยนไป และคำนึงถึงกฎระเบียบ และข้อกำหนดเรื่องความปลอดภัย รวมถึงให้สามารถเก็บรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมของเมล็ดกาแฟสดคั่ว โดยต่อยอดจากการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในปีที่ 1 ของโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ดังแสดงบรรจุภัณฑ์กาแฟแม่กำปองที่ได้พัฒนาออกแบบรูปแบบใหม่ในปีที่ 1 ในรูปที่ 2-11



รูปที่ 2-11 ตัวอย่างการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟแม่กำปองรูปแบบใหม่ในปีที่ 1

โดยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กาแฟแม่กำปอง รูปแบบใหม่ที่ได้ดำเนินการพัฒนาโดยคณะทำงานวิจัย ได้ดำเนินการออกแบบโดยให้ความสำคัญของสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าด้วยคุณประโยชน์ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. ถุงพอยล์ ใช้สำหรับบรรจุกาแฟเมล็ดกาแฟสดที่ผ่านการคั่วแล้วโดยจะบรรจุในถุงอะลูมิเนียมพอยล์สำหรับบรรจุอาหารซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันแสงและความชื้น ทนทานต่อความร้อนสูงได้เป็นอย่างดี ซึ่งถุงพอยล์เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะมีความเหนียว ทนทาน ไม่ฉีกขาดง่าย อีกทั้งยังสามารถป้องกันอากาศหรือออกซิเจนไม่ให้ผ่านเข้าไปภายใน จึงช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดีและเก็บได้นานขึ้น แม้ว่าถุงพอยล์จะมีราคาแพงกว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั่วไป แต่เมื่อเทียบกับคุณภาพที่ดีกว่าในการป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกและสารเคมีต่างๆ ก็นับว่ามีความคุ้มค่าหากจะเลือกใช้ถุงพอยล์เพื่อบรรจุผลิตภัณฑ์ที่ต้องการรักษาคุณภาพเป็นอย่างดีก่อนถึงมือลูกค้า ที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการให้มีการซึมผ่านของก๊าซและสารละลายต่างๆ เข้าไปภายใน

2. ถุงพอยล์ซิปปแบบตั้ง ที่นิยมใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์อบแห้งอย่างเช่น ชา กาแฟ เมล็ดธัญพืช ขนม ไปจนถึงถุงพอยล์ที่ใช้ในการบรรจุของเหลวต่างๆ ถุงชนิดนี้มีข้อดี คือ สามารถวางตั้งเพื่อแสดงสินค้าได้อย่างโดดเด่น และง่ายต่อการจัดวางบนชั้นวางสินค้า ประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บมากกว่าบรรจุภัณฑ์แบบกล่องหรือกระป๋อง ถุงพอยล์สามารถใช้การพิมพ์สีลงไปในเนื้อพอยล์เพื่อสร้างความโดดเด่นและแสดงรายละเอียดของสินค้า ช่วยสร้างมาตรฐานของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ได้โดยที่คุณภาพของสินค้าภายในยังดีเหมือนเดิม เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองได้เป็นอย่างดี

3. ถุงแบบซิปล็อกยังสะดวกสบาย ง่ายต่อการใช้งาน ในการเปิด-ปิดถุง เพื่อใช้ในครั้งต่อไปได้ ขนาดไม่ใหญ่มาก และมีรูปแบบที่ทันสมัย เหมาะสำหรับเป็นของฝากและของที่ระลึก รวมถึงสามารถพกพาระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข

4. มีเฟรชเนส วาล์ว (Freshness Valve) ซึ่งมีรูที่ทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้โดยการดมกลิ่นหอมของกาแฟได้จากถุงก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ อีกทั้งเฟรชเนสวาล์ว (Freshness Valve) ยังเป็นระบบที่ช่วยเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมีคุณสมบัติในการช่วยป้องกันอากาศจากภายนอก ที่จะเข้าไปทำปฏิกิริยากับน้ำมันในเมล็ดกาแฟคั่ว แล้วก่อให้เกิดกลิ่นหืนได้ และจะช่วยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงความสดและรักษากลิ่นหอมและรสชาติของกาแฟได้เป็นอย่างดี

5. มีการตรวจสอบเอกสารการรับรองการผลิตบรรจุภัณฑ์จากโรงงานที่มีมาตรฐานรับรอง ดังแสดงเอกสาร Certificate จากโรงงานอุตสาหกรรมผู้ผลิตถุงพอยล์ในรูปแบบที่ 2-12



Test Report

Report No.: DGC180201016KE Page 1 of 2

Applicant : Shanghai Enlai Packaging materials Co., Ltd
Address : No.8234, Building 18,Jinlai Road 3265 , Nanqiao town, Fengtan district, Shanghai.

The following sample(s) was/were submitted and identified on behalf of the client as:
Product Name : Aluminium-foil compound bag
Model : /
Product usage : Food packaging
Manufacturer : Shanghai Enlai Packaging materials Co., Ltd
Address : No.8234, Building 18,Jinlai Road 3265 , Nanqiao town, Fengtan district, Shanghai.

Date of Sample Received : Feb. 01, 2018
Test period : Feb. 01, 2018 - Feb. 07, 2018

Test requested: For material which contact with foodstuff, selected tests were performed for compliant with the regulations US Food and Drug Administration (FDA). **Conclusion:** Pass

Test method : With reference to FDA 21 CFR 177.1520 Olefin polymers.

Test result : Please refer to next page.

Tested by: George **Reviewed by:** 

Approved by: Ealy **Date:** Feb. 07, 2018

This document cannot be reproduced except in full, without prior written approval of NTEK. Any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful and offenders may be prosecuted to the fullest extent of the law. Unless otherwise stated the results shown in this test report refer only to the sample(s) indicated each sample(s) are retained for 30 days only.

NTEK Testing Technology Co., Ltd.
Address: Building 2, Heliwan Science Park, 823J 8th Road, Songshan Lake High-Tech Industrial Development Zone, Dongguan, Guangdong, China
Tel: (+86-769) 23301666 Fax: (+86-769) 23301690 Email: service@ntek.org.cn http://www.dgntek.org.cn

รูปที่ 2-12 ตัวอย่างเอกสารการรับรองการผลิตบรรจุภัณฑ์

2) จัดทำบรรจุภัณฑ์กาแพตอยแม่กำปอง

ในปีที่ 2 จากผลการสำรวจความต้องการของชุมชนในด้านการยกระดับบรรจุภัณฑ์ร่วมกับคณะกรรมการบริหารจัดการร้านค้าชุมชน จึงได้พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อยอดจากโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขายต้นแบบภาคเหนือ ชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ในปีที่ 1 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2-10

ตารางที่ 2-10 รายละเอียดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กาแพตอยแม่กำปอง ที่ได้พัฒนาต่อยอดจากโครงการปีที่ 1

ปีที่	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กาแพตอยแม่กำปอง	ขนาดบรรจุ	ราคาขายปลีก (ถุง/บาท)	
			ร้านค้าชุมชน	นอกพื้นที่ชุมชน
ปีที่ 1	กาแพคั่วเม็ด (ถุงสีขาว)	200 กรัม	180 บาท	250 บาท
ปีที่ 2	กาแพคั่วเม็ด (ถุงสีขาว)	200 กรัม	180 บาท	250 บาท
		500 กรัม	280 บาท	400 บาท
	กาแพคั่วบด (ถุงสีฟ้า)	200 กรัม	180 บาท	250 บาท
		500 กรัม	280 บาท	400 บาท

โดยที่มิวิจัยได้จัดทำและสั่งผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นต้นแบบให้แก่ชุมชนในเบื้องต้น ชนิดและขนาดละ 500 ถุง พร้อมสติ๊กเกอร์โลโก้ผลิตภัณฑ์ เพื่อมอบให้แก่ชุมชนได้นำไปใช้เป็นต้นแบบและต้นทุนในการยกระดับผลิตภัณฑ์และการสร้างรายได้ให้กับชุมชนแม่กำปองต่อไป



รูปที่ 2-13 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่จัดทำและสั่งผลิตเพื่อมอบให้แก่ชุมชน

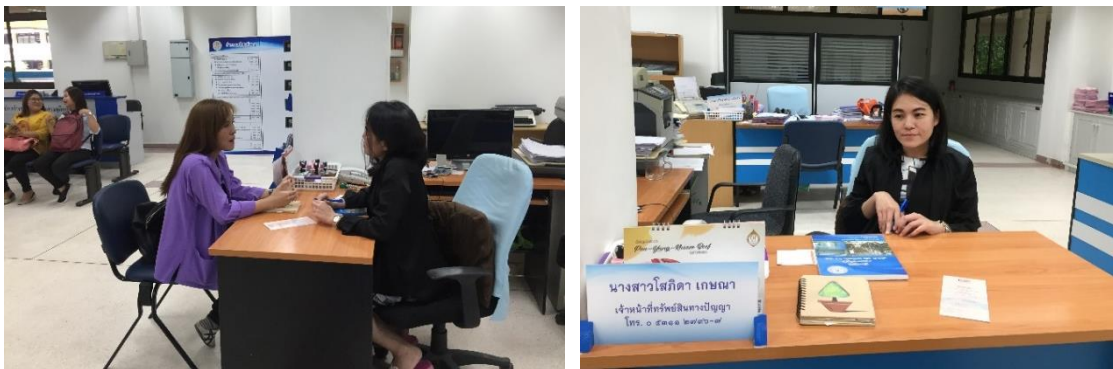
2.4.5 การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง

เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2561 ทีมวิจัยได้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อขอทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง ได้รับคำแนะนำเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานที่จะต้องติดต่อประสานงาน

จากนั้น วันที่ 15 สิงหาคม 2561 ทีมวิจัยได้เดินทางไปยังหน่วยงานกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ ศาลากลาง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อติดต่อขอรับคำแนะนำเบื้องต้นในการขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง ดังแสดงในรูปที่ 2-14 โดยพบกับคุณโสภิตา เกษณา เจ้าหน้าที่ทรัพย์สินทางปัญญา ได้ให้คำแนะนำ และความรู้ที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำมาดำเนินการถอดองค์ความรู้และถ่ายทอดให้คำปรึกษาแก่ชุมชนแม่กำปอง



รูปที่ 2-14 การประสานงานและติดต่อเจ้าหน้าที่ทรัพย์สินทางปัญญา วันที่ 15 สิงหาคม 2561

วันที่ 17 กันยายน 2561 ทีมนักวิจัย ร่วมกับ คณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง โดยการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน ได้ดำเนินการเพื่อขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่

ซึ่งผลที่ได้ทำให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน และสิทธิที่จะได้รับ และถ่ายทอดความรู้สู่รุ่นต่อไปได้ เป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีข้อกำหนดหลักเกณฑ์ที่องค์กรชุมชนทุกคน

ยอมรับและถือปฏิบัติร่วมกัน อีกทั้งเป็นการขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขายชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ สร้างโอกาสให้กับชุมชนต่อไป



รูปที่ 2-15 การยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า วันที่ 17 กันยายน 2561

2.4.6 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่ายในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ

การจัดบูทงานแสดงสินค้า/บริการ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแม่กำปอง ในงาน Unseen Lanna 2018

ร่วมจัดบูทแสดงแสดงสินค้า/บริการ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแม่กำปอง ในงาน Unseen Lanna 2018 ภายใต้ธีมงาน “เยือนถิ่นล้านนา ยลคุณค่าภูมิปัญญาไทย” ระหว่างวันที่ 7 กันยายน 2561 ถึงวันที่ 16 กันยายน 2561 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ ๗ รอบพระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประชาสัมพันธ์ ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองให้นักท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน เกิดการพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มโดยการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปนำเสนอในงานแสดงแสดงสินค้า เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อสำรวจความต้องการของตลาด ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อให้ชุมชนและทีมวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณค่าผลิตภัณฑ์ยกระดับการค้าขาย ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับชุมชนแม่กำปองต่อไปด้วยตนเองได้



รูปที่ 2-16 บรรยากาศการจัดบูทแสดงสินค้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน Unseen Lanna 2018

เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN

ในการเชื่อมโยงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ คณะที่ปรึกษาได้ทำการเชื่อมโยงไปยังห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และมีกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีน ทำให้ห้าง ONE NIMMAN นอกจากจะเป็นห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายของตกแต่งบ้าน และของฝากที่ระลึกจากผู้ผลิตในท้องถิ่นที่กำลังมีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยวขณะนี้แล้วนั้น ยังถือได้ว่าเป็นแลนด์มาร์คที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาแวะชมเพื่อถ่ายภาพและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนกลับบ้าน โดยห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN แบ่งออกเป็น ส่วนดังนี้

- One Square – จุดรวมพล เป็นลานกว้างเอนกประสงค์ เอาไว้ใช้นัดพบ จัดกิจกรรม เวิร์คช็อปต่าง ๆ มีมุมถ่ายภาพที่โดดเด่นสำหรับลูกค้าที่ชื่นชอบการถ่ายภาพ
- Artisan Street – ของตกแต่งบ้าน สินค้าโฮมเมด แฟชั่นใหม่ล้ำสมัย ไม่ซ้ำใคร รวมไปถึงร้านอาหาร signature ของจังหวัดเชียงใหม่
- All One – แหล่งรวมของฝากเชียงใหม่ และของตกแต่งบ้านจากผู้ผลิตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
- One Street Food Market – รวมสตรีทฟู้ดขึ้นชื่อของเชียงใหม่เอาไว้ที่เดียว ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาที่นี่ได้ทดลองทานอาหารสตรีทฟู้ดของเชียงใหม่อย่างครบครัน
- Nimman Convention Center – สถานที่จัดงานประชุม งานแต่งงาน อีเวนต์ต่างๆ ซึ่งรองรับคนได้มากถึง 500 คน ด้านในตกแต่งสไตล์ยุโรป หรรษา มีความร่วมสมัย
- U Nimman Hotel – โรงแรมระดับ 5 ดาว และที่พักระยะยาว ระดับ 4 ดาว

ในการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ คณะที่ปรึกษาได้ทำการฝากขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง 2 รายการ คือ ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วเม็ดและกาแฟแก้วบด บรรจุถุงฟอยล์ โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- ผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วเม็ดและกาแฟแก้วบด บรรจุถุงฟอยล์ ราคาถุงละ 250 และ 400 บาท
- ทุกยอดขายจะต้องหักค่าฝากขายให้ทางห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN 30%



รูปที่ 2-17 การนำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN

ชุมชนแม่กำปอง

ชุมชนแม่กำปอง ตั้งอยู่ในตำบลลัวะ อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนที่ยังคงรักษารูปแบบบ้านโบราณของชุมชนไว้ และสามารถใช้ชีวิตวิถีท้องถิ่นได้อย่างมั่นคงในไร่สวน เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสุขภาพ อีกทั้งยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์กาแฟ ภาพ เป็นต้น โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สินค้ามีความสวยงามและคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนแม่กำปอง

ผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟ

กาแฟคั่วบด

กำปองคอฟฟี่ เป็นกาแฟอาราบิก้าแท้ 100%
 กาแฟคั่วบด/บดจากถั่วแม่กำปอง
 ขนาด: 200 / 500 กรัม
 การดูแลรักษา: เนื้อกะสับแล้ว ควรนำไปเก็บไว้ในขวดโหลปิดสนิท
 ราคา: 250 / 240 บาท

		ชุมชน วัลลาย	
	ชุมชน แม่กำปอง		ชุมชน คล้ายแก้ว
ชุมชน วัลลาย		ชุมชน คล้ายแก้ว	
	ชุมชน คล้ายแก้ว		ชุมชน แม่กำปอง

รูปที่ 2-18 โบรชัวร์นำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN



หมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ)
 ส่งเสริมและพัฒนาโดย กรมการค้าภายใน
 กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 สนใจผลิตภัณฑ์สามารถเข้าชมเพิ่มเติมได้ที่
www.cm-tradingvillage.com



ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

หมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ)

ส่งเสริมและพัฒนาโดย กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์
 ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชุมชนวิวัลย

ชุมชนวิวัลยเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการเป็นแหล่งผลิตเครื่องเงินที่ทำมาค้าขายขึ้นชื่อซึ่งเป็นที่รู้จักไปทั่วภาคเหนือถึงจังหวัดในแถบหมู่บ้านศรีเมือง หรือที่ชาวต่างประเทศเรียกว่า Silver Village ตั้งอยู่ในตำบลเว้า แซกตาศิล นครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของเชียงใหม่ ติดกับประตูชัยเชียงใหม่ ถนนจากถนนสีสุภากับถนนเจริญกรุงผ่านบริเวณที่มี ความประณีตสวยงาม ชุมชนยังให้ความสำคัญในการดูแลรักษาเครื่องเงิน ทองสีเงินของชุมชนไว้ เพื่อต่อยอดการนำมาจำหน่ายสร้างรายได้แก่ชุมชน



ชุมชนเล่าแก้ว

ชุมชนเล่าแก้ว ตั้งอยู่ในตำบลงตั้น อำเภอถอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนที่มีรายชื่อบริการความเป็นอยู่ของชาวกระเหรี่ยงที่เป็นอย่างดี มีการเป็นอยู่แบบพึ่งพาอาศัยกัน การศึกษาระเบียงในการเสนาสนาในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่สวยงามที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวกระเหรี่ยงในชุมชนโดยเฉพาะ และยังมีงานผลิตภัณฑ์ผ้าทอมาพัฒนาใช้กันมากขึ้น เพื่อสร้างให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์วิวัลยถึงชุมชนวิวัลย

ชุดประกอบองค์พระและโคมไฟคุณลาย

ชุดประกอบองค์พระพร้อมฉัตรและบังทกร

พระพุทธเจ้าวิศิษฐ์ (พระเจ้าองค์ตื้อ) องค์พระจำลองขนาดหน้าตัก 5 นิ้ว เมื่อเริ่มขบวน (ต้นขบวน) องค์พระจำลองในสถูป วิสุทธิสุพรรณ องค์เชียงใหม่ "ฉัตร" สามัญชนแบบทอง "ร่ม" ซึ่งอาจใช้การถวาย "ร่ม" หรือ "ฉัตร" นั้น ในทางพระศาสนาหมายถึงว่ามีความดีสูง สมบัติพระเครื่องเจ้าขบวนเป็นเหตุดี พระผู้มีพระคุณ หรือที่ผู้ทรงศรัทธาผู้มีได้พระ เบื้องหน้าพระองค์เจ้าขบวน ซึ่งการถวายพระเครื่องพระเครื่อง และเครื่องประพาศในพิธีกรรม (ต้นขบวน) จึงมีความนิยมที่จะสร้างองค์พระนี้ขึ้นเพื่อเป็นเครื่องสักการบูชาองค์พระในขบวนพิธีกรรม "บังทกร" คือ เครื่องสูงอย่างหนึ่งใช้ในขบวนแห่ ซึ่งใช้ประกอบเป็น เครื่องสักการะพระพุทธรูป เพื่อเป็นเครื่องสักการะสักการะอย่างสูง

ข้อมูลผลิตภัณฑ์: ผลิตและประกอบที่ชุมชนวิวัลย-จังหวัดเชียงใหม่
คุณลาย สี่วันเดือนขึ้นกับขึ้นเดือนใหม่ คือใช้ประกอบองค์พระ หรือเป็นเครื่องสักการะพระพุทธรูป

ขนาด: 20x45 ซม.
กรกฎเสถียรภาพ: ใช้กระดาษสาและกระดาษสาเคลือบด้วยสีน้ำเงินใช้ทำ ความสะอาด
ราคา: 8,990 บาท/ชุด

Contract Me
ผู้ผลิต: วิวัลยถึงชุมชนวิวัลย
เบอร์ติดต่อ: 081-9516711 คุณสมิตี บุญเสน (ฮารานต์สมิตี)
Id line: @yyp58956

ผลิตภัณฑ์ชุมชนเล่าแก้ว

กระเป๋าถอยเต่า

ข้อมูลผลิตภัณฑ์: กระเป๋าถอยเต่าที่ทำด้วยผ้าฝ้ายทอแบบถอยเต่าที่ผลิตขึ้นใน ชุมชนหรือที่ชุมชนวิวัลย
ขนาด: 30 x 40 ซม. (เต็มรูป) (ไม่มีรวมสาย)
กรกฎเสถียรภาพ: ผลิตจากเครื่องทอสีในชุมชนวิวัลย
ราคา: 290 บาท

กรรมาถอยเต่า

ข้อมูลผลิตภัณฑ์: ทำจากถอยเต่าที่ทำด้วยเครื่องทอของเมืองน่าน และใช้การทอพระที่ข้างหัวเข็มขัดเป็นแบบถอยเต่า
ข้อมูลผลิตภัณฑ์: ทำจากถอยเต่าแบบธรรมชาตินี้มีขนาด ยาว 40 ซม. กว้าง 15 ซม. ใช้เส้นด้ายสีฟ้าและสีน้ำเงินทอเข้ากัน
ได้ ทำเป็นเข็มขัดหรือกระเป๋าถือ ยาว 40 ซม. กว้าง 15 ซม. สีสันสวยงาม สวมใส่สบายและทนทาน
ขนาด: 150 x 40 ซม.
กรกฎเสถียรภาพ: ผลิตจากถอยเต่าในชุมชนวิวัลย
ราคา: 390 / 490 บาท (ตามสั่งทำ)

โคมไฟคุณลายล้านนา ขนาดเล็ก

โคมไฟเป็นเครื่องใช้แสงสว่าง เมื่อนำมาประกอบกรณุลายที่เป็นสวลลายเอกลักษณ์ของชุมชนวิวัลยจึงได้เป็นชุดที่นำมาใช้สว่าง และเป็นมงคลแก่ผู้ครอบครอง

ข้อมูลผลิตภัณฑ์: โคมไฟคุณลายล้านนา เป็นเครื่องใช้ที่ออกแบบเฉพาะ ให้แสงสว่างที่อบอุ่นและปลอดภัยของตัวโคมไฟคุณลายโดยเลือกใช้เครื่องเงิน ชุมชนวิวัลย (ตัวไฟ) ที่ทำจากโลหะ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 30 ซม. ขนาดความสูง 30 ซม. ใช้กระดาษสาและกระดาษสาเคลือบด้วยสีน้ำเงินใช้ทำ ความสะอาด
ขนาด: 1,990 บาท ขนาดใหญ่ 2,490 บาท

Contract Me
ผู้ผลิต: วิวัลยถึงชุมชนวิวัลย
เบอร์ติดต่อ: 087-5749664 คุณบุญกัญญา เพื่องมน (อมง)
Id line: @ivw8253c

กระเป๋าถอยเต่า

ข้อมูลผลิตภัณฑ์: (ชุดการถักถอย ๗๓๓) สวมใส่สบายและทนทาน สวมใส่สบายและทนทาน
ขนาด: 30 ซม.
กรกฎเสถียรภาพ: สามารถถักได้
ราคา: ๕๙๐ บาท/ชุด

Contract Me
ผู้ผลิต: กลุ่มทอผ้าเล่าแก้ว
เบอร์ติดต่อ: 089-2654074 คุณจินตริศา ภูมิดี (กุ้ม)
Id line: 089 265 4074

โคมไฟคุณลายล้านนา ขนาดใหญ่

ข้อมูลผลิตภัณฑ์: ผลิตและประกอบที่ชุมชนวิวัลย-จังหวัดเชียงใหม่
คุณลาย สี่วันเดือนขึ้นกับขึ้นเดือนใหม่ คือใช้ประกอบองค์พระ หรือเป็นเครื่องสักการะพระพุทธรูป

ขนาด: 20x45 ซม.
กรกฎเสถียรภาพ: ใช้กระดาษสาและกระดาษสาเคลือบด้วยสีน้ำเงินใช้ทำ ความสะอาด
ราคา: 8,990 บาท/ชุด

Contract Me
ผู้ผลิต: วิวัลยถึงชุมชนวิวัลย
เบอร์ติดต่อ: 081-9516711 คุณสมิตี บุญเสน (ฮารานต์สมิตี)
Id line: @yyp58956

กระเป๋าถอยเต่า

ข้อมูลผลิตภัณฑ์: กระเป๋าถอยเต่าที่ทำด้วยผ้าฝ้ายทอแบบถอยเต่าที่ผลิตขึ้นใน ชุมชนหรือที่ชุมชนวิวัลย
ขนาด: 30 x 40 ซม. (เต็มรูป) (ไม่มีรวมสาย)
กรกฎเสถียรภาพ: ผลิตจากเครื่องทอสีในชุมชนวิวัลย
ราคา: 290 บาท

รูปที่ 2-18 โบรชัวร์นำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN (ต่อ)



รูปที่ 2-19 ห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN

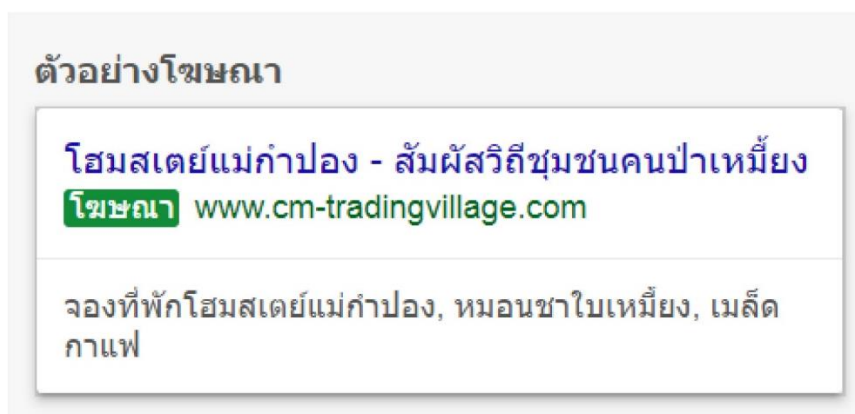
2.4.7 การประชาสัมพันธ์

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปอง) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

โดยหลักการทำ Search Engine (www.google.com) คือ ทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับหน้าแรกๆ ในการค้นหาด้วย Search Engine อย่าง Google หรือที่เรียกว่า การทำ SEO (SEO เป็นคำย่อของ Search Engine Optimization) การค้นหาเรื่องใดๆ ที่ผู้ชมเว็บต้องการทราบ ทำได้โดยพิมพ์คำที่ต้องการค้นหาลงในช่องค้นหา เช่น โฮสต์ราคาถูก เป็นต้น แล้วกด ค้นหา Google ก็จะทำการค้นหาในฐานข้อมูลตนเอง แล้วนำเอาเว็บไซต์ที่มีค่า PR สูง และเว็บไซต์ที่มี Keyword ที่ตรงกับคำค้นหามากที่สุดมาแสดง โดยผลที่แสดงหน้าแรก (อันดับ1-10) และไม่เกินหน้าที่สอง (หรืออันดับ 11-20) จะได้รับการเข้าเยี่ยมชมบ่อยครั้งมากที่สุด ยิ่งอันดับสูงเท่าไรอัตราการคลิกก็สูงเท่านั้น ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นตามมาอย่างรวดเร็ว

สำหรับการทำ Search Engine (www.google.com) ของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปองมีการเลือกใช้คำสำคัญหรือ Keyword ดังนี้ 1.โฮมสเตย์ 2.แม่กำปอง 3.หมอนใบชา 4.เมล็ดกาแฟ



รูปที่ 2-20 การโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

คีย์เวิร์ด	ความนิยมของการค้นหา	
โฮมสเตย์		12100
แม่กำปอง		27100
หมอนใบชา		260
เมล็ดกาแฟ		4400

รูปที่ 2-21 การกำหนดคำสำคัญบน Search Engine (www.google.com)

1. Decide how much to spend

Your budget Specify how much, on average, you'd like to spend per day. You're charged only when someone clicks your ad.

THB per day

You can always change the amount. The currency type (THB) will be set for your entire account and can't be changed.

Daily potential reach
Search Network only

47+ clicks
1K+ impressions

รูปที่ 2-22 การกำหนดค่าใช้จ่ายบน Search Engine (www.google.com)

2.5 การประเมินผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 แล้วนั้น ทีมที่ปรึกษาได้มีการประชุมหารือกันในการสรุปประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม พร้อมทั้งสรุปปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ที่พบหรือที่เกิดขึ้นในระหว่างดำเนินการโครงการ เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนงานในการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ในอนาคตต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.5.1 การประเมินผลการดำเนินงาน

1) การให้คำปรึกษาแนะนำ

การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนแม่กำปองในด้านต่างๆ ในด้านบริหารจัดการ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้การพัฒนายกระดับความสามารถของชุมชนและทำให้ชุมชนประสบความสำเร็จนั้น คือการที่ชุมชนแม่กำปองมีจุดแข็งคือผู้นำกลุ่ม กลุ่มที่ผู้นำมีความรับผิดชอบ มีความรู้ในขบวนการผลิตสินค้าของตนเป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น มีความโปร่งใสในการดำเนินการ สมาชิกให้การยอมรับ ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่ม

ได้อย่างรวดเร็ว และรู้จักช่องทางการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยราชการ จะเป็นกลุ่มชุมชนที่ประสบผลสำเร็จ ในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม

การดำเนินการวิจัยของทีมที่ปรึกษาจึงได้ดำเนินการพัฒนาการวิจัยแบบมีส่วนร่วมและมีการจัดตั้งกลุ่ม การบริหารจัดการที่มีศักยภาพ มีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจนทำให้ง่ายต่อการมอบหมายงานเป็นลำดับขั้น มี กฎระเบียบของกลุ่ม และมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนคือกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์และ หน่วยงานที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่งผลให้ชาวบ้านมีความมั่นใจ และมีความเข้มแข็งมากขึ้นใน การรองรับการเปลี่ยนแปลงที่ทีมวิจัยได้เข้าไปช่วยเป็นที่เล็งที่ปรึกษาในการพัฒนาการบริหารจัดการร้านค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการค้าขายภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชนตนเองต่อไป โดยได้ให้คำแนะนำผ่านคณะ กรรมการบริหารร้านค้าชุมชน ในด้านการจัดวางรูปแบบสินค้า การตกแต่งภายใน การบริหารจัดการและการ นำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองให้แก่ร้านค้าชุมชน

2) การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

ในด้านการออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม โดยกรรมการที่จัดตั้งขึ้น เป็นผู้ดำเนินการจัดประชุมและจัดทำประชาพิจารณ์ในการหาสัญลักษณ์ที่เพื่อจัดทำเครื่องหมายการค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง กาแฟดอยแม่กำปอง และนำสรุปผลการทำประชาพิจารณ์ พร้อมการจัดทำ ต้นแบบเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านแม่กำปองโดยชุมชนมีส่วนร่วมพร้อมเสนอการพัฒนาข้อ กำหนดการใช้เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง โดยได้ดำเนินการยื่นจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง ของหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ โดยชุมชนมีส่วนร่วมดำเนินการแล้วนั้น

พบว่า การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีศักยภาพดีนั้น จะผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มี การใช้วัตถุดิบและแรงงานภายในท้องถิ่น สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ต่อเนื่องและตรงตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มี การจัดการที่คำนึงถึงผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ในด้านการเงินพบว่าธุรกิจที่มีศักยภาพดีนั้น จะมีการร่วมลงทุนกัน ของสมาชิก มีการจัดทำบัญชี มีการจัดสรรเงินปันผลให้แก่สมาชิก ในด้านการตลาดพบว่าธุรกิจที่มีศักยภาพดี นั้น จะเป็นกลุ่มที่มีการตลาดอย่างกว้างขวาง ทราบลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในสินค้าของตนเป็นอย่างดี มีการ ประชาสัมพันธ์สินค้าในหลายรูปแบบมีการจัดตั้งเป็นกลุ่มชุมชน ทำให้สามารถพัฒนาการทำมาค้าขายของ ชุมชนได้ดีมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ จากการติดตามผลการดำเนินการยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอย แม่กำปอง ของหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งดำเนินการโดยกรม ทรัพย์สินทางปัญญานั้นได้รับการแจ้งว่า ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนของพนักงานเจ้าหน้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา ในกระบวนการตรวจสอบและพิจารณาสั่งการค่าขอจดทะเบียน โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาจะใช้ระยะเวลา ดำเนินการตรวจสอบ 6 เดือน และพิจารณา 6 เดือน รวมเป็น 12 เดือน เมื่อครบกำหนดตามขั้นตอนแล้วกรม ทรัพย์สินทางปัญญา จะเป็นผู้ดำเนินการจัดส่งหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า

เครื่องหมาย เครื่องหมายบริการออกให้แก่ชุมชนบ้านแม่กำปอง มายังหมู่บ้านแม่กำปองหรือผู้จดทะเบียนทราบเป็นลายลักษณ์อักษรต่อไป ซึ่งจะเป็นการจัดส่งทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่ได้ระบุไว้ในหลักฐานการยื่นจดทะเบียนฯ

3) การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ดำเนินการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กาแฟแม่กำปอง รูปแบบใหม่ที่ได้ดำเนินการพัฒนาโดยคณะทำงานวิจัย ได้ดำเนินการการออกแบบโดยให้ความสำคัญของสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าด้วยคุณประโยชน์ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ถุงฟอยล์ซิปปแบบตั้ง ที่นิยมใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์อบแห้ง อย่างเช่น ชา กาแฟ เมล็ดธัญพืช ขนม ไปจนถึงใช้ในการบรรจุของเหลวต่างๆ โดยถุงชนิดนี้มีข้อดี คือ สามารถวางตั้งเพื่อแสดงสินค้าได้อย่างโดดเด่น และง่ายต่อการจัดวางบนชั้นวางสินค้า ประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บมากกว่าบรรจุภัณฑ์แบบกล่องหรือกระป๋อง สามารถพิมพ์สีสีลงไปบนเนื้อฟอยล์เพื่อสร้างความโดดเด่นและแสดงรายละเอียดของสินค้า โดยถุงฟอยล์ยังมีเฟรชเนสวาล์ว (Freshness Valve) ซึ่งเป็นระบบที่ทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้โดยการดมกลิ่นหอมของกาแฟได้จากถุงก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ และช่วยเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการช่วยป้องกันอากาศจากภายนอก ที่จะเข้าไปทำปฏิกิริยากับน้ำมันในเมล็ดกาแฟคั่ว แล้วก่อให้เกิดกลิ่นหืนได้ และจะช่วยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงความสดและรักษากลิ่นหอมและรสชาติของกาแฟได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีการตรวจสอบเอกสารการรับรองการผลิตบรรจุภัณฑ์จากโรงงานที่มีมาตรฐานรับรอง ทำให้สามารถเชื่อมั่นในมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในได้มากยิ่งขึ้น

ผลการดำเนินการจากรายงานการพัฒนาที่ผ่านมาโดยทีมวิจัยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์กาแฟดอยแม่กำปองที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานสากลและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ กาแฟแม่กำปอง เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และช่วยสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชน รวมถึงทีมวิจัยได้จัดทำและสั่งผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นต้นแบบให้แก่ชุมชนในเบื้องต้นพร้อมสติ๊กเกอร์โลโก้ผลิตภัณฑ์ เพื่อมอบให้แก่ชุมชนได้นำไปใช้เป็นต้นแบบและต้นทุนในการยกระดับผลิตภัณฑ์และการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนแม่กำปองต่อไปอีกด้วย นอกจากนี้ ที่ประชุมคณะกรรมการหมู่บ้านมีมติเห็นพ้องต้องกันในการกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนสินค้าและบริการชุมชนที่มีสิทธิได้รับอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ จะได้รับการผลักดันให้เป็นผลิตภัณฑ์ “Champion Product” ของชุมชนบ้านแม่กำปอง ซึ่งคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปองจะเป็นผู้คัดเลือกโดยผลิตภัณฑ์ที่มีสิทธิได้รับการคัดเลือกในครั้งที่ 1 ปี 2561 นี้ได้แก่ 1.กาแฟและเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์ 2. ชา 3.หมอนใบชาเหมี้ยง 4.สบู่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากแหล่งวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นชุมชนบ้านแม่กำปอง เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการของชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ และเป็นเครื่องมือสื่อประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในชุมชน เกิดความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของตนเองให้เป็นที่ประจักษ์ต่อผู้บริโภคต่อไป

ผลความคืบหน้าการพัฒนาโดยโครงการวิจัยในปีที่ 2 นี้ คณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง ซึ่งผ่านการแต่งตั้งจากคนในชุมชนเพื่อเป็นตัวแทนของคนในหมู่บ้าน ได้ดำเนินการ

คัดเลือกผลิตภัณฑ์ “Champion Product” ของชุมชนบ้านแม่กำปอง ตามหลักเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ในระเบียบชุมชนแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์และบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” พ.ศ. 2561 (ฉบับที่ 1) โดยการพิจารณาผ่านที่ประชุมได้คัดเลือก กาแฟ “DOI MAEKAMPONG” หรือ กาแฟ “ดอยแม่กำปอง” ที่ได้พัฒนาขึ้นในโครงการฯ เป็นผลิตภัณฑ์ Champion Product ต้นแบบของชุมชน

ผลที่ได้จากการพิจารณาร่วมกันและได้มีความเห็นตรงกันว่ากาแฟ “DOI MAEKAMPONG” หรือ กาแฟ “ดอยแม่กำปอง” ของชุมชนนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงในเชิงพาณิชย์ สามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจได้และเป็นผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่จะส่งเสริมเพื่อสร้างรายได้ และช่วยเหลือเศรษฐกิจของชุมชนบ้านแม่กำปองได้ต่อไปทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยชุมชน นำทีมโดยคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง จะได้มีการนำแนวทางและหลักการที่ได้รับจากที่มนักวิจัยในโครงการไปถ่ายทอดและผลักดัน พัฒนาการค้าขายให้กับชุมชนของตนเองได้ต่อไป

4) การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ

ดำเนินการร่วมกับคณะกรรมการตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง โดยการมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการบริหารร้านค้าชุมชน ได้ดำเนินการติดต่อประสานงานกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ ศาลากลาง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อขอทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องและคำแนะนำเบื้องต้นในการขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน กาแฟดอยแม่กำปอง โดยได้คำแนะนำและความรู้ที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำมาดำเนินการถอดองค์ความรู้และถ่ายทอดให้คำปรึกษาแก่ชุมชนแม่กำปอง

จากนั้นจึงดำเนินการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแม่กำปอง “Doi Maekampong” ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ในวันที่ 17 กันยายน 2561 ณ สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลที่ได้ทำให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและสิทธิที่จะได้รับ และถ่ายทอดความรู้สู่รุ่นต่อไปได้ เป็นการยกระดับมาตรฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีข้อกำหนดหลักเกณฑ์ที่องค์กรชุมชนทุกคนยอมรับและถือปฏิบัติร่วมกัน อีกทั้งเป็นการขยายเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขายชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ สร้างโอกาสให้กับชุมชนต่อไป

5) การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ร่วมจัดบูทแสดงสินค้า/บริการ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านแม่กำปอง ในงาน Unseen Lanna 2018 ภายใต้ธีมงาน “เยือนถิ่นล้านนาศิลปะคุณค่าภูมิปัญญาไทย” ระหว่างวันที่ 7 - 16 กันยายน 2561 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิม

พระเกียรติ 7 รอบพระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประชาสัมพันธ์ ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองให้แก่นักท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน เกิดการพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับกลุ่ม โดยการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปนำเสนอในงานแสดงสินค้า เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อสำรวจความต้องการของตลาด ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อให้ชุมชนและทีมวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณค่าผลิตภัณฑ์ ยกระดับการค้าขาย ส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับชุมชนแม่กำปองต่อไปด้วยตนเองได้ และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และมีกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีน ทำให้ห้าง ONE NIMMAN เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญจุดหนึ่งของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการซื้อของฝากของที่ระลึกของจังหวัดเชียงใหม่ โดยฝากจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟแก้วเม็ดและกาแฟแก้วบรรจุถุงพอยล์ ราคาถุงละ 250 บาท

6) การประชาสัมพันธ์

ดำเนินการทำ Search Engine (www.google.com) เพื่อทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับหน้าแรกๆ โดยการค้นหาด้วย Search Engine อย่าง Google หรือที่เรียกว่า การทำ SEO (SEO เป็นคำย่อของ Search Engine Optimization) การค้นหาเรื่องใดๆ ที่ผู้ชมเว็บต้องการทราบ ทำได้โดยพิมพ์คำที่ต้องการค้นหาลงในช่องค้นหา เช่น โยสดีราคาถูก เป็นต้น แล้วกด ค้นหา Google ก็จะทำการค้นหาในฐานข้อมูลตนเอง แล้วนำเอาเว็บไซต์ที่มีค่า PR สูง และเว็บไซต์ที่มี Keyword ที่ตรงกับคำค้นหามากที่สุดมาแสดง โดยผลที่แสดงหน้าแรก (อันดับ1-10) และไม่เกินหน้าที่สอง (หรืออันดับ 11-20) จะได้รับการเข้าเยี่ยมชมบ่อยครั้งมากที่สุด ยิ่งอันดับสูงเท่าไรอัตราการคลิกก็สูงเท่านั้น ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นตามมาอย่างรวดเร็ว

สำหรับการทำ Search Engine (www.google.com) ของกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่กำปองมีการเลือกใช้คำสำคัญหรือ Keyword ดังนี้ 1.โฮมสเตย์ 2.แม่กำปอง 3.หมอนใบชา 4.เมล็ดกาแฟ

7) รายได้

จากการดำเนินการโครงการ ทีมที่ปรึกษาได้ทำการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กาแฟแม่กำปองรูปแบบใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน และมีการเชื่อมโยงเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อเป็นการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนแม่กำปองให้แก่นักท่องเที่ยวโดย เกิดการพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปนำเสนอในงานแสดงสินค้า ทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และการพัฒนาด้านการบริหารจัดการร้านค้าชุมชนจากการสำรวจความต้องการของตลาด ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างเห็นได้ชัด โดยสรุปยอดขายเปรียบเทียบย้อนหลัง 5 ปี ตั้งแต่ปี 2557 – 2561 ซึ่งชุมชนได้มีการดำเนินการจัดทำบัญชีรายได้ธุรกิจของชุมชนทั้งหมดผ่านระบบสหกรณ์ (สหกรณ์ไฟฟ้าโครงการหลวงแม่กำปอง จำกัด) จึงได้ชี้แจงรายละเอียดผล

ประกอบการ ตามรายงานประจำปี โดยประมาณการจากรายได้ในการดำเนินธุรกิจส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการจำหน่ายสินค้าในร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นรายได้หลักของชุมชนบ้านแม่กำปองในภาพรวมผลประกอบการของชุมชน แสดงในตารางที่ 2-11

ตารางที่ 2-11 เปรียบเทียบรายได้ของชุมชนบ้านแม่กำปอง ต.ห้วยแก้ว อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่

	รายได้ของชุมชน (บาท)				
	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
รวม	3,920,445.00	5,135,020.00	5,255,039.00	6,590,411.00	7,500,000.00

จากตารางที่ 2-11 ปี 2560 แม่กำปองมีรายได้จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งสิ้นจำนวน 6,590,411.00 บาท มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2559 จำนวน 1,335,372.00 บาท โดยมียอดประมาณรายได้ปี 2561 (ในช่วงระหว่างเดือน มกราคม - กันยายน 2561) มีรายได้จากผลประกอบการรวมไม่น้อยกว่า 7,500,000.00 บาท โดยมีตัวเลขคาดการณ์แนวโน้มรายได้ของชุมชนในช่วงไตรมาสสุดท้าย ในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม - ธันวาคม 2561 ซึ่งเป็นช่วง High Season หรือฤดูท่องเที่ยวของชุมชนบ้านแม่กำปอง จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในร้านค้าผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน วัฒนธรรม คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นในภาพรวมของผลประกอบการตลอดทั้งปี 2561 (เดือน มกราคม - ธันวาคม 2561) ไม่น้อยกว่า 10,000,000.00 บาท

2.5.2 ปัญหาและอุปสรรค

ภายใต้การดำเนินงานที่มีระยะเวลาค่อนข้างจำกัดเพียง 6 เดือน ระหว่างการดำเนินการวิจัย คณะทำงานจึงมีความตั้งใจในการสร้างประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ให้เกิดขึ้นกับชุมชนอย่างมีผลสัมฤทธิ์ที่สูงสุดอย่างมีศักยภาพ ด้วยการเล็งเห็นถึงความตั้งใจปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถของทีมวิจัย คณะทำงานวิจัยจึงได้รับการตอบรับความร่วมมือและการมอบการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากคนในชุมชนและเครือข่ายภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ รวมถึง เครือข่ายชุมชนในพื้นที่อื่นอย่างเข้มแข็งในทุกด้าน ทั้งด้านแรงงาน ทุนทรัพยากร และงบประมาณ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์และผลผลิตที่ดีที่สุด หากแต่ผลการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในผลลัพธ์และผลผลิตที่ดีที่สุดนั้น ต้องอาศัยระยะเวลาและงบประมาณ เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเพื่อให้การพัฒนา “หมู่บ้านท่ามาค้าขายหมู่บ้านแม่กำปอง” ในอนาคตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การดำเนินการวิจัยของทีมวิจัยที่ปรึกษาชุมชนบ้านแม่กำปองจึงเน้นกระบวนการขับเคลื่อนด้วยการมีส่วนร่วมกับชุมชน มีการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่มบริหารร้านค้าชุมชนบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีโครงสร้างชัดเจน จะเป็นการประสานการสร้างสมดุลของการพัฒนาในทุกมิติ คือ สังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ยึดคนในพื้นที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เน้นที่การพึ่งตนเอง การมีภูมิคุ้มกัน และการสร้างสมดุลของการพัฒนา

ให้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการนำทุนที่มีอยู่แล้วในสังคมไทยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเสริมสร้างทุนเหล่านั้นให้แข็งแรง ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และสังคม รวมถึงระดับประเทศ ซึ่งคนในชุมชนนั้นถือเป็นเรื่องกลไกสำคัญแกนหลักของการวิจัย โดยการดำเนินงานกิจกรรมดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้วิจัย ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน รวมถึงการประสานงานเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ ที่จำเป็นต้องเกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักวิจัย ชุมชน และ แหล่งทุน แต่จากผลการวิจัยพบว่าด้วยชาวบ้านในพื้นที่ส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยมีเวลามากนัก ด้วยมีกิจการของตนเอง การดำเนินกระบวนการวิจัยจึงต้องเป็นไปอย่างกระชับและนำมาพิจารณาออกแบบร่วมกันเพราะยิ่งกระบวนการใช้ระยะเวลายาวมากเท่าใด การมีส่วนร่วมของชาวบ้านก็จะลดลงไปตามส่วนเท่านั้น อีกทั้งบรรยากาศของการดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ทั้งการประชุมกลุ่มการสร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นเรื่องสำคัญในการสร้างความเป็นกันเอง และความสบายใจ ไม่สร้างความอึดอัดให้กับชาวบ้านผู้เข้าร่วมในการวิจัยและพัฒนา ซึ่งจะส่งผลเชิงบวกในการถ่ายทอดปัญหาเชิงพื้นที่ ให้ทีมผู้พัฒนาทุกฝ่ายได้ทราบถึงปัญหาและข้อเท็จจริงในประเด็นต่างๆ ที่ผ่านมา อีกประการหนึ่งผลการวิจัยยังพบอีกว่าการขาดความชัดเจนในประเด็นที่ต้องการนำเสนอเพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหา รวมทั้งการขาดความต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมวิจัยของชาวบ้านและผู้นำชุมชนที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมชาวบ้านส่วนใหญ่ในแบบว่ายังไม่ก้าวตามกัน ซึ่งอาจส่งผลให้การพัฒนาขาดความเป็นกลางหรือการตัดสินใจของชาวบ้านมีแนวโน้มตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ รวมถึงการดำเนินกิจกรรม/โครงการพัฒนาต่างๆ ที่เข้ามาในชุมชนในระยะยาว

ในด้านการตลาดรูปแบบการตลาดเชิงรุกถือว่าเป็นรูปแบบการตลาดที่กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าและร้านค้าชุมชนยังทำได้ไม่ดีพอ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการดังกล่าว คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตาม Trend ของตลาด คุณภาพ/ความละเอียดประณีตของผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สอดคล้องกับราคา การจำหน่าย และการไม่ทราบข้อมูลข่าวสารความต้องการของลูกค้า ถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการทำตลาดเชิงรุก ซึ่งจะเป็นรูปแบบที่จะนำมาซึ่งความยั่งยืนของกลุ่มสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.5.3 ข้อเสนอแนะ

แนวทางการจะสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชนบ้านแม่กำปองในอนาคตและระยะต่อไปนั้น ควรดำเนินการดังนี้

1. ควรจะมีโครงการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มในระยะต่อไป เช่น การฝึกอบรมพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายโดยทั่วไปโดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ อันจะนำมาซึ่งการเป็นที่ต้องการของตลาดซึ่งจะส่งผลต่อรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีและยั่งยืนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. ควรจะมีโครงการสร้าง “ผู้นำคนรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ” โดยการส่งเสริมการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้นำกลุ่ม ให้เป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มีภาวะการเป็นผู้นำ รู้จักช่องทางต่างๆ ในการสร้างความสัมพันธ์

มีความโปร่งใสในการดำเนินการ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน การค้นคว้าพัฒนาความคิดตลอดเวลาและทันต่อเหตุการณ์ในกระแสยุคโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนไป

3. ส่งเสริมการศึกษาวิจัยในเชิงปฏิบัติการ ที่กลุ่มชุมชนมีส่วนร่วมในการวิจัย ร่วมลงทุน และเรียนรู้ร่วมกันกับทีมนักวิจัยและผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนทั้งในและนอกพื้นที่ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาด การปรับเปลี่ยนแนวคิด การเข้าถึงแหล่งข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปรผลข้อมูล และการสรุปผล เป็นการสอนและให้ประสบการณ์แก่กลุ่มในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

4. ควรสร้างแหล่งหรือสื่อกลางในการนำผลิตภัณฑ์จากกลุ่มไปนำเสนอให้ลูกค้า เช่น การเสนอขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ การจัดทำแคตตาล็อก ตามช่วงเวลาอย่างสม่ำเสมอเพื่อรวบรวมสินค้า ภาพผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และข้อมูลศักยภาพของกลุ่มส่งให้ ผู้ค้าระหว่างประเทศ รวมถึงจัดงานแสดงผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ต่างๆ ในช่วงระยะเวลาและสถานการณ์ที่เหมาะสม

2.6 ภาคผนวก

- แบบฟอร์มร่วมแสดงความคิดเห็นสาธารณะโดยวิธีประชาพิจารณ์ ร่างระเบียบชุมชนแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG”
- ระเบียบชุมชนแม่กำปอง ว่าด้วยเรื่องการใช้ตราสัญลักษณ์และบริการชุมชนบ้านแม่กำปอง “DOI MAEKAMPONG” พ.ศ. 2561 (ฉบับที่ 1)
- คำขอจดทะเบียนการค้า “DOI MAEKAMPONG”

บทที่ 3

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ):

ชุมชนวัวลาย

ที่ปรึกษาโครงการได้ดำเนินการจัดประชุมชี้แจงแผนงาน การอบรมให้ความรู้/การศึกษาดูงาน การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ และอยู่ระหว่างการดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย ทั้งนี้ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนวัวลาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ที่ปรึกษาได้มีการประชุมร่วมกับผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชนของวัดหมื่นสาร ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่เป็นเป้าหมายในการพัฒนาครั้งนี้ การประชุมชี้แจงและวางแผนร่วมกับชุมชน จึงเป็นเครื่องมือที่จะสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของการดำเนินโครงการ และเพื่อวางแนวทางการพัฒนาวัดหมื่นสารอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดไว้ โดยมีผลการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชน ดังนี้

3.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ชุมชนวัวลาย

ในการดำเนินงานต่อยอดปีที่ 2 ให้กับชุมชนวัวลาย เป็นการต่อยอดโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย ต้นแบบ (ภาคเหนือ) เมื่อปีงบประมาณ 2560 โดยในปีงบประมาณ 2561 ได้มีวัตถุประสงค์หลักของโครงการ เพื่อให้มีการต่อยอดทางการตลาด และส่งเสริมให้ชุมชนมีผู้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนกิจกรรมทำมาค้าขายต่างๆ ของชุมชนอย่างชัดเจน ตลอดจนพัฒนาให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยโครงการในปีงบประมาณปัจจุบันได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านทำมาค้าขายต้นแบบ ดังนี้

- (1) การอบรม/ให้ความรู้แก่ตัวแทนของชุมชนเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจออนไลน์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- (2) การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน
- (3) การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยม ให้ได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่อง
- (4) การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัย สวยงามและมีเอกลักษณ์ของชุมชนวัวลาย
- (5) การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการทำมาค้าขายของชุมชน เช่น หน่วยงานภาครัฐ
- (6) การเชื่อมโยงและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เช่นการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com) เป็นต้น

Business Model Canvas ถูกออกแบบสำหรับการดำเนินงานต่อยอดจากโครงการในปีที่ 1 ซึ่ง Business Model Canvas นี้ แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาชุมชนวัวลายให้กลายเป็นหมู่บ้านท่ามาค้าขายที่มีประสิทธิผล ทั้งในด้านการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะส่งเสริมให้ชุมชนวัวลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวตลอดจนบุคคลทั่วไป โดยแสดงรายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจเปรียบเทียบในปี 2560 และ 2561 ในตารางที่ 3-1 และ 3-2 ตามลำดับ

ตารางที่ 3-1 รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย ปี 2560

<p>(8) พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ - ร้านค้าของชุมชน - หน่วยงานรัฐและองค์กรทั่วไป - ร้านฝากจำหน่ายของที่ระลึก - ร้านค้าเชื่อมโยง 	<p>(7) กิจกรรมหลักๆ ที่ต้องทำ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การผลิต การสาธิตวิธีการผลิต การสอนวิธีการผลิต - การจำหน่ายสินค้า การบริการการท่องเที่ยว การให้ความรู้เชิงอนุรักษ์ - วัฒนธรรม - การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการลูกค้า - การปรับปรุงภูมิทัศน์ 	<p>(2) คุณค่านำเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของชุมชน - ประยุกต์ใช้ความสวยงาม เป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน - ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชุมชน 	<p>(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - รับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินแท้จากชุมชน - ส่งเสริมการสาธิตการผลิตจริง - เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ของคุณชุมชน 	<p>(1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าทั่วไป - นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ - หน่วยงานและองค์กรทั่วไป - ร้านค้าชุมชน - ลูกค้าที่ต้องการงานเฉพาะ (สั่งทำ)
<p>(6) ทรัพยากรหลักๆ ที่ต้องมี</p> <ul style="list-style-type: none"> - ช่างฝีมือในการผลิต - สถานที่ในการจำหน่าย - การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ - ส่งเสริมผลิตภัณฑ์แทนเครื่องเงินที่ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชน 	<p>(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านค้าชุมชนและตัวแทนจำหน่าย - งานแสดงสินค้า - สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์และ Application - ส่งเสริมการทำ DIY 	<p>(5) แหล่งที่มาของรายได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนจากการจำหน่ายหน้าร้านและงานแสดงสินค้า การลงทะเบียนฝึกการผลิต การบริการการท่องเที่ยว - กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน 		
<p>(9) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนวัตถุดิบและอุปกรณ์ในการผลิต ต้นทุนแรงงานในการเดินทางจัดแสดงสินค้าและการขนส่ง - ต้นทุนผลิตภัณฑ์ใหม่ 				

ตารางที่ 3-2 รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวัลลาย ปี 2561

<p>(8) พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ หน่วยงานสนับสนุน อาทิ <ul style="list-style-type: none"> 1.โครงการส่งเสริมศิลปะชีพ 2.สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ 3.โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 	<p>(7) กิจกรรมหลักๆ ที่ต้องทำ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ อบรมให้ความรู้ในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ■ การตลาด เช่น การคิดต้นทุน การตั้งราคาขาย และการเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ๆ ■ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ■ การพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ■ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเข้ากับกรจำหน่ายสินค้า หรือการทำงาน DIY ■ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ✓ SearchEngine(google.com) ✓ Line @ 	<p>(2) คุณค่าที่นำเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ได้ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่แสดงเอกลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจน ■ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ■ มีโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยอยู่ระหว่างการจัดตั้งคณะกรรมการคณะกรรมการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (วัดหมื่นสาร) 	<p>(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ รักษาช่องทางทางการจัดจำหน่ายเดิม อาทิ ศูนย์จำหน่ายหนังสือ มช. ทุกสาขา ■ การสำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการจริงๆ เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ■ การนำสินค้าไปหมุนเวียน 	<p>(1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้าทั่วไป <ul style="list-style-type: none"> ✓ ชาย/หญิง อายุ 30-50 ปี ✓ สนใจการตกแต่งบ้าน - นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ <ul style="list-style-type: none"> ✓ กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน - หน่วยงานและองค์กรทั่วไป <ul style="list-style-type: none"> ✓ หน่วยงานใน มช. - ลูกค้าที่ต้องการชิ้นงาน (สั่งทำ) <ul style="list-style-type: none"> ✓ กลุ่มลูกค้าที่ตกแต่งบ้าน รายได้ระหว่าง 35,000 ถึง 150,000 บาท
<p>(9) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ต้นทุนการผลิต ทั้งวัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง ต้นทุนการนำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าและการขนส่งเพื่อจำหน่าย ■ สัดส่วน ร้อยละ ของต้นทุน ที่ชุมชนวัลลายประเมินไว้ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ○ ต้นทุนคงที่ (Fixed costing) ร้อยละ 20 ○ ต้นทุนแปรผัน (Variable costing) ร้อยละ 80 	<p>(6) ทรัพยากรหลักๆ ที่ต้องมี</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ เงินทุนและบุคลากรในการพัฒนาสินค้า ■ ผู้ช่วยออกแบบและถ่ายทอดเทคนิคการผลิต ■ จัดตั้งคณะกรรมการคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย(วัดหมื่นสาร) เพื่อให้ชุมชนพัฒนาและดำเนินธุรกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน 	<p>(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ขยายผ่านงานแสดงสินค้า อาทิ งานไทยกราฟท์, ศูนย์จำหน่ายในชุมชน ■ เว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นและทำสื่อออนไลน์ <ul style="list-style-type: none"> ✓ Search Engine (www.google.com) ✓ Line @ 	<p>(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ยอดขายสินค้าทั้ง Online และ Offline (80%) ■ ยอดการทำสินค้า DIY ของชุมชนและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชนวัลลาย (20%) 	

หมายเหตุ: ตัวอักษรสีแดง เป็นกิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานธุรกิจต่อไป

ตารางที่ 3-3 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัลลาย ปี 2560

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนวัลลาย
(1) ลูกค้า (Customer Segments)	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ต้องการนำไปเป็นของใช้ส่วนตัว ของตกแต่ง รวมไปถึงใช้เป็นของฝากและของที่ระลึกทั่วไป - กลุ่มลูกค้าที่ต้องการชิ้นงานสั่งทำเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม หรือเฉพาะราย
(2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์การประยุกต์การจัดทำผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มรูปแบบและมูลค่าสินค้าและบริการที่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน อีกทั้งยังนำเสนอความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ได้แก่ การดุนลายโลหะโลโก้และสัญลักษณ์ขององค์กร การดุนลายโลหะภาพเหมือนของลูกค้าเฉพาะราย
(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	<ul style="list-style-type: none"> - การให้บริการลูกค้าโดยช่างฝีมือภายในชุมชน รวมถึงการนำเสนอการสาธิตการผลิตจริงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน
(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Channels)	<ul style="list-style-type: none"> - จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านค้าในชุมชนเพื่อใช้รูปแบบการท่องเที่ยวและถนนคนเดินในพื้นที่ในการสร้างยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์ - ออกงานแสดงสินค้าเพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าในพื้นที่ชุมชน รวมทั้งสร้างการรับรู้ถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชน
(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรายละเอียดที่บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและประยุกต์ให้เหมาะสมในการนำไปใช้ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความสนใจ การสื่อสารข้อมูลระหว่างลูกค้าด้วยกันเอง และเกิดรายได้จากการซื้อสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
(6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมในการเพิ่มรายได้ให้กับช่างฝีมือรวมไปถึงร้านค้าในชุมชน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเงินและเครื่องเงิน เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักในการสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชน - ผสานรูปแบบการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์การดำเนินงานผ่านกิจกรรมถนนคนเดินที่จัดขึ้นในบริเวณของชุมชน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีนักท่องเที่ยวเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้ให้กับชุมชน

ตารางที่ 3-3 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัวลาย ปี 2560 (ต่อ)

(7) กิจกรรมหลัก (Key Activities)	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมการดำเนินงานในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชน รูปแบบการสอนวิธีการผลิต ปรับปรุงภูมิทัศน์ในการดำเนินงาน จัดทำแผ่นป้ายแผ่นพับประชาสัมพันธ์ รวมทั้งจัดทำเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อประยุกต์ให้เกิดความทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น
(8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)	<ul style="list-style-type: none"> - ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนผ่านกิจกรรมถนนคนเดิน เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ - ดำเนินธุรกิจร่วมกับร้านค้าในชุมชนและร้านค้าของที่ระลึกทั่วไป โดยป้อนงานให้กับช่างฝีมือภายในชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้กับช่างฝีมือและร้านค้าภายในชุมชน - ประสานงานกับหน่วยงานรัฐบาลและองค์กรต่างๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการรับรู้และช่องทางในการพัฒนาการดำเนินงานให้กับชุมชน
(9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้ออกแบบขึ้น เพื่อใช้ในการกำหนดราคาจำหน่ายให้เหมาะสมกับต้นทุนที่ต้องใช้

ตารางที่ 3-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัวลาย ปี 2561

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนวัวลาย
(1) ลูกค้า (Customer Segments)	<p>การจำแนกกลุ่มลูกค้า ทางคณะผู้วิจัยเสนอว่าควรแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าชาวไทย ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มที่มีอยู่ในปัจจุบัน ลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่สำคัญภายในชุมชนวัวลาย เช่น อุโบสถเงิน วัดศรีสุพรรณ และวัดหมื่นสาร รวมทั้งถนนคนเดินวัวลายวันเสาร์ที่จัดประจำทุกสัปดาห์ โดยจากการสำรวจและวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสามารถแบ่งออกได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานและองค์กรทั่วไป <ul style="list-style-type: none"> ✓ หน่วยงานใน มช. - ลูกค้าทั่วไป <ul style="list-style-type: none"> ✓ ชาย/หญิง อายุ 30-50 ปี ✓ สนใจการตกแต่งบ้าน - นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ <ul style="list-style-type: none"> ✓ กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน - ลูกค้าที่ต้องการชิ้นงาน (สั่งทำ) <ul style="list-style-type: none"> ✓ กลุ่มลูกค้าที่ตกแต่งบ้าน รายได้ระหว่าง 35,000 ถึง 150,000 บาท
(2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	<p>สิ่งที่ทำให้สินค้าของทางกลุ่มเกิดคุณค่าขึ้นในมุมมองของผู้ซื้อ ซึ่งจุดเด่นของสินค้าของชุมชนวัวลาย คือ เป็นสินค้าที่สินค้ามีเรื่องราวที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าที่ลอกเลียนไม่ได้ เนื่องจากชุมชนวัวลายเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงในการผลิตเครื่องเงินที่เก่าแก่ดั้งเดิมและเป็นที่ยอมรับไปจากอดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนั้นยังมีการเริ่มจัดตั้งถนนคนเดินวัวลาย และสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเช่น อุโบสถเงินวัดศรีสุพรรณ และวัดหมื่นสาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากแหล่งต่างๆ ทำให้ปัจจุบันนี้ ชุมชนวัวลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญภายในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศและเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ หากต้องการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่</p> <p>โดยจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของสินค้าของชุมชนวัวลาย มีความโดดเด่นชัดเจนและมีความแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ ดังนี้</p>

ตารางที่ 3-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัวลาย ปี 2561 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนวัวลาย
(2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเครื่องเงินที่มีการดูแลเฉพาะ เช่น ลายแม่ย่อย ลีบสองราศี ลายสัตว์ป่าหิมพาน และลายดอกกระถิน ดอกทานตะวัน เป็นต้น - ชุมชนสามารถนำโลหะแทนเงินแท้ มาผลิตสินค้าให้เหมือนกับการผลิตด้วยเงิน 95% ได้อย่างประณีตและสวยงาม - เทคนิคการขึ้นรูปและการดูแลโลหะของชุมชนวัวลายมีลักษณะเป็นแบบ 3 มิติ ซึ่งแตกต่างจากชุมชนอื่นชัดเจน - ช่างทำเครื่องเงินจากวัวลายมีฝีมือการดูแล และความละเอียดในการดูแลโลหะแตกต่างจากช่างชุมชนอื่นๆ <p>ผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญของชุมชน คือ สลึงดูแลหรือขัน ซึ่งมีขั้นตอนการขึ้นรูปชิ้นงานที่ซับซ้อน ใช้เวลานาน จึงทำให้ชุมชนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้</p>
(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	<p>ทางชุมชนจะพยายามรักษาช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม อาทิ โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ และโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีการจัดงานจำหน่ายสินค้าเป็นประจำทุกปี ตลอดจนการพัฒนาในรูปแบบการตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำสื่อออนไลน์ อาทิ Search Engine (www.google.com) เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนวัวลายเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในปีงบประมาณ 2561 ยังมีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์อีกด้วย</p> <p>โดยหลักการทำ Search Engine (www.google.com) คือ การทำให้เว็บไซต์ติดอันดับอยู่ในลำดับต้นๆของผลการค้นหา ด้วยคีย์เวิร์ด (Keyword) หรือคำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของชุมชน โดยการค้นหาของ Search Engine ไม่ว่าจะเป็นหน้าแรก (อันดับ1-10) และไม่เกินหน้าที่สอง (หรืออันดับ 11-20) จะได้รับการเข้าชมชมบ่อยครั้งมากที่สุด ยิ่งอันดับสูงเท่าไรอัตราการคลิกก็สูงเท่านั้น ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นตามมาอย่างรวดเร็ว</p>

ตารางที่ 3-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัวลาย ปี 2561 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนวัวลาย
(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Channels)	กลยุทธ์ คือ การขายผ่านงานแสดงสินค้า การจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ www.cm-tradingvillage.com และ Application บนสมาร์ตโฟน รวมถึงการทำ Line@ บนสมาร์ตโฟน อีกทั้งในปีงบประมาณ 2561 ยังจะได้มีการส่งเสริมการทำสื่อออนไลน์ บน Search Engine (www.google.com) ด้วย ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าที่ค้นหา ด้วยคีย์เวิร์ด (Keyword) หรือคำที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของชุมชน บนเว็บไซต์ google.com ไม่ว่าจะเป็นหน้าแรก (อันดับ 1-10) และไม่เกินหน้าที่สอง (หรืออันดับ 11-20) จะได้รับการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์หลักของชุมชน และหน้าเว็บไซต์อื่นๆ ของชุมชนที่ทำการฝากขายสินค้าเอาไว้
(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)	ประกอบด้วย ยอดขายสินค้าทั้งผ่านช่องทาง Online และ Offline หรือการขายแบบที่ผู้ขายและผู้ซื้อเจอกันโดยตรง
(6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	ประกอบด้วย เงินทุนและบุคลากรในการพัฒนาสินค้า ผู้ช่วยออกแบบและถ่ายทอดเทคนิคการผลิต ซึ่งถ้าขาดปัจจัยสำคัญนี้ จะทำให้ชุมชนกลายเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายที่ไม่สมบูรณ์และยั่งยืน โดยในปีงบประมาณ 2561 นี้ คณะที่ปรึกษาได้เสนอให้ชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย(วัดหมื่นสาร) เพื่อให้ชุมชนพัฒนาและดำเนินธุรกิจของชุมชนอย่างต่อเนื่อง และมีบุคคลที่รับผิดชอบหน้าที่ต่างๆอย่างชัดเจน
(7) กิจกรรมหลัก (Key Activities)	ประกอบด้วยกิจกรรมหลักดังนี้ 1.อบรมให้ความรู้ในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น 2.การตลาด เช่น การคิดต้นทุน การตั้งราคาขาย 3.ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4.การพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกิจกรรมต่างๆ ที่ถูกกำหนดให้เป็นกิจกรรมหลักนั้นมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนวัวลายสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว และส่งเสริมให้การทำมาค้าขายของชุมชนมั่นคงและยั่งยืน

ตารางที่ 3-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนวัวลาย ปี 2561 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนวัวลาย
(8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)	ผู้เกี่ยวข้องหลักที่จะทำให้การดำเนินการทำมาค้าขายของชุมชนวัวลายให้ดำเนินไปได้ Key Partner ในที่นี้คือ 1.โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ 2.สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ 3.โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการดำเนินงานในปีนี้ ที่ปรึกษามุ่งเน้นให้ชุมชนวัวลายมีทักษะในการติดต่อประสานงานกับ Key Partner หลักด้วยตนเองและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ ตลอดจนสามารถบริหารจัดการชุมชน เช่น โครงสร้างองค์กร การดำเนินการของชุมชน ให้ตอบสนองต่อการทำมาค้าขาย และมีการกำหนดผู้รับผิดชอบหน้าที่ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของชุมชน เช่น ผู้จำหน่ายสินค้า ผู้ควบคุมและสั่งผลิต ผู้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่จัดงานจำหน่ายสินค้าเป็นประจำเพื่อขอเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว
(9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	ต้นทุนหลักของการทำมาค้าขายของชุมชน คือ ต้นทุนการผลิต ทั้งวัตถุดิบ และต้นทุนการแปรรูป ต้นทุนการนำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าและการขนส่งเพื่อจำหน่าย โดยสัดส่วน ร้อยละ ของต้นทุน ที่ชุมชนวัวลายประเมินไว้ดังนี้ - ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ร้อยละ 20 - ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) ร้อยละ 80

โดยข้อดีของการใช้ Business Model Canvas ในการอธิบายกลยุทธ์ที่จะนำมาพัฒนาชุมชนวัวลายให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย คือ เป็นการอธิบายที่แสดงให้เห็นปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญ และส่งผลต่อการทำมาค้าขายของชุมชนในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาชุมชนต่อไป อีกทั้งยังเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการใช้อธิบายให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมทำมาค้าขายของชุมชนได้เข้าใจรูปแบบธุรกิจและกิจกรรมที่สำคัญของชุมชน อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาาร่วมกันอย่างมีส่วนร่วมต่อไป

3.2 แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย

จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจของชุมชนวัวลายข้างต้น ทีมที่ปรึกษาได้หารือร่วมกับชุมชนในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) สำหรับปี 2561 ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยสรุปในตารางที่ 3-5

ตารางที่ 3-5 สรุปแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย

แนวทางการพัฒนา ชื่อหมู่บ้าน	(1) การอบรม ให้ความรู้/ การศึกษาดูงาน	(2) การให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับ บริหารจัดการธุรกิจ	(3) การออกแบบและพัฒนา ของผลิตภัณฑ์	(4) การออกแบบและ พัฒนาบรรจุภัณฑ์	(5) การติดต่อ ประสานงานกับ หน่วยงานอื่นๆ	(6) การเชื่อมโยง กับตลาดหรือช่องทาง การจัดจำหน่าย	(7) การประชาสัมพันธ์
ชุมชนวัวลาย ผลิตภัณฑ์ : เครื่องเงิน เครื่องเงิน การท่องเที่ยวในชุมชน	✓ - อบรมให้ ความรู้ในการ พัฒนาออกแบบ ผลิตภัณฑ์	✓ ให้คำปรึกษาแนะนำ เกี่ยวกับ 1) การบริหาร จัดการชุมชน เช่น โครงสร้างองค์กร การค้าเน้นการของ ชุมชน 2) การตลาด เช่น การตลาดทุน การ ตั้งราคาขายส่งและ ราคาขายปลีก	✓ 1) ออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ประเภทของ ตกแต่งบ้านที่ตรงตามความ ต้องการของลูกค้าเพื่อ วางขายในร้านจำหน่าย อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน 2) นำผลิตภัณฑ์เดิมที่ ได้รับความนิยมมาต่อ ยอดได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์ เดิม จำนวน 3 รูปแบบ	-	-	✓ 1) เชื่อมโยงการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมโดยนำ เอกลักษณ์ชุมชนมาสร้าง จุดดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) เชื่อมโยงการจัดจำหน่าย สินค้าและขยายช่อง ทางการจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์ไปยัง แหล่งจำหน่ายอื่นๆ	✓ -ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อออนไลน์และ โฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

3.3 แผนการดำเนินงาน ชุมชนวัวลาย

จากการกำหนดแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 แล้ว ทีมที่ปรึกษาได้มีการประชุมหารือกันในการกำหนดแผนการดำเนินงานในการพัฒนาชุมชน รวม 5 กิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 การอบรมให้ความรู้

- 1) อบรมให้ความรู้ในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์

รูปแบบการดำเนินการ

ในการดำเนินการพัฒนา ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย รวมทั้งจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกของชุมชน โดยทีมที่ปรึกษามีแนวทางในการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

- จัดประชุมร่วมกับชุมชน วัดศรีสุพรรณ วัดนันทาราม และวัดหมื่นสาร เพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่แสดงถึงตัวตน และอัตลักษณ์ของชุมชน
- ทำการเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่เป็นที่นิยมในท้องตลาดปัจจุบัน มาทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ภายใต้เครื่องหมายทางการค้าของชุมชนวัวลาย
- ส่งเสริมให้ชุมชนสำรวจตลาดเครื่องเงินอย่างสม่ำเสมอ และนำข้อมูลที่ได้มาเป็นพื้นฐานทางความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง อย่างน้อย 1 แบบ
- ให้คำปรึกษาในการเก็บ จัดการ และวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน เช่น ต้นทุนการผลิต ราคาขาย กำไรที่เหมาะสม และรูปแบบสินค้าที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น เพื่อให้ชุมชนสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ในชุมชนได้
- จัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกในชุมชน โดยอบรมในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจ สามารถนำเอาหลักการไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเองได้ในอนาคต
- ติดต่อช่าง 10 หมู่กรมศิลปากรออกแบบพระพุทธรูปปฏิหาริย์องค์จำลองพร้อมฐานพระ และฝึกอบรมให้กับช่างของชุมชนวัวลาย พร้อมออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ และทำการอบรมเชิง Conceptual เกี่ยวกับการคัดเลือกและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชน

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ข้อมูลทางการตลาดที่ชุมชนรวบรวมไว้ ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินตัวอย่างที่มียอดจำหน่ายสูง, ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

หลักการ : ในการดำเนินการพัฒนา ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย จะดำเนินการในรูปแบบดังนี้

- คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับของชุมชนมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม และมีมูลค่าเพิ่ม

- ทำการสำรวจตลาดเครื่องเงิน เพื่อหาแนวความคิดที่สร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

วิธีการ : ออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ของชุมชนวัวลายและฝักอบรมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนวัวลายได้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย
- ชุมชนได้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ อย่างน้อย 3 ชนิด
- ชุมชนได้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ สำหรับสินค้าที่เป็นที่นิยมในท้องตลาด อย่างน้อย 3 ชนิด
- ชุมชนสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ ได้

3.3.2 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ

- 1) การบริหารจัดการชุมชน เช่น โครงสร้างองค์กร การดำเนินการของชุมชน

รูปแบบการดำเนินการ

ในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการชุมชน เช่น โครงสร้างองค์กร การดำเนินการของชุมชน ที่ปรึกษาได้แบ่งรูปแบบการส่งเสริมออกเป็นทั้งหมด 6 ประเภท คือ

- ให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ/การตลาด
- ให้คำปรึกษาด้านการจัดการต่างๆ เช่น การจัดการร้านค้าชุมชน การประชาสัมพันธ์ชุมชน การพัฒนาบุคลากร เป็นต้น
- ให้คำปรึกษาด้านบัญชี
- ให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีและซอฟต์แวร์ (Software) ที่จำเป็นสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
- ให้คำปรึกษาด้านการควบคุมคุณภาพ เช่น การผลิตให้ได้ขนาดที่ถูกต้อง ความละเอียดและความสวยงามของรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้องเหมือนหรือคล้ายกันมากที่สุดในกรณีเป็นผลิตภัณฑ์ทำมือ และการควบคุมส่วนผสมของเงินก่อนนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์
- ให้คำปรึกษาในเรื่องการจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สามารถส่งเสริมให้ชุมชนขับเคลื่อนการทำมาค้าขายของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม
- ส่งเสริมและพัฒนาให้วัดหมื่นสารจัดถนนคนเดินในวันเสาร์พร้อมกับถนนคนเดินวัวลาย โดยจัดให้มีจุดถ่ายภาพภายในวัดหมื่นสาร และการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในบริเวณวัด

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เอกสารทางด้านบัญชีและการบันทึกข้อมูลทางการตลาด และเครื่องมือช่วยควบคุมการผลิต เครื่องเงิน

หลักการ : เป็นการพัฒนาโครงสร้างขององค์กรให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับการทำมาค้าขายของชุมชน

วิธีการ : จัดระบบโครงสร้างขององค์กรและรูปแบบการดำเนินธุรกิจของชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินการทำมาค้าขายได้ด้วยชุมชนเองอย่างยั่งยืน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนวิวलयมีโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ
- ชุมชนวิวलयมีการจัดการร้านค้าชุมชน การประชาสัมพันธ์ชุมชน และการพัฒนาบุคลากรที่เหมาะสม
- ผลผลิตของชุมชนวิวलयมีคุณภาพทั้งในด้านกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของชุมชน

2) การตลาด เช่น การคิดต้นทุน การตั้งราคาขายส่งและราคาขายปลีก

รูปแบบการดำเนินการ

ดำเนินการให้คำปรึกษาในการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายยังช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ซึ่งที่ปรึกษาจะส่งเสริมให้ชุมชนกำหนดบุคคลที่มีหน้าที่ และความรับผิดชอบในการเก็บข้อมูลการจำหน่ายสินค้า การส่งผลิต รวมถึงข้อมูลทางการตลาดอื่นๆ อย่างชัดเจน อีกทั้งดำเนินการฝึกอบรมให้ตัวแทนของชุมชนที่รับผิดชอบดังกล่าวมีความรู้ ความสามารถ จนเชี่ยวชาญในการกำหนดรายรับและค่าใช้จ่ายต่างๆ ดังนี้

- การคิดต้นทุน
- การตั้งราคาขายส่งและราคาขายปลีก
- การคิดจุดคุ้มทุน
- การวางแผนการผลิตอย่างง่าย
- การคำนวณค่าขนส่งสินค้า

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : แอปพลิเคชันสำหรับการตลาด ตัวอย่างวิธีการคำนวณด้านต้นทุนและการตั้งราคาจำหน่ายที่เหมาะสม

หลักการ : การกำหนดตัวแทนของชุมชนที่มีหน้าที่เฉพาะในการเก็บข้อมูลการจำหน่ายสินค้า การส่งผลิต รวมถึงข้อมูลทางการตลาดอื่นๆ ตลอดจนมีความเชี่ยวชาญในการคำนวณด้านต้นทุนและราคาจำหน่ายที่เหมาะสมกับแต่ละช่องทางจะช่วยให้ชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

วิธีการ : การประชุมชี้แจง และการฝึกอบรม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน
- ได้บุคคลที่มีหน้าที่ และความรับผิดชอบในการเก็บข้อมูลการจำหน่ายสินค้า การสั่งผลิต รวมถึงข้อมูลทางการตลาดอื่นๆ อย่างชัดเจน

3.3.3 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

1) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้านที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อวางขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านหรือร้านค้าอื่นๆ

รูปแบบการดำเนินการ

ดำเนินการสำรวจตลาด หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นกลุ่มร้านค้าจำหน่ายของตกแต่งบ้านหรือร้านค้าอื่นๆ เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มดังกล่าว โดยตั้งเป้าหมายให้สามารถนำผลิตภัณฑ์ไปจัดจำหน่ายยังกลุ่มร้านค้าจำหน่ายของตกแต่งบ้านหรือร้านค้าอื่นๆ อย่างน้อย 1 แห่ง เช่น Homepro, Baan and Beyond, บุญถาวร, ไทวัสดุ เป็นต้น

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

หลักการ : เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนวิสาหกิจมีช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ ที่เป็นกลุ่มเฉพาะและมีลักษณะตรงกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องเงินของชุมชน

วิธีการ : ออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และติดเครื่องหมายทางการค้าของชุมชนวิสาหกิจ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนวิสาหกิจสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นร้านค้าจำหน่ายของตกแต่งบ้านหรือร้านค้าอื่นๆ ได้
- สามารถเพิ่มยอดขายให้กับชุมชนวิสาหกิจได้อย่างยั่งยืน
- ชุมชนได้รับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากลูกค้าหรือจากคำสั่งซื้อของร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าของตกแต่งบ้านหรือร้านค้าอื่นๆ

2) นำผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้รับความนิยมมาต่อยอดได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิม จำนวน

3 รูปแบบรูปแบบการดำเนินการ

ดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่มีอยู่เดิมในชุมชนและได้รับความนิยมมาต่อยอดด้วยการออกแบบให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เพิ่มคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม รูปแบบที่ทันสมัย สามารถผลิตได้ง่ายขึ้น หรือมีรูปแบบสวยงามและอัตลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวิสาหกิจ จนสามารถเพิ่มยอดขายให้กับชุมชนได้

โดยที่ปรึกษาจะส่งเสริมให้ชุมชนต่อยอดผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 3 รูปแบบ ซึ่งคัดเลือกจากเกณฑ์ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยมดี ผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายพอสมควร พระพุทธปาฏิหาริย์องค์จำลอง เป็นต้น

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

หลักการ : คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมแล้วนำมาต่อยอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เพิ่มคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม รูปแบบที่ทันสมัย สามารถผลิตได้ง่ายขึ้น หรือมีรูปแบบและอัตลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวิวาลัย

วิธีการ : ออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และติดเครื่องหมายทางการค้าของชุมชนวิวาลัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนวิวาลัยสามารถเพิ่มรูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้
- สามารถเพิ่มยอดขายให้กับชุมชนวิวาลัยได้อย่างยั่งยืน
- ชุมชนวิวาลัยได้เพิ่มทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

3.3.4 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

- 1) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยนำเอกลักษณ์ชุมชนมาสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว

รูปแบบการดำเนินการ

ชุมชนวิวาลัยเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการเป็นแหล่งผลิตเครื่องเงินที่เก่าแก่ดั้งเดิมและเป็นที่ยึดถือทั่วไปจากอดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากจะมีการขายเครื่องเงิน ณ ที่พักอาศัยและการเดินทางไปค้าขายตามท้องที่ต่างๆ แล้ว ได้เริ่มมีการก่อตั้งร้านจำหน่ายเครื่องเงินรุ่นแรกๆ ขึ้นบนถนนวิวาลัย จากนั้นจึงมีการเริ่มจัดตั้งถนนคนเดินวิวาลัย และสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น อุโบสถเงินวัดศรีสุพรรณ และวัดหมื่นสาร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากแหล่งต่างๆ ดังนั้นที่ปรึกษาจึงมีแนวทางส่งเสริมให้ชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ามาส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าของชุมชนด้วย โดยดำเนินการดังนี้

- ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชนวิวาลัย
- เลือกสถานที่ ผลิตภัณฑ์ หรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวิวาลัยมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดจำหน่าย
- ส่งเสริมให้ชุมชนมีการแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนที่ชัดเจน เช่นการสวมใส่เครื่องประดับที่ทำจากเครื่องเงินและเครื่องเงิน
- ส่งเสริมให้ชุมชนจัดการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน ในสถานที่สำคัญต่างๆ ของชุมชน เช่นอุโบสถเงินวัดศรีสุพรรณและวัดหมื่นสาร เจดีย์อัฐธาตุครูบาเจ้าศรีวิชัยที่วัดหมื่นสาร เป็นต้น

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : สถานที่หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนวัวลาย

หลักการ : นำเอาเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งที่เป็นสถานที่และผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน เครื่องเงิน มาส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในชุมชนมากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้

วิธีการ : เก็บข้อมูล ออกแบบ จัดทำต้นแบบ จัดทำโบรชัวร์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนวัวลายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้
- ชุมชนวัวลายสามารถสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนวัวลายได้
- ชุมชนและผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

2) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ

รูปแบบการดำเนินการ

รูปแบบการจำหน่ายสินค้าของชุมชนในปัจจุบันเป็นการจำหน่ายผ่านร้านค้าชุมชนวัดศรีสุพรรณ และการจำหน่ายผ่านร้านค้าของคนในชุมชนเอง ซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่แน่นอน เช่น การจัดจำหน่ายที่ร้าน การจัดจำหน่ายตามงานต่างๆ และการจัดจำหน่ายผ่านกลุ่มลูกค้าที่มาสั่งทำสินค้าเฉพาะ ซึ่งถือเป็นช่องทางที่ยังไม่เพียงพอต่อการผลิตของช่าง หรือ สล่าในชุมชน ดังนั้นที่ปรึกษาจึงส่งเสริมให้ชุมชนมีการหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าใหม่ๆ อย่างน้อย 2 ช่องทาง เพื่อให้เพิ่มยอดขายของสินค้า และเป็นการจัดจำหน่ายยังช่องทางที่ยั่งยืน หรือมีคำสั่งซื้อที่สม่ำเสมอ โดยมีช่องทางเพิ่มเติม เช่น การจำหน่ายสินค้าผ่านร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านหรือร้านค้าอื่นๆ นิติสาร เว็บไซต์ E-Commerce ต่างๆ เป็นต้น

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : แหล่งตลาดออนไลน์ (E-market Place) และแอปพลิเคชันสำหรับการตลาด

หลักการ : เพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ๆ ที่ยั่งยืน

วิธีการ : หาข้อมูลแหล่งตลาดออนไลน์ (E-market Place) หรือแอปพลิเคชันสำหรับการตลาด และติดต่อแหล่งจำหน่ายเป้าหมายเพื่อดำเนินการฝากขายและติดตามผล

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ผลิตภัณฑ์มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นประจำ
- กลุ่มมียอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- กลุ่มและผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

3.3.5 การประชาสัมพันธ์

1) ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อออนไลน์และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

รูปแบบการดำเนินการ

ดำเนินการจัดจ้างนักพัฒนาออกแบบเว็บไซต์ เพื่อนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนในระบบค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับเพิ่มคำสืบค้นในระบบเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

หลักการ : สร้างฐานข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com) เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

วิธีการ : เก็บข้อมูล และสร้างคำสืบค้นบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้
- ชุมชนสามารถสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนวิวัลายได้ผ่านเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)
- ชุมชนมีข้อมูลสืบค้นบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com) เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ สามารถสรุปแผนการปฏิบัติงานของชุมชนวิวัลายตามระยะเวลาโครงการ แสดงในตารางที่ 3-6

3.4 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลาย

จากแผนการปฏิบัติงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวัวลายนั้น ที่ปรึกษาได้ดำเนินการพัฒนาตามแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชน ดังนี้

3.4.1 การจัดประชุมชี้แจงแผนงาน : วันที่ 30 มิถุนายน 2561

การประชุมเพื่อชี้แจงแผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้มีกรอบแนวทางการพัฒนา 2 ประการ คือ การติดตามความคืบหน้าของโครงการหมู่บ้านท่ามาคำชายต้นแบบ (ภาคเหนือ) ปีงบประมาณ พ.ศ.2560 และการเสนอแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ซึ่งชุมชนที่คณะที่ปรึกษาได้คัดเลือกให้เป็นชุมชนพัฒนาต่อยอด คือชุมชนวัดหมื่นสาร ซึ่งโดยปกติชุมชนวัวลายจะแบ่งย่อยได้อีก 3 ชุมชนย่อยคือ 1.ชุมชนวัดศรีสุพรรณ 2.ชุมชนวัดหมื่นสาร 3.ชุมชนวัดนันทาราม จากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและศึกษาความเป็นไปได้ในการนำเอาจุดเด่นอื่นๆ ที่มีอยู่ในชุมชนวัวลายนอกจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวัดศรีสุพรรณ ซึ่งได้รับการส่งเสริมแล้วในปีงบประมาณ 2560 คณะที่ปรึกษาจึงเห็นสมควรให้พัฒนาต่อยอดชุมชนวัดหมื่นสารด้วยเหตุผลสำคัญหลายประการดังนี้

- (1) ชุมชนวัดหมื่นสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกหนึ่งจุด ที่นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาเยี่ยมชมแต่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก
- (2) ชุมชนวัดหมื่นสารมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น อุโบสถเงินวัดหมื่นสาร พิพิธภัณฑสถานอนุสาวรีย์ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ถนนคนเดินหน้ารูปปั้นวัว บ้านช่างทำเครื่องเงินโบราณที่ยังคงมีช่างทำเครื่องเงินที่ทำงานจริงอยู่จนถึงปัจจุบัน และสถาปัตยกรรมเจ้าศรีวิชัย ซึ่งเป็นที่เคารพของคนไทยและนักท่องเที่ยวชาวจีน
- (3) ชุมชนวัดหมื่นสารยังมีเส้นทางที่สามารถพัฒนาเป็นถนนคนเดินสายวัฒนธรรมได้
- (4) ชุมชนวัดหมื่นสารอยู่ไม่ห่างจากถนนวัวลายเพียง 300 เมตร ซึ่งเป็นถนนหลักของชุมชน

ดังนั้นเมื่อวันเสาร์ที่ 30 มิถุนายน พ.ศ.2561 คณะที่ปรึกษาจึงได้เข้าร่วมประชุมชี้แจงแผนงานเบื้องต้นแก่ผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชนของวัดหมื่นสาร โดยมีรายละเอียดการประชุมดังนี้

1) การประชุมชี้แจงแผนงานเบื้องต้นแก่ผู้นำชุมชน : วันที่ 30 มิถุนายน 2561

ที่ปรึกษากำหนดการประชุมเพื่อชี้แจงแผนงานเบื้องต้นในวันเสาร์ที่ 30 มิถุนายน พ.ศ.2561 ณ บริเวณวัดหมื่นสาร ร่วมกับกรรมการวัดหมื่นสาร โดยมีกำหนดการและรายละเอียดในการประชุมดังนี้

- 8.30-9.00 น. กรรมการชุมชนเข้าร่วมประชุม ณ บริเวณวัดหมื่นสาร
- 9.00-9.30 น. ชี้แจงแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ชุมชนวิวาลัย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 โดยทีมที่ปรึกษา
- 9.30-10.30 น. ติดตามความคืบหน้าของโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขายต้นแบบ (ภาคเหนือ) ปีงบประมาณ พ.ศ.2560
- 10.30-11.30 น. รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของชุมชน
- 11.30-12.00 น. สรุปผลการประชุมและกิจกรรมที่ต้องดำเนินการภายใต้โครงการฯ ปีงบประมาณ พ.ศ.2561

ผู้เข้าร่วมประชุม

1. รศ.ดร.วิชัย ฉัตรทิพย์รัตน์ ที่ปรึกษา
2. รศ.ดร.นิวิธ เจริญใจ ที่ปรึกษา
3. นายพงษ์สวัสดิ์ เปรมเพชร ที่ปรึกษา
4. นายสุริยะ พงษ์หนู ที่ปรึกษา
5. นายสุภาพ เจริญภักดี ผู้นำชุมชนวัดหมื่นสาร
6. นายสนิท บุญแลน วิชากิจชุมชนหมื่นสาร

รายละเอียดการประชุม

โดยทีมที่ปรึกษาได้แบ่งหัวข้อประชุม ดังนี้

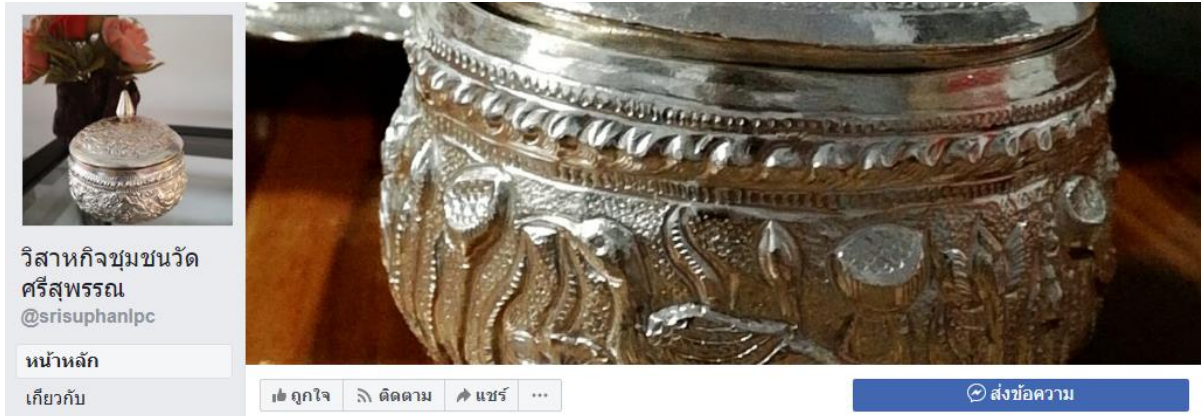
เรื่องที่ต้องแจ้งให้ทราบ

1. การติดตามผลยอดขายจากการดำเนินโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขายต้นแบบ (ภาคเหนือ) ปีงบประมาณ พ.ศ.2560
2. กลุ่มสินค้าหรือรูปแบบสินค้าภายใต้การส่งเสริมของโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขายต้นแบบ (ภาคเหนือ) ปีงบประมาณ พ.ศ.2560 ที่เป็นที่ยอมรับจากกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และจากคำสั่งซื้อจากร้านค้าที่อยู่ภายใต้การประสานงานของโครงการ โดยเรียงลำดับความนิยมจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้
 - 2.1) แผ่นภาพคุณลายสัญลักษณ์ (สัญลักษณ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สัญลักษณ์ดอยสุเทพ และสัญลักษณ์ของหน่วยงานต่างๆ)
 - 2.2) ภาพคุณลายหม้อบुरुณขมิ้น
 - 2.3) กิจกรรมเรียนรู้วิธีการคุณลายเครื่องเงิน สำหรับนักท่องเที่ยวหรืองาน DIY
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องเงินของชุมชนวิวาลัยในปัจจุบันที่มีศักยภาพ
 - 3.1) การจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ www.cm-tradingvillage.com และ Application
 - 3.2) การจำหน่ายผ่าน Facebook Fanpage
 - 3.3) การประชาสัมพันธ์ผ่าน Search Engine (www.google.com)

- 3.4) การจำหน่ายผ่านร้านค้าตัวแทน เช่น ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทั้ง 2 แห่ง
4. แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561
5. ชุมชนเป้าหมายที่กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ มีเป้าหมายส่งเสริมภายใต้โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 เพื่อขยายขอบเขตของการพัฒนาให้เพิ่มมากขึ้น

เรื่องที่ต้องเสนอขอความคิดเห็น

1. การสำรวจช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง ที่อยู่บริเวณวัดหมื่นสาร ซึ่งต้องมีการสำรวจอย่างจริงจัง จึงขอความคิดเห็นที่ประชุมเพื่อทำการสำรวจต่อไป
ข้อสรุป คือ ชุมชนรับทราบถึงความจำเป็นในการสำรวจช่างทำเครื่องเงิน และรับเรื่องเพื่อดำเนินการต่อไป
2. แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมหลักดังนี้
 - 2.1) การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนแห่งวัฒนธรรม” บริเวณหน้าวัดหมื่นสาร
 - 2.2) การฝึกอบรมช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับครูช่าง กับสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร เพื่อยกระดับมาตรฐานฝีมือช่างในด้านรายละเอียดของชิ้นงานและการตกแต่งชิ้นงานที่มีความละเอียดสูง รวมทั้งเทคนิคการลงยาบนชิ้นงาน
 - 2.3) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชนวัวลาย
 - 2.4) การเชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า ชุมชนวัวลาย
 - 2.5) ประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่าน Search Engine ชุมชนวัวลายข้อสรุป คือ ชุมชนเห็นด้วยกับแนวทางในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพดังกล่าวข้างต้น แต่ทั้งนี้ต้องประชุมคณะกรรมการภายในเพื่อลงมติชัดเจนอีกครั้งหนึ่ง
3. การเสนอให้จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านท่ามาคำชาย (วัดหมื่นสาร)
ข้อสรุป คือ ชุมชนรับทราบถึงความจำเป็นในการจัดตั้งคณะกรรมการดังกล่าว และรับเรื่องเพื่อดำเนินการต่อไป
4. การส่งเสริมให้จัดการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนแห่งวัฒนธรรม” บริเวณหน้าวัดหมื่นสาร
ข้อสรุป คือ ชุมชนเห็นด้วยกับแนวทางในการส่งเสริมให้จัดการจัดกิจกรรมถนนคนเดินดังกล่าว แต่ทั้งนี้ต้องประชุมคณะกรรมการภายในเพื่อลงมติชัดเจนอีกครั้งหนึ่ง
5. การจำหน่ายผ่าน Facebook Fanpage
ข้อสรุป คือ ชุมชนมีมติให้จำหน่ายสินค้าที่เป็นเครื่องเงิน ได้แก่ แผ่นภาพและเครื่องประดับที่ทำงานเงินผ่าน <https://www.facebook.com/srisuphanlpc> โดยมีคุณอภิญา เพื่องมณี เป็นผู้จัดการเว็บไซต์



รูปที่ 3-1 Facebook Fanpage ของชุมชนวัลลาย

เรื่องที่ต้องดำเนินการต่อ

1. การสำรวจช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัลลายที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง ที่อยู่บริเวณวัดหมื่นสาร
2. การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนแห่งวัฒนธรรม” บริเวณหน้าวัดหมื่นสาร
3. การฝึกอบรมช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัลลายที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง กับสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร
4. การคัดเลือกและสรุปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ของชุมชนวัลลาย
5. การคัดเลือกตัวแทนของชุมชน เพื่อจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (วัดหมื่นสาร)



รูปที่ 3-2 การประชุมร่วมกับกรรมการวัดหมื่นสาร เพื่อชี้แจงโครงการแก่ประธานชุมชน

2) การจัดประชุมเพื่อสรุปแนวทางการดำเนินงานตามโครงการฯ ปีงบประมาณ พ.ศ.2561 : วันที่ 9 กรกฎาคม 2561

การประชุมเพื่อสรุปแนวทางการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 โดยเป็นการประชุมอย่างเป็นทางการร่วมกับประธานชุมชน คณะกรรมการชุมชน คณะกรรมการวัดหมื่นสาร และตัวแทนชาวบ้านบริเวณใกล้เคียงกับวัดหมื่นสาร ซึ่งเป็นการประชุมเพื่อติดตามความคืบหน้าของการประชุมในวันเสาร์ที่ 30 มิถุนายน พ.ศ.2561 โดยมีเรื่องที่ปรึกษาและประธานชุมชนร่วมกันติดตามดังนี้

1. การสำรวจช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง ที่อยู่บริเวณวัดหมื่นสาร
2. การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนแห่งวัฒนธรรม” บริเวณหน้าวัดหมื่นสาร
3. การฝึกอบรมช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง กับสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร
4. การคัดเลือกและสรุปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ของ ชุมชนวัวลาย
5. การคัดเลือกตัวแทนของชุมชนเพื่อจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านท่ามาคำชาย (วัดหมื่นสาร)

โดยได้ทำการประชุมในวันจันทร์ที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ.2561 ณ บริเวณวัดหมื่นสาร โดยมีกำหนดการและรายละเอียดในการประชุม ดังนี้

- | | |
|----------------|--|
| 13.00-13.30 น. | กรรมการชุมชนเข้าร่วมประชุม ณ บริเวณศาลาวัดหมื่นสาร |
| 13.30-14.00 น. | ชี้แจงแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 แก่ผู้ร่วมประชุม |
| 14.00-15.00 น. | ติดตามความคืบหน้าของการประชุมเมื่อวันเสาร์ที่ 30 มิถุนายน พ.ศ.2561 |
| 15.00-16.00 น. | รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของชุมชน |
| 16.00-16.30 น. | สรุปผลการประชุมและกิจกรรมที่ต้องดำเนินการภายใต้โครงการฯ ปีงบประมาณ พ.ศ.2561 |

ผู้เข้าร่วมประชุม

- | | |
|-----------------------------|-----------------------|
| 1. รศ.ดร.วิชัย ฉัตรทินวัฒน์ | ที่ปรึกษา |
| 2. รศ.ดร.นิวิท เจริญใจ | ที่ปรึกษา |
| 3. นายสุริยะ พงษ์หนู | ที่ปรึกษา |
| 4. นายสุภาพ เจริญภักดี | ผู้นำชุมชนวัดหมื่นสาร |
| 5. นายสนิท บุญแสน | วิสาหกิจชุมชนหมื่นสาร |
| 6. กรรมการวัดหมื่นสาร | |

7. กรรมการชุมชนหมื่นสาร
8. ตัวแทนชุมชนที่อยู่บริเวณที่จะทำถนนคนเดิน “ถนนแห่งวัฒนธรรม” บริเวณหน้าวัดหมื่นสาร

รายละเอียดการประชุม

โดยทีมที่ปรึกษาได้แบ่งหัวข้อประชุมดังนี้

เรื่องที่ต้องแจ้งให้ทราบ

1. การติดตามผลยอดขายจากการดำเนินโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขายต้นแบบ (ภาคเหนือ) ปีงบประมาณ พ.ศ.2560
 - 1.1) สรุปกิจกรรมที่ต้องดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ.2561
 - 1.2) การจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (วัดหมื่นสาร)
 - 1.3) การคัดเลือกตัวแทนช่างฝีมือ ระดับครูช่างเพื่อเข้ารับการอบรมจากสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร
2. ชุมชนเป้าหมายที่ กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ มีเป้าหมายส่งเสริมภายใต้โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 เพื่อขยายขอบเขตของการพัฒนาให้เพิ่มมากขึ้น

เรื่องที่ต้องติดตามผลการประชุมในวาระก่อน

1. การสำรวจช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง ที่อยู่บริเวณวัดหมื่นสาร
ข้อสรุป คือ มีการสำรวจช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง ที่คณะกรรมการชุมชนคัดเลือกและเห็นสมควรให้เข้ารับการฝึกอบรมช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับครูช่าง กับสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร
2. การจัดกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนแห่งวัฒนธรรม” บริเวณหน้าวัดหมื่นสาร
ข้อสรุป คือ ที่ประชุมของชุมชนเห็นด้วยกับแนวคิดดังกล่าว และพร้อมที่จะเข้าร่วมโครงการฯ และให้ที่ปรึกษาเป็นผู้เสนอแนะแนวทางในการบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป
3. การฝึกอบรมช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายที่มีฝีมือในระดับครูช่าง กับสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร
ข้อสรุป คือ มีการคัดเลือกตัวแทนช่าง จำนวน 5 ท่านเพื่อเข้าอบรมจากสำนักช่างสิบหมู่ฯ
4. การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ของ ชุมชนวัวลาย
ข้อสรุป คือ มีการลงมติจากประธานชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนหมื่นสาร และตัวแทนช่างทำเครื่องเงิน ให้จัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและภาคเหนือ ซึ่งประกอบไปด้วย 1. องค์พระพุทธรูปปฏิหารีย์จำลอง 2.ฉัตรประจำองค์พระ 3.บังแทรกประจำองค์พระ โดยจะออกแบบโดยทีมช่างที่จะเข้ารับการอบรมจากสำนักช่างสิบหมู่ เพื่อให้ผลงานที่สร้างขึ้นเป็นของที่ระลึก ของฝาก ที่

มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวิวลา และสามารถนำไปจำหน่ายในช่องทางต่างๆ ได้ โดยที่ราคาที่ยืดหยุ่นสามารถแข่งขันได้ สำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์ประธานชุมชนและประธานวิสาหกิจชุมชนหมื่นสารได้เสนอต่อที่ประชุมว่า เนื่องจากเดิมวัดหมื่นสารมีกลุ่มทำบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่สินค้าอยู่แล้ว จึงขอให้ใช้กล่องผลิตภัณฑ์แบบเดิมและไม่ต้องออกแบบใหม่

5. การคัดเลือกตัวแทนของชุมชน เพื่อจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (วัดหมื่นสาร)

ข้อสรุป คือ ที่ประชุมของตัวแทนชุมชนฯ ได้เห็นสมควรให้จัดตั้งคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ ดังนี้

- 5.1) คณะกรรมการฝ่ายบริหารกิจกรรม
- 5.2) คณะกรรมการฝ่ายประสานงานและประชาสัมพันธ์
- 5.3) คณะกรรมการฝ่ายจัดการสถานที่
- 5.4) คณะกรรมการฝ่ายการเงินและบัญชี
- 5.5) คณะกรรมการฝ่ายผลิตภัณฑ์ใหม่และช่างคุณลายเครื่องเงิน

โดยจะทำการคัดเลือกจากคุณสมบัติ 2 ประการ คือ ผู้สมัครต้องเป็นสมาชิกในชุมชนวัดหมื่นสารและผู้สมัครต้องไม่ทำงานประจำและสามารถปฏิบัติงานได้ตลอดเวลา หรือเป็นช่างเงินในชุมชนฯ โดยมีรายชื่อช่างที่เข้ารับการอบรมดังนี้

- 1) นายอนุชา บุญแลน
- 2) นายอาคม ชุมศิริ
- 3) นายทรงฤทธิ์ ไชยรังสี
- 4) นายประสาน วงศ์เลิศ
- 5) นายมณฑล เชียงมั่ง

เรื่องที่ต้องเสนอขอความคิดเห็น

1. รูปแบบการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนแห่งวัฒนธรรม” บริเวณหน้าวัดหมื่นสาร
2. การเชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า ของชุมชนวิวลา

เรื่องที่ต้องดำเนินการต่อ

1. การส่งรายชื่อช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวิวลาที่มีฝีมือในระดับ ครูช่าง ที่อยู่บริเวณวัดหมื่นสาร เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมช่างทำเครื่องเงินกับสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร ภายในวันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ.2561)
2. การส่งรายชื่อคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านทำมาค้าขาย (วัดหมื่นสาร) โดยกำหนดส่งรายชื่อคณะกรรมการให้ทีมที่ปรึกษาภายในวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ.2561



รูปที่ 3-3 การประชุมร่วมกับกรรมการวัดหมื่นสาร เพื่อชี้แจงและสรุปแนวทางการดำเนินโครงการฯ

3.4.2 การจัดอบรมให้ความรู้ : วันที่ 27-31 สิงหาคม 2561

การจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกของชุมชนวัวลาย ภายใต้โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ใหม่ให้กับชุมชนวัวลาย โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวัวลาย
2. สามารถสร้างชิ้นงานที่ประกอบไปด้วย องค์พระพุทธรูปปฏิหารีย์จำลอง ฉัตรประจำองค์พระ และ บังแทรกประจำองค์พระ
3. เพื่อพัฒนาทักษะ และฝีมือช่างทำเครื่องเงินวัวลายให้สามารถทำงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การดุนลายเงินร่วมกับทองเหลือง หรือการลงยาแบบเครื่องเงินสุโขทัย เป็นต้น
4. เพื่อยกระดับมาตรฐานฝีมือช่าง ในด้านรายละเอียดของชิ้นงาน และการตกแต่งงานที่มีความละเอียดสูง เช่น เทคนิคการลงยาบนชิ้นงาน เป็นต้น
5. เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้และประสบการณ์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์

โดยสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ได้วางแผนการอบรม และจัดเตรียมครูผู้ฝึกสอนและอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกดุนลายโลหะ ซึ่งสำนักช่างสิบหมู่แจ้งที่ปรึกษาว่าสามารถฝึกอบรมได้ในช่วงวันที่ 27-31 สิงหาคม 2561 ณ ห้องฝึกอบรม สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยมีกำหนดการและรายละเอียดในการจัดอบรม ดังนี้

วันที่ 27 สิงหาคม 2561

- | | |
|----------------|--|
| 06.00 น. | เดินทางถึง สถานีขนส่งหมอชิต กรุงเทพมหานครโดยสวัสดิภาพ |
| 06.00-07.00 น. | เดินทางจาก สถานีขนส่งหมอชิต ไป สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร จังหวัดนครปฐม |
| 07.00-08.30 น. | เดินทางเข้าที่พัก รับประทานอาหารเช้าและพักผ่อนตามอัธยาศัย |
| 08.30-09.00 น. | เดินทางจากที่พักไปสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร |
| 09.00-09.30 น. | การต้อนรับจากกลุ่มครูช่างบุ สำนักช่างสิบหมู่ |
| 09.30-12.00 น. | เรียนรู้วิธีการดุนลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคการดุนลายนูนต่ำ |
| 12.00-13.00 น. | พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| 13.00-16.00 น. | ทำการดุนลายโลหะ (ทองแดง) โดยแบบจากนายช่างศิลปกรรมอาวุโส |
| 16.00-17.00 น. | เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย |
| 17.00-18.00 น. | รับประทานอาหารเย็น |

วันที่ 28 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการดูลายโลหะ (ทองแดง) โดยแบบจากนายช่างศิลปกรรมอาวุโส (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการดูลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคการดูลายนูนต่ำ
- 09.30-12.00 น. ทำการดูลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคการดูลายนูนต่ำ
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำการดูลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคการดูลายนูนต่ำ (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 17.00-18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

วันที่ 29 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการดูลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคการดูลายนูนต่ำ (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการเชื่อมโลหะ (ทองแดง)
- 09.30-12.00 น. ทำการเชื่อมโลหะ (ทองแดง)
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำการเชื่อมโลหะ (ทองแดง) (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 17.00-18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

วันที่ 30 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการประกอบฉัตรและบังแทรก
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการออกแบบลวดลายสำหรับการทำฉัตรโดยเฉพาะ
- 09.30-12.00 น. ทำความสะอาดชิ้นงาน (ฉัตรและบังแทรก) เพื่อเตรียมลงยา
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำความสะอาดชิ้นงาน (ฉัตรและบังแทรก) เพื่อเตรียมลงยา (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 17.00-18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

วันที่ 31 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำความสะอาดชิ้นงาน (ฉัตรและบังแทรก) เพื่อเตรียมลงยา (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการผสมยาสีแบบเย็น
- 09.30-12.00 น. ทำการลงยาสีแบบเย็นบนฉัตรและบังแทรก
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำการลงยาสีแบบเย็นบนฉัตรและบังแทรก (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. กล่าวขอบคุณ นายช่างศิลปกรรมอาวุโส โดยตัวแทนช่างทำเครื่องเงินชุมชนวัวลาย
- 17.00-18.00 น. เดินทางกลับจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เข้าร่วมอบรม

- | | |
|--|-----------------------|
| 1. รศ.ดร.คมกฤต เล็กสกุล | ผู้จัดการโครงการฯ |
| 2. รศ.ดร.วิชัย ฉัตรทินวัฒน์ | ที่ปรึกษา |
| 3. นายพงษ์สวัสดิ์ เปรมเพชร | ที่ปรึกษา |
| 4. นายสุริยะ พงษ์หนู | ที่ปรึกษา |
| 5. นายสุภาพ เจริญภักดี | ผู้นำชุมชนวัดหมื่นสาร |
| 6. นายสนิท บุญแลน | วิสาหกิจชุมชนหมื่นสาร |
| 7. กลุ่มช่างทำเครื่องเงิน ชุมชนวัวลาย จำนวน 5 ท่าน | |

รายละเอียดการอบรม

ในการอบรมเชิงปฏิบัติการ ในช่วงวันที่ 27-30 สิงหาคม 2561 ณ ห้องฝึกอบรม สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม เป็นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop) ที่เน้นการลงมือดูงานโลหะจริงเพื่อให้ช่างดูงานเครื่องเงินจากชุมชนวัวลาย สามารถทดลองปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของครูช่าง สำนักช่างสิบหมู่ จนเกิดความชำนาญ และพัฒนาฝีมือการดูงานโลหะ ตลอดจนพัฒนาออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ ดังนี้

1. องค์พระพุทธรูปปฏิหาริย์จำลอง (ใช้องค์พระแบบหล่อ ซึ่งอยู่ในดุลพินิจของสำนักช่างสิบหมู่)
2. ฉัตรประจำองค์พระ
3. บังแทรกประจำองค์พระ
4. การลงยาฉัตร และบังแทรกประจำองค์พระ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ในช่วงวันที่ 27-30 สิงหาคม 2561 ณ ห้องฝึกอบรม สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม คือ

1. สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ให้กับชุมชนวัวลาย โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวัวลายได้
2. สามารถสร้างชิ้นงานที่ประกอบไปด้วย องค์พระพุทธรูปปฏิหาริย์จำลอง ฉัตรประจำองค์พระ และบังแทรกประจำองค์พระ ได้สำเร็จและเป็นไปตามวัตถุประสงค์
3. สามารถพัฒนาทักษะ และฝีมือช่างทำเครื่องเงินวัวลายให้สามารถทำงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่นการดูงานเงิน ร่วมกับทองเหลือง หรือการลงยาแบบเครื่องเงินสุโขทัย เป็นต้น
4. สามารถยกระดับมาตรฐานฝีมือช่าง ในด้านรายละเอียดของชิ้นงาน และการตกแต่งงานที่มีความละเอียดสูง เช่นเทคนิคการลงยาบนชิ้นงาน
5. สามารถเสริมสร้างองค์ความรู้และประสบการณ์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์

แนวทางการประเมินผลการอบรม

สำหรับการประเมินผลการอบรมช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลาย ทีมที่ปรึกษามีแนวทางในการใช้แบบประเมินเป็นเครื่องมือในการวัดผลและประเมินผลการอบรม โดยจะทำการประเมินผลการอบรมแบบ Self-Assessment หรือการประเมินผลด้วยตนเอง ร่วมกับการประเมินจากครูช่าง สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร ซึ่งจะทำให้สามารถแสดงให้เห็นถึงความรู้ความเข้าใจ หรือทักษะความสามารถในการปฏิบัติงานที่ โดยจะทำการประเมินเปรียบเทียบทั้งก่อนและหลังการอบรม โดยมีแบบการประเมินดังนี้

แบบประเมินความรู้ความเข้าใจ / การนำไปใช้ผลิตผลิตภัณฑ์
การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561 ชุมชนวัวลาย
กรมการค้าภายใน ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
วันที่ 27-31 สิงหาคม 2561 ณ สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนวัวลายที่มีต่อโครงการพัฒนาเพื่อศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561
 2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมิน ไปใช้ในการวางแผนการฝึกอบรมช่างทำเครื่องเงินกับสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

1. ชื่อ นามสกุล
- ตำแหน่ง
2. เพศ ชาย หญิง
3. อายุ ปี
4. เคยเข้ารับการอบรม/ประชุม/สัมมนาเกี่ยวกับการดูแลองค์พระพุทธรูปปฏิมากรหรือไม่ เคย ไม่เคย
5. เคยเข้ารับการอบรม/ประชุม/สัมมนาเกี่ยวกับการดูแลองค์พระประจำวันหรือไม่ เคย ไม่เคย
6. เคยเข้ารับการอบรม/ประชุม/สัมมนาเกี่ยวกับการดูแลองค์พระประจำวันหรือไม่ เคย ไม่เคย

ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจการในการฝึกอบรม / สัมมนา

คำชี้แจง โปรดระบุคำตอบตามความรู้ความเข้าใจของท่าน

การบริหารจัดการชุมชน

1. การดูแลโลหะคืออะไร

.....

.....

.....

2. เป้าหมายที่สำคัญของการอบรมและออกแบบผลิตภัณฑ์คืออะไร

.....

.....

.....

3. ท่านสามารถนำเอาหลักการและเทคนิคการดูแลโลหะที่ได้รับการถ่ายทอดไปประยุกต์ใช้ได้อย่างไร

.....

.....

คำชี้แจง โปรดระบุ ✓ ลงในช่องที่ตรงตามระดับความรู้ความเข้าใจของท่านมากที่สุด

หัวข้อการฝึกอบรม	ระดับความรู้ความเข้าใจ / การนำความรู้ไปใช้ผลิตผลิตภัณฑ์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การออกแบบและดูแลจัดทรงจำองค์พระ					
1.1 ความรู้ความเข้าใจที่มี ก่อน การฝึกอบรม					
1.2 ความรู้ความเข้าใจที่มี หลัง การฝึกอบรม					

หัวข้อการฝึกอบรม	ระดับความรู้ความเข้าใจ / การนำความรู้ไปใช้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. การออกแบบและดูแลบังแทรกประจำองค์พระ					
2.1 ความรู้ความเข้าใจที่มี ก่อน การฝึกอบรม					
2.2 ความรู้ความเข้าใจที่มี หลัง การฝึกอบรม					

หัวข้อการฝึกอบรม	ระดับความรู้ความเข้าใจ / การนำความรู้ไปใช้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. การออกแบบและลงยา					
3.1 ความรู้ความเข้าใจที่มี ก่อน การฝึกอบรม					
3.2 ความรู้ความเข้าใจที่มี หลัง การฝึกอบรม					

ตอนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม (โปรดระบุ)

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

รูปภาพการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ



รูปที่ 3-4 การฝึกอบรมคุณลายบังแทรก



รูปที่ 3-5 การฝึกอบรมคุณลายฉัตร 5 ชั้น



รูปที่ 3-6 การฝึกรอบรมลงยาสีแบบเย็น



รูปที่ 3-7 ผลิตภัณฑ์ฉัตรและบังแทรกที่สมบูรณ์

ผลการประเมินการอบรม

จากการประเมินผลการฝึกรอบรมการดูนลายดังแสดงในตารางที่ 3-7 พบว่า ก่อนการฝึกรอบรมช่างฝีมือของชุมชนวัลลาบางส่วนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบและดูนลายฉัตร บังแทรกและการลงยา ในระดับน้อย เนื่องจากในชุมชนยังไม่มีกรณีการดำเนินงานดังกล่าวมาก่อน โดยหลังจากการอบรมช่างฝีมือได้ฝึกรอบรมการออกแบบดูนลายและลงยาสีจริง ทำให้มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น รวมถึงได้ประโยชน์จากการดูนลายใหม่ๆ ทำให้สามารถนำเอาลวดลายไปประยุกต์ต่อยอดใช้ในการทำงานได้อีกด้วย

ตารางที่ 3-7 สรุปผลการประเมินก่อนการฝึกอบรม

หัวข้อการฝึกอบรม	ผลประเมินระดับความรู้ความเข้าใจ (ท่าน)				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การออกแบบและคุณลายฉัตรประจำองค์พระ	-	1	1	3	-
การออกแบบและคุณลายบังแทรกประจำองค์พระ	1	1	1	2	-
การออกแบบและลงยา	1	-	1	1	2

ตารางที่ 3-8 สรุปผลการประเมินหลังการฝึกอบรม

หัวข้อการฝึกอบรม	ผลประเมินระดับความรู้ความเข้าใจ (ท่าน)				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การออกแบบและคุณลายฉัตรประจำองค์พระ	2	3	-	-	-
การออกแบบและคุณลายบังแทรกประจำองค์พระ	2	3	-	-	-
การออกแบบและลงยา	2	3	-	-	-

3.4.3 การให้คำปรึกษาแนะนำ

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการตลาด การบริหารจัดการ และ/หรือหัวข้อที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้วางแนวทางในการให้คำปรึกษาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ/การตลาด
2. ให้คำปรึกษาด้านการจัดการต่างๆ เช่น การจัดการร้านค้าชุมชน การประชาสัมพันธ์ชุมชน การพัฒนาบุคลากร เป็นต้น
3. ให้คำปรึกษาด้านบัญชี
4. ให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีและซอฟต์แวร์ (Software) ที่จำเป็นสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
5. ให้คำปรึกษาด้านการควบคุมคุณภาพ เช่น การผลิตให้ได้ขนาดที่ถูกต้อง ความละเอียดและความสวยงามของรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้องเหมือนหรือคล้ายกันมากที่สุดในกรณีเป็นผลิตภัณฑ์ทำมือ และการควบคุมส่วนผสมของเงินก่อนนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์
6. ให้คำปรึกษาในเรื่องการจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สามารถส่งเสริมให้ชุมชนขับเคลื่อนการทำมาค้าขายของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

7. การส่งเสริมและพัฒนาให้วัดหมื่นสารจัดถนนคนเดินในวันเสาร์พร้อมกับถนนคนเดินวัวลาย โดยจัดให้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โดยทีมที่ปรึกษาได้วางแนวทางการให้คำปรึกษาแบบการให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม (Group Counseling) การให้คำปรึกษาประเภทนี้ หรืออาจเรียกว่าการให้คำปรึกษาเชิงกระบวนการ เป็นกระบวนการที่บุคคลที่มีความต้องการหรือปัญหาที่คล้ายกันหรือตรงกัน ต้องการปรับปรุงตนเองหรือชุมชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต้องการจะแก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่งร่วมกัน มารวมกันเป็นกลุ่มเพื่อปรึกษาหารือซึ่งกันและกัน โดยมีผู้ให้คำปรึกษาเป็นผู้ช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกในกลุ่มเริ่มตั้งแต่ 5 คน เป็นต้นไป สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้พิจารณา กำหนดปัญหา แสดงออกเกี่ยวกับความรู้สึกและความคิดเห็นของแต่ละคนเป็นการได้ระบายความรู้สึกและความคิดเห็นของแต่ละคน เป็นการได้ระบายความรู้สึกขัดแย้งในจิตใจได้สำรวจตนเอง ได้ฝึกการยอมรับตนเอง กล้าที่จะเผชิญปัญหาและได้ใช้ความคิดในการแก้ปัญหา หรือปรับปรุงตนเองกับทั้งที่ได้รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และได้ตระหนักว่าผู้อื่นก็มีความขัดแย้งหรือความคิดเห็นเช่นเดียวกับตนไม่ใช่เขาคนเดียวที่มีปัญหาและอย่างน้อยยังมีอีกคนหนึ่ง คือ ผู้ให้คำปรึกษาที่ยอมรับและเข้าใจเขา ผู้ให้คำปรึกษาจะให้ข้อพิจารณาและให้คำแนะนำว่าเพื่อให้กลุ่มเข้าใจปัญหาที่เป็นอยู่ ช่วยกันคิดหรือปรึกษาหารือในทางเลือกแนวทางแก้ไขปัญหา แต่กลุ่มต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกในการแก้ปัญหาเอง วิธีการให้คำปรึกษาแบบนี้สมาชิกของกลุ่มจะร่วมกันใช้ความคิด แลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อให้เกิดความคิดเห็นต่างกัน และการกระทำต่างกัน ทำให้การปฏิบัติงานโดยร่วมมือกัน การทำงานก็มีประสิทธิภาพ และอีกประการหนึ่งการใช้วิธีนี้จะเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มแต่ละคนเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มแต่ละคนได้เสนอแนะความคิดเห็นต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความภาคภูมิใจว่าตนเองสามารถให้ข้อคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์แก่กลุ่มได้

ดังนั้นกระบวนการให้คำปรึกษาจึงได้ดำเนินการภายใต้ขั้นตอนหลักดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Objective)
2. การรวบรวมข้อมูล (Data Collecting)
3. การวิเคราะห์ปัญหา/สาเหตุ (Cause Analysis)
4. การให้คำปรึกษา (Counseling)
5. การประเมินผล (Evaluation)

การให้คำปรึกษาครั้งที่ 1: วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ.2561

ในการดำเนินการให้คำปรึกษาครั้งที่ 1 ทีมที่ปรึกษาได้ร่วมกันกำหนดขอบเขตการให้คำปรึกษาแก่ชุมชนวัวลายด้านธุรกิจ/การตลาด การจัดการร้านค้าชุมชน และการประชาสัมพันธ์ชุมชน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการให้คำปรึกษา คือ กลุ่มผู้นำชุมชนวัวลาย วัดหมื่นสาร ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและเป็นผู้นำชุมชนที่มีความสนใจในด้านการพัฒนาอย่างแท้จริง โดยการให้คำปรึกษาครั้งที่ 1 ได้มุ่งเน้นให้กลุ่มผู้นำชุมชนวัวลายได้พิจารณาปัญหา สภาพของชุมชนโดยทั่วไป องค์กรหรือภูมิปัญญาของชุมชน และการดำเนินธุรกิจปัจจุบันของชุมชน เป็นต้น ทำให้ได้ทราบสภาพของชุมชนปัจจุบันในด้านต่างๆ ดังนี้

สภาพการทำงานปัจจุบัน: ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันในการดำเนินธุรกิจหลักของชุมชน คือ การทำเครื่องเงินเป็นหลัก โดยแบ่งหน้าที่กันทำงานอย่างชัดเจน คือ กลุ่มสล่า หรือช่างทำเครื่องเงิน และกลุ่มผู้ค้าที่รับเอาเครื่องเงินไปจำหน่ายเพื่อหารายได้เข้าชุมชน ซึ่งที่ผ่านมายังไม่มีการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาดอย่างชัดเจน และเป็นระบบ ทำให้การส่งเสริมหรือวางแผนด้านการตลาดยังไม่มีการวางแผนและดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม

แนวทางการให้คำปรึกษาจากทีมที่ปรึกษา: ทีมที่ปรึกษาได้เสนอให้มีการวางแผนการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. ด้านธุรกิจ/การตลาด

- 1.1) การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ Online Marketing เช่น Website, Line@
- 1.2) การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออฟไลน์ หรือ การฝากขายยังจุดที่เป็นศูนย์รวมนักท่องเที่ยว
- 1.3) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกับจำหน่ายสินค้าให้นักท่องเที่ยว

2. การจัดการร้านค้าชุมชนหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าของชุมชน

- 2.1) การจัดตั้งคณะกรรมการคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (วัดหมื่นสาร)
- 2.2) กำหนดตัวแทนผู้รับผิดชอบจำหน่ายสินค้าแก่ชุมชนอย่างชัดเจน

3. การประชาสัมพันธ์ชุมชน

- 3.1) จัดทำถนนคนเดินสายวัฒนธรรมและส่งเสริมภูมิปัญญาวิถวัลย เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



รูปที่ 3-8 การสำรวจสภาพการทำงานของชุมชนวัดหมื่นสารปัจจุบัน



รูปที่ 3-9 การสำรวจสภาพการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวัดหมื่นสารปัจจุบัน



ภาพที่ 3-10 การประชุมร่วมกับกลุ่มผู้นำชุมชนวัยกลาง ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

การให้คำปรึกษาครั้งที่ 2: วันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ.2561

ในการดำเนินการให้คำปรึกษาครั้งที่ 2 ทีมที่ปรึกษาได้ร่วมกันกำหนดขอบเขตการให้คำปรึกษาแก่ชุมชนวิสาหกิจด้านบัญชี,ด้านเทคโนโลยีและซอฟต์แวร์ (Software) ที่จำเป็นสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ด้านการควบคุมคุณภาพ เช่น การผลิตให้ได้ขนาดที่ถูกต้อง ความละเอียดและความสวยงามของรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้องเหมือนหรือคล้ายกันมากที่สุดในกรณีเป็นผลิตภัณฑ์ทำมือ และการควบคุมส่วนผสมของเงินก่อนนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมและพัฒนาให้วัดหมื่นสารจัดถนนคนเดินในวันเสาร์พร้อมกับถนนคนเดินวิสาหกิจ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการให้คำปรึกษาคือกลุ่มผู้นำชุมชน, ประธานชุมชน, ตัวแทนชุมชน, ตัวแทนคณะกรรมการ และชาวบ้านวัดหมื่นสารที่ โดยการให้คำปรึกษาครั้งที่ 2 ได้มุ่งเน้นให้ชาวบ้านวัดหมื่นสาร ชุมชนวิสาหกิจ ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวิสาหกิจ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 และการติดตามผลการให้คำปรึกษาในครั้งที่ 1

สภาพการทำงานปัจจุบัน: ชุมชนมีองค์ความรู้ด้านการทำเครื่องเงิน ที่สืบทอดมากกว่า 300 ปี แต่ยังขาดการทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชนและเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าใหม่ๆ ซึ่งสลาหรือช่างทำเครื่องเงินในปัจจุบันมีทักษะความสามารถที่รองรับกับความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

แนวทางการให้คำปรึกษาจากทีมที่ปรึกษา: ทีมที่ปรึกษาได้เสนอให้มีการวางแผนการดำเนินงานทางด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนดังนี้

1. ด้านบัญชี

- 1.1) กำหนดให้มีการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบด้านบัญชี รายรับ-รายจ่ายของชุมชน และการบันทึกรายได้ของชุมชนจากการส่งเสริมของโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ชุมชนวิสาหกิจ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561

2. ด้านเทคโนโลยีและซอฟต์แวร์ (Software) ที่จำเป็นในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

- 2.1) มีการแนะนำให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยใช้โปรแกรมช่วยออกแบบ เช่น Photoshop เป็นต้น โดยเน้นออกแบบให้มีความสวยงาม ราคาไม่สูงและมีความโดดเด่นแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนวิสาหกิจ รวมถึงแนะนำเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น เช่น การลงยาชิ้นงาน เป็นต้น

3. ด้านการควบคุมคุณภาพ

- 3.1) แนะนำการผลิตให้ได้ขนาดที่ถูกต้อง ความละเอียดและความสวยงามของรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้องเหมือนหรือคล้ายกันมากที่สุดในกรณีเป็นผลิตภัณฑ์ทำมือ โดยใช้เครื่องมือวัดขนาดเพื่อให้ได้ชิ้นงานที่มีขนาดใกล้เคียงกัน รวมถึงการควบคุมคุณภาพของโลหะเงิน 92.5% ที่ใช้เป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิตเครื่องเงิน เนื่องจากวัตถุดิบโลหะเงิน 92.5% ตามท้องตลาดนั้น อาจมีส่วนไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ ดังนั้นจึงต้องทำการซื้อโลหะเงิน 100% แล้วนำมาผสมกับโลหะอื่นๆ เอง เช่น ทองแดง นิกเกิล เป็นต้น ตามสัดส่วนที่ต้องการ เพื่อให้ได้โลหะเงิน 92.5% ที่มีคุณภาพในการผลิตเครื่องเงินของชุมชน

4. การส่งเสริมและพัฒนาให้วัดหมื่นสารจัดถนนคนเดินในวันเสาร์พร้อมกับถนนคนเดินวัวลาย

4.1) จัดกิจกรรมถนนคนเดินสายวัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาวัวลาย ทุกวันเสาร์



รูปที่ 3-11 การดำเนินการให้คำปรึกษาครั้งที่ 2 แก่ตัวแทน คณะกรรมการ และชาวบ้านวัดหมื่นสาร



รูปที่ 3-12 การสำรวจพื้นที่การจัดถนนคนเดินชุมชนวัดหมื่นสาร

การประเมินผลการให้คำปรึกษา

สำหรับการประเมินผลการให้คำปรึกษา ที่ประชุมมีความเห็นให้พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (วัดหมื่นสาร) เพื่อเป็นตัวแทนของชุมชนและรับการประเมินจากทีมที่ปรึกษาภายในวันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ.2561 และสรุปความก้าวหน้าของคณะกรรมการถนนคนเดินสายวัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาวัวลาย

3.4.4 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

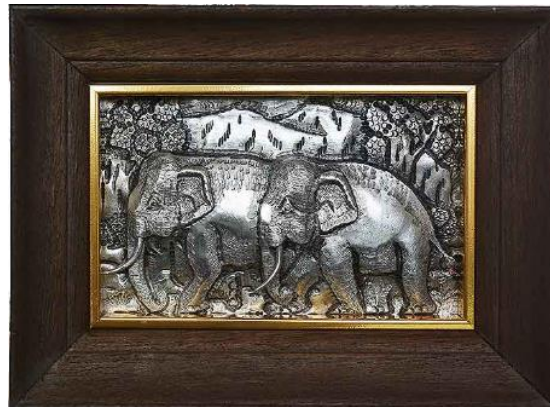
การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งบ้านที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อวางขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านหรือร้านค้าอื่นๆ

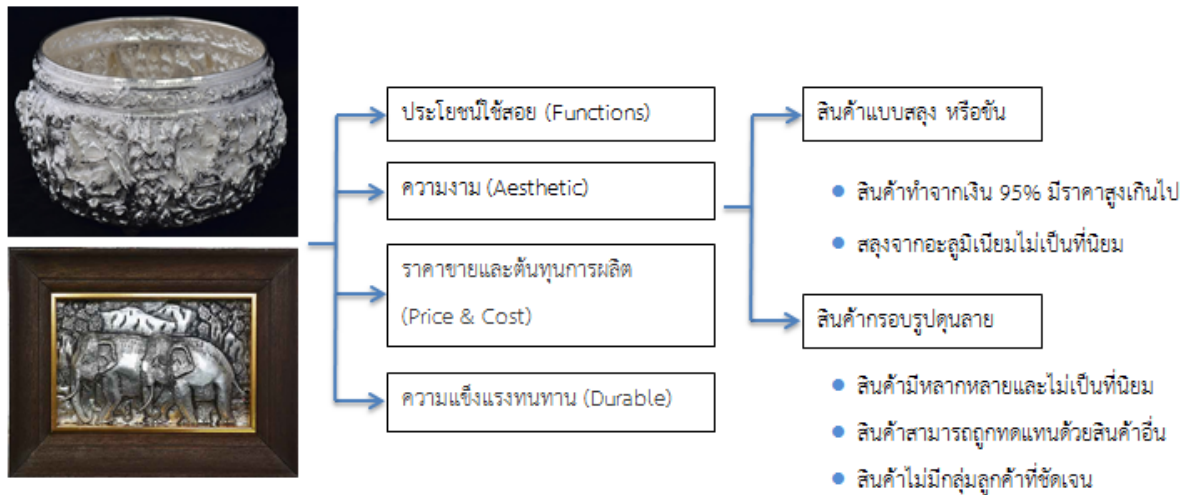
ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย คณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อให้สามารถสำรวจผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนวัวลาย แล้วทำการวิเคราะห์ทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค รวมถึงรูปแบบที่เป็นที่ต้องการของตลาด ตลอดจนการเชื่อมโยงช่องทางการตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ และชุมชนสามารถจัดจำหน่ายได้อย่างยั่งยืน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. สำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม

จากการสำรวจผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนวัวลายพบว่ามีรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือแผ่นภาพคุณลายโลหะ (ซึ่งนิยมใช้แผ่นอะลูมิเนียมในการสร้างชิ้นงาน) และกลุ่มผลิตภัณฑ์สลุงหรือขัน ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาที่ชุมชนวัวลายยังอนุรักษ์เอาไว้ แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ใช้ในการทำเช่นเปลี่ยนจากเงินแท้ 95% เป็นอะลูมิเนียม ทองแดง หรือเป็นทองแดงชุบด้วยเงินอีกชั้นหนึ่ง



รูปที่ 3-13 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนวัวลายคือแผ่นภาพคุณลายโลหะและกลุ่มผลิตภัณฑ์สลุงหรือขัน



รูปที่ 3-14 แสดงตารางการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชนวัวลาย

2. สำนักรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมหรือมีคำสั่งซื้อสูง

จากการดำเนินการสำรวจผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย ขณะที่ปรึกษาได้ทำการสำรวจแหล่งจำหน่ายสินค้าที่เป็นตัวแทนของชุมชน 2 แห่งได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ และ วิสาหกิจชุมชนหมื่นสารบ้านวัวลาย โดยพบว่าสินค้าที่ได้รับความนิยม 5 อันดับแรกได้แก่

- 2.1) แผ่นภาพดูสวยพร้อมกรอบ ตราสัญลักษณ์ต่างๆ (70%)
- 2.2) สูงหรือชั้นเงินแท้ 95% (10%)
- 2.3) ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและโต๊ะอาหารที่ทำจากเงินแท้ 95% (5%)
- 2.4) ผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภคหรืองาน ORDER (10%)
- 2.5) ผลิตภัณฑ์จิวเวลรี่และเครื่องประดับ (5%)



รูปที่ 3-15 แสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมของชุมชนวัวลาย

3. สํารวจราคากลางของผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

จากการสำรวจราคากลางของผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน พบว่าในปัจจุบันอยู่ที่ราคา กรัมละ 90 บาท (เงิน 95%)

4. สํารวจแหล่งจำหน่ายสินค้าที่เป็นเครื่องเงินหรือกลุ่มเดียวกับเครื่องเงิน

ขณะที่ปรึกษาได้ลงพื้นที่เพื่อทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายหรือแหล่งจำหน่ายเครื่องเงินของชุมชนวัวลายในปัจจุบัน โดยสามารถสรุปช่องทางการจัดจำหน่ายรวม 4 ช่องทางได้ดังนี้

- 4.1) การจำหน่ายผ่านร้านค้าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ
- 4.2) การจำหน่ายผ่านร้านค้าวิสาหกิจชุมชนหมื่นสารบ้านวัวลาย
- 4.3) การจำหน่ายผ่านตัวแทนของชุมชนที่รับจ้างผลิต หรือที่ชุมชนเรียกว่ารับงาน Order
- 4.4) การจำหน่ายผ่านการออกร้าน ในงานต่างๆ เช่น งาน OTOP งานที่จัดขึ้นโดยศูนย์ศิลปาชีพ ระหว่างประเทศ หรืองานจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้น

ซึ่งในแต่ละช่องทาง มีคำสั่งซื้อและรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ไม่แน่นอน กล่าวคือการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆ นั้นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อคำสั่งซื้อของลูกค้าและยอดจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างกันดังแสดงในตารางที่ 3-9

ตารางที่ 3-9 ช่องทางและปัจจัยที่ส่งเสริมต่อยอดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ยอดการจำหน่าย	ปัจจัยที่ส่งเสริมต่อยอดจำหน่าย	ร้อยละของยอดการจำหน่าย
ร้านค้าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ	มียอดการจำหน่ายที่ไม่แน่นอน	<ul style="list-style-type: none"> ● เทศกาลสำคัญ ● มีกิจกรรมที่วัดศรีสุพรรณจัดขึ้น 	ร้อยละ 40
ร้านค้าวิสาหกิจชุมชนหมื่นสารบ้านวัวลาย	มียอดการจำหน่ายที่ไม่แน่นอน	กลุ่มฐานลูกค้าเดิมที่รู้จักและมีการบอกปากต่อปาก	ร้อยละ 30
ผ่านตัวแทนของชุมชนที่รับจ้างผลิต	มียอดการจำหน่ายที่แน่นอนแต่อัตราค่าจ้างต่ำ	ความสามารถของตัวแทนในการหางาน	ร้อยละ 15
การออกร้าน ในงานต่างๆ	มียอดการจำหน่ายสูงและแน่นอน แต่จะมีรายได้แค่บางช่วงเวลาจัดงานเท่านั้น	การจัดงานที่ดึงดูดผู้บริโภคมให้มาเยี่ยมชมงานที่จัดขึ้น	ร้อยละ 10
อื่นๆ	-	-	ร้อยละ 5

5. ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

สำหรับขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้มีการนำข้อมูลที่ได้รวบรวมจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในช่วงเดือน พฤษภาคม 2561 และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ของคณะที่ปรึกษา จึงได้สรุปแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ภายใต้ 3 แนวคิดหลัก คือ

- 5.1) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างจากแผ่นภาพดูนลาย และชิ้นหรือสลุง
- 5.2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยวางจำหน่ายในท้องตลาดและสามารถเป็นของตกแต่งบ้านได้

5.3) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้โลหะดุนลาย ซึ่งราคาไม่สูงจนเกินไป

สรุป การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คณะที่ปรึกษาเลือก คือ โคมไฟที่ทำจากโลหะดุนลาย โดยแสดงให้เห็นถึงลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนวัวลาย ทำออกแบบให้มี 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยจัดจำหน่ายในราคา 1,990 บาท (สำหรับขนาดเล็ก) และ 2,490 บาท (สำหรับขนาดใหญ่)



รูปที่ 3-16 แสดงโคมไฟที่ทำจากโลหะดุนลาย ขนาดเล็กและขนาดใหญ่

6. อบรมให้ความรู้แก่ชุมชน

6.1) การอบรมช่างทำเครื่องเงิน (สล่าควเงิน) เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่มีความประณีตและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ โดยคณะที่ปรึกษาได้ประชุมและมีมติให้คัดเลือกช่างในชุมชนที่เป็นกลุ่มช่างรุ่นใหม่ที่มีฝีมือในการดุนลายโลหะ และการฉลุลายเข้ารับการฝึกอบรมจากสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ช่วงวันที่ 27-31 สิงหาคม พ.ศ.2561 ณ สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร ที่อยู่ 93 หมู่ 3 ถนนพุทธ-มณฑลสาย 5 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170 ติดต่อ 02-482-1365-6, 02 482-1084, Fax 02-482-1362 ทั้งนี้มีองค์ความรู้หลักที่ช่างต้องการองค์ความรู้เพื่อนำมาต่อยอดในการทำงานดังนี้ 1.การฉลุลายแบบงานปราณีตศิลป์ 2.การลงยาสีเย็น 3.การเชื่อมโลหะ 4.ลวดลายของฉัตรและบังแทรก คณะที่ปรึกษาจึงได้มีหนังสือจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เลขที่ ศธ 6592(11).1/140 เรื่องขอความอนุเคราะห์ศึกษาดูงาน ณ สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากรการจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกของชุมชนวัวลาย ภายใต้โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ใหม่ให้กับชุมชนวัวลาย โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวัวลาย
2. สามารถสร้างชิ้นงานที่ประกอบไปด้วย องค์พระพุทธรูปปฏิหารย์จำลอง ฉัตรประจำองค์พระ และบังแทรกประจำองค์พระ

3. เพื่อพัฒนาทักษะ และฝีมือช่างทำเครื่องเงินวิวลายให้สามารถทำงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การดุนลายเงินร่วมกับทองเหลือง หรือการลงยาแบบเครื่องเงินสุโขทัย เป็นต้น
4. เพื่อยกระดับมาตรฐานฝีมือช่าง ในด้านรายละเอียดของชิ้นงาน และการตกแต่งงานที่มีความละเอียดสูง เช่น เทคนิคการลงยาบนชิ้นงาน เป็นต้น
5. เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้และประสบการณ์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์

รายชื่อและความสามารถของผู้เข้าร่วมอบรม

- | | |
|-------------------------|--------------------------------|
| 1. นายอนุชา บุญแลน | (ช่างแผนกดุนลาย และเชื่อมโลหะ) |
| 2. นายอาคม ชุมศิริ | (ช่างแผนกดุนลาย) |
| 3. นายทรงฤทธิ์ ไชยรังสี | (ช่างแผนกดุนลาย) |
| 4. นายประสาน วงศ์เลิศ | (ช่างแผนกดุนลาย) |
| 5. นายมณฑล เชียงมั่ง | (ช่างแผนกดุนลาย) |

กำหนดการเข้ารับการฝึกอบรม

กำหนดการเข้ารับการฝึกอบรมจากสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ช่วงวันที่ 27-31 สิงหาคม พ.ศ.2561 ณ สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร ที่อยู่ 93 หมู่3 ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170 ติดต่อ 02-482-1365-6, 02 482-1084 , Fax 02-482-1362 โดยมีรายละเอียดดังนี้

วันจันทร์ ที่ 27 สิงหาคม 2561

- | | |
|----------------|---|
| 06.00 น. | เดินทางถึง สถานีขนส่งหมอชิต กรุงเทพมหานครโดยสวัสดิภาพ |
| 06.00-07.00 น. | เดินทางจาก สถานีขนส่งหมอชิต ไป สำนักช่างสิบหมู่ จังหวัดนครปฐม |
| 07.00-08.30 น. | เดินทางเข้าที่พัก รับประทานอาหารเช้าและพักผ่อนตามอัธยาศัย |
| 08.30-09.00 น. | เดินทางจากที่พักไปสำนักช่างสิบหมู่กรมศิลปากร |
| 09.00-09.30 น. | การต้อนรับจากกลุ่มครูช่างบุ สำนักช่างสิบหมู่ |
| 09.30-12.00 น. | เรียนรู้วิธีการดุนลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคทำการดุนลายนูนต่ำ |
| 12.00-13.00 น. | พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| 13.00-16.00 น. | ทำการฝึกดุนลายโลหะ(ทองแดง) โดยแบบจากนายช่างศิลปกรรมอาวุโส |
| 16.00-17.00 น. | เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย |
| 17.00-18.00 น. | รับประทานอาหารเย็น |

วันอังคาร ที่ 28 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการฝึกคุณลายโลหะ(ทองแดง) โดยแบบจากนายช่างศิลปกรรมอาวุโส (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการฉลุลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคทำการฉลุลายนูนต่ำ
- 09.30-12.00 น. ทำการฝึกฉลุลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคทำการฉลุลายนูนต่ำ
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำการฝึกฉลุลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคทำการฉลุลายนูนต่ำ (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 17.00-18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

วันพุธ ที่ 29 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการฝึกฉลุลายโลหะ (ทองแดง) และเทคนิคทำการฉลุลายนูนต่ำ (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการเชื่อมโลหะ (ทองแดง)
- 09.30-12.00 น. ทำการฝึกเชื่อมโลหะ (ทองแดง)
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำการฝึกเชื่อมโลหะ (ทองแดง) (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 17.00-18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

วันพุธ ที่ 29 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการฝึกเชื่อมโลหะ (ทองแดง) (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการประกอบฉัตร และเทคนิคการเก็บรายละเอียดของลวดลายที่เสียหายบนชิ้นงาน
- 09.30-12.00 น. ทำการฝึกการเก็บรายละเอียดของลวดลายที่เสียหายบนชิ้นงาน
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำการประกอบฉัตรและบังแทรก
- 16.00-17.00 น. เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 17.00-18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

วันพฤหัสบดี ที่ 30 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการประกอบฉัตรและบังแทรก (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการออกแบบลวดลายสำหรับการทำฉัตรโดยเฉพาะ
- 09.30-12.00 น. ทำการฝึกทำความสะอาดชิ้นงาน (ฉัตรและบังแทรก) เพื่อเตรียมลงยา
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน

- 13.00-16.00 น. ทำการฝึกทำความสะอาดชิ้นงาน (ฉัตรและบังแทรก)เพื่อเตรียมลงยา (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. เดินทางกลับที่พักและพักผ่อนตามอัธยาศัย
- 17.00-18.00 น. รับประทานอาหารเย็น

วันศุกร์ ที่ 31 สิงหาคม 2561

- 07.30-08.00 น. ทำการฝึกทำความสะอาดชิ้นงาน (ฉัตรและบังแทรก)เพื่อเตรียมลงยา (ต่อ)
- 08.00-09.30 น. เรียนรู้วิธีการผสมยาสีแบบเย็น
- 09.30-12.00 น. ทำการฝึกลงยาสีแบบเย็นบนฉัตรและบังแทรก
- 12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-16.00 น. ทำการฝึกลงยาสีแบบเย็นบนฉัตรและบังแทรก (ต่อ)
- 16.00-17.00 น. กล่าวขอบคุณ นายช่างศิลปกรรมอาวุโส โดยตัวแทนช่างทำเครื่องเงินชุมชนวัวลาย
- 17.00-18.00 น. เดินทางกลับจังหวัดเชียงใหม่

รายงานสรุปการฝึกอบรม

ในการอบรมเชิงปฏิบัติการ ในช่วงวันที่ 27-31 สิงหาคม 2561 ณ ห้องฝึกอบรม สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม เป็นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop) ที่เน้นการลงมือคุณลายโลหะจริง เพื่อให้ช่างคุณลายเครื่องเงินจากชุมชนวัวลาย สามารถทดลองปฏิบัติงานภายใต้การดูแลของนายช่างศิลปกรรมอาวุโส สำนักช่างสิบหมู่ และพัฒนาฝีมือการคุณลายโลหะ ตลอดจนพัฒนาออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ ดังนี้

1. องค์พระพุทธรูปปฏิหารีย์จำลอง (ใช้องค์พระแบบหล่อ)
2. ฉัตรประจำองค์พระ
3. บังแทรกประจำองค์พระ
4. การลงยาฉัตร และบังแทรกประจำองค์พระ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ในช่วงวันที่ 27-31 สิงหาคม 2561 ณ ห้องฝึกอบรม สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม คือ

1. สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ให้กับชุมชนวัวลาย โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่แสดงถึงชุมชนวัวลายได้
2. สามารถสร้างชิ้นงานที่ประกอบไปด้วย องค์พระพุทธรูปปฏิหารีย์จำลอง ฉัตรประจำองค์พระ และบังแทรกประจำองค์พระ ได้สำเร็จและเป็นไปตามวัตถุประสงค์
3. สามารถพัฒนาทักษะ และฝีมือช่างทำเครื่องเงินวัวลายให้สามารถทำงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่นการคุณลายเงิน ร่วมกับทองแดงหรือการลงยาสีเย็น เป็นต้น

4. สามารถยกระดับมาตรฐานฝีมือช่าง ในด้านรายละเอียดของชิ้นงาน และการตกแต่งงานที่มีความละเอียดสูง เช่นเทคนิคการลงยาสีแบบเย็นบนชิ้นงาน
5. สามารถเสริมสร้างองค์ความรู้และประสบการณ์ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์



รูปที่ 3-17 ตัวอย่างงานฉัตรและบังแทรกของเครื่องทองสมัยอยุธยา



รูปที่ 3-18 ช่างเรียนรู้การดูแลทองแดงสำหรับทำฉัตรและบังแทรก



รูปที่ 3-19 ช่างเรียนรู้การฉลุลายทองแดงและสำหรับทำฉัตร



รูปที่ 3-20 ช่างเรียนรู้การเชื่อมทองแดงสำหรับทำฉัตร



รูปที่ 3-21 ช่างเรียนรู้การดุนลายทองแดงสำหรับทำบังแทรก



รูปที่ 3-22 ช่างเรียนรู้การกัดชิ้นงานด้วยน้ำกรด เพื่อทำความสะอาดผิวชิ้นงาน



รูปที่ 3-23 ช่างเรียนรู้การลงยาสีเย็นของฉัตรและบังแทรก

6.2) การอบรมสื่อออนไลน์บนแอปพลิเคชันLine@ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวัวลายมีเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย โดยจุดเด่นของแอปพลิเคชัน LINE@ นี้ก็คือ เราสามารถเข้าไปสร้าง Official Account โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายจาก Line ได้เลย ซึ่งถือเป็นโอกาสในการทำรายได้มหาศาลของผู้ประกอบการ SMEs ยุคดิจิทัล โดยตัวอย่างของข้อดีของ LINE@ แบบฟรี ก็คือเราสามารถใช้โหมทตอบกลับอัตโนมัติ เวลาที่มีลูกค้าเข้ามาสอบถามได้เลย และเราสามารถตั้งข้อความสำหรับไว้ตอบกลับอัตโนมัติได้ หรือจะเลือกตอบข้อความเหล่านั้นด้วยตนเองก็ได้ โดยเราสามารถให้เพื่อนหรือลูกค้าแอด Line ID ของ LINE@ ของเราเข้ามาได้ไม่จำกัด หรือจะเลือกแบบอื่นๆเช่น Scan QR Code เป็นต้น สำหรับชุมชนวัวลาย คณะที่ปรึกษาได้ทำการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และให้ผู้ประกอบการในชุมชนวัวลายทำการสมัครและใช้แอปพลิเคชัน LINE@ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าแล้วเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ.2561 โดยมีผู้ที่เข้ารับการอบรมประกอบไปด้วย 1.วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ 2.วิสาหกิจชุมชนหมื่นสารบ้านวัวลาย 3.กลุ่มทำเครื่องเงินชุมชนนันทาราม ภายใต้โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อให้ชุมชนมีเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัวลาย
2. เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนวัวลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าของชุมชนมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อฝึกอบรมให้ชุมชนสามารถทำการค้าขายสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบน Line@ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กำหนดการเข้ารับการฝึกอบรม

กำหนดการเข้ารับการฝึกอบรมทำแอปพลิเคชัน Line@ วันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ.2561 ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่อยู่ 239 ถนนห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 โดยมีรายละเอียดดังนี้

วันพุธ ที่ 22 สิงหาคม 2561

08.30-09.00 น. ลงทะเบียน

09.00-09.30 น. เรียนความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Line@

09.30-12.00 น. เรียนรู้วิธีการสร้างและใช้แอปพลิเคชัน Line@

12.00-13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน

13.00-16.00 น. ทำการฝึกส่งข้อมูลข่าวสารและการ Broadcast ข้อความบนแอปพลิเคชัน Line@

รายงานสรุปการฝึกอบรม

ในการอบรมการใช้แอปพลิเคชัน Line@ วันที่ 22 สิงหาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่อยู่ 239 ถนนห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 เป็นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop) ที่เน้นการลงมือสมัครและทำการ Broadcast ข้อความบนแอปพลิเคชัน Line@ ที่ชุมชนสร้างขึ้น และมีการชวนเพื่อนในแอปพลิเคชันไลน์ เข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อรับข่าวสารที่ชุมชนได้กระจายข้อความส่งไปโดยผลที่ได้จากการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการคือ ชุมชนวัลายทั้ง 3 หมู่บ้านมีแอปพลิเคชัน Line@ เป็นของตัวเอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม

ชุมชนวัลายทั้ง 3 หมู่บ้านมีแอปพลิเคชัน Line@ เป็นของตัวเอง ทำให้สามารถนำแอปพลิเคชันดังกล่าวไปใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าออนไลน์ต่อไปได้



รูปที่ 3-24 การฝึกอบรมใช้แอปพลิเคชัน Line@

2) นำผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้รับความนิยมมาต่อยอดได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิม จำนวน 3 รูปแบบ

2.1) ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบที่ 1 ได้มีการนำแผ่นภาพคุณลายมาออกแบบให้เป็นตราสัญลักษณ์ของงานประชุมทางวิชาการเพื่อเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์แบบเดิมๆ ซึ่งมักเป็นลวดลายช้างหรือภาพวิถีชีวิตแบบชนบท ซึ่งมักไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค



รูปที่ 3-25 งานคุณลายตราสัญลักษณ์งานประชุมวิชาการ ASIAENG AGE REGIONAL CONFERENCE

2.2) ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบที่ 2 เป็นการคุณลายหุ่นตัวบนแผ่นอลูมิเนียมเพื่อทำฉัตร แต่เดิมภาคเหนือของประเทศไทยมักจะทำฉัตรที่เป็นลักษณะของชนเผ่าไทยใหญ่ ซึ่งโดยมากจะไม่เน้นลวดลายที่ละเอียดและประณีต แต่จะเน้นที่ขนาดใหญ่ ทำให้ไม่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นงานฝีมือที่มีความละเอียด ประณีต และแสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย คณะที่ปรึกษาจึงเห็นสมควรให้คัดเลือกช่างในชุมชนที่เป็นกลุ่มช่างรุ่นใหม่ที่มีฝีมือในการคุณลายโลหะ และการคุณลายเข้ารับการฝึกอบรมจากสำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมทำฉัตรที่มีความละเอียดของลวดลายและเป็นงานประณีตศิลป์



รูปที่ 3-26 งานคุณลายฉัตรประกอบองค์พระพุทธรูปปฏิหารีย์

2.3) ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบที่ 3 เป็นการดุนลายนูนต่ำบนแผ่นอลูมิเนียมเพื่อทำบังแทรก ซึ่งเป็นเครื่องสูงอย่างหนึ่งที่ใช้กันบังแดดของพระพุทธรูป พระมหากษัตริย์และเจ้านายชั้นสูงและใช้ในริ้วขบวนพิธีแห่ มีลักษณะคล้ายพัด มีด้ามยาว ทำด้วยผ้าปักดินทองเป็นลวดลายด้วยวิธีปักหักทองขวาง มีโครงเหล็กเส้น บังแทรกมีลักษณะกลม มียอดแหลม ขอบเป็นหยักคล้ายกลีบบัว ด้านบนทำเป็นยอดรูปกระจังเรียวยาวแหลม มีด้ามไม้ยาวหุ้มโลหะ บังแทรกเมื่อเชิญเข้าริ้วกระบวนแห่จะแทรกอยู่ระหว่างฉัตร 5 ชั้น ในปัจจุบันนอกจากจะมีไว้สำหรับประกอบเครื่องสูง ยังมีลูกค้าที่นิยมในความหมายที่ดีและเป็นมงคลของบังแทรก สักทำด้วยโลหะชนิดต่างๆ เช่น ทองคำ เงิน ทองแดง เป็นต้น สำหรับบูชาและตั้งแสดงที่บ้านหรือที่ทำงานเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัว



รูปที่ 3-27 งานดุนลายบังแทรก



รูปที่ 3-28 งานดุนลายฉัตรและบังแทรกประกอบองค์พระพุทธรูปาภุหารีย์

3.4.5 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่ายในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยนำเอกลักษณ์ชุมชนมาสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว

ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนวัวลายเพิ่มขึ้นจากพื้นที่เดิมโดย คณะที่ปรึกษา ได้ให้ความสำคัญในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นช่องทางการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังนั้นจึงมีการขยายเส้นทางของถนนคนเดินชุมชนวัวลายจากเดิม มายังวัดหมื่นสารโดยใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์การทำเครื่องเงิน หรือคั่วเงิน ให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน ซึ่งถนนคนเดิน (Walking Street) ถือเป็นหนึ่งในแนวความคิดพัฒนาเมืองและการกำหนดใช้พื้นที่เมืองให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์พื้นที่ในเมือง ในหลายประเทศก็ได้กลายเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งรวมงานศิลปะ วรรณศิลป์ จิตรกรรม ฯลฯ ตลอดจนเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติจะต้องแวะมาเยี่ยมชมเยือน

จังหวัดเชียงใหม่ ในนาม “เชียงใหม่ นพบุรีศรีนครพิงค์” นครแห่งความรุ่งเรืองด้านศิลปกรรม โบราณวัตถุ ตลอดจนวัฒนธรรมล้านนาที่เปี่ยมมนต์เสน่ห์ ซึ่งเป็นความรุ่งเรืองที่ก้าวไปพร้อมๆ กับการพัฒนา ทางด้านเศรษฐกิจ โดยเชียงใหม่ได้กำหนดกรอบวิสัยทัศน์ และแนวทางการพัฒนาจังหวัด ซึ่งหนึ่งในแนว ทางการดำเนินงานก็คือ การกำหนดให้มีการใช้ที่ดินในจังหวัดอย่างเหมาะสม เพื่อให้เชียงใหม่เป็นเมืองน่าอยู่ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีไปพร้อมๆ กับการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เปี่ยมศักยภาพและกิจกรรม “ถนนคนเดิน” ก็คือ อีกหนึ่งกิจกรรมที่จะมีการนำมาดำเนินการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดให้พื้นที่ดำเนินการคือ “ถนนวัว ลาย” อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นถนนสายเศรษฐกิจเส้นแรกของจังหวัด มีประวัติความเป็นมา ยาวนาน นับเป็นการปลุกวัฒนธรรมของพื้นที่ให้มีชีวิตชีวาอีกครั้ง เป็นการ “คืนชีวิตให้ชุมชน คืนถนนให้คน เดิน” โดยนำขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงามของล้านนามาเป็นหัวใจในการนำเสนอ ขณะเดียวกันก็สอดแทรก การรณรงค์ในเรื่องการประหยัดพลังงาน การลดมลพิษ และส่งเสริมการท่องเที่ยวไปในกิจกรรมพื้นฐานของ “ถนนคนเดิน”

โดยคณะที่ปรึกษาได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อผลักดันให้เกิดถนนคนเดิน “ถนนคนเดินช่วง วัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” ดังนี้

- 1.1) การจัดประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการ และข้อกำหนดในการจัดทำถนนคนเดิน “ถนนคนเดิน ช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร”



รูปที่ 3-29 การประชุมผู้นำชุมชนวัดหมื่นสารชี้แจงวัตถุประสงค์โครงการฯ ครั้งที่ 1

1.2) การจัดตั้งกรรมการถนนคนเดิน “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร”

คณะกรรมการฝ่ายบริหารกิจกรรม ประกอบด้วย

นายสนิท บุญแลน	ประธาน
นายสุภาพ เจริญภักดี	รองประธาน
นางภาวิณี บุญแลน	เลขานุการ

คณะกรรมการฝ่ายประสานงานและประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย

นางสมาลี นุ่มประทุม

คณะกรรมการฝ่ายจัดสถานที่ ประกอบด้วย

นายสุรศักดิ์ สิทธิการ

นายประยูร บัณมณี

คณะกรรมการฝ่ายการเงินและบัญชี ประกอบด้วย

นายสวัสดิ์ เจริญจะชิล

นางดาราร ถวิลวิศาล

คณะกรรมการฝ่ายผลิตภัณฑ์

นางนิตยา บุณนาค

ครูปรียา ชมชื่น



รูปที่ 3-30 การประชุมจัดตั้งคณะกรรมการถนนคนเดิน

1.3) การทดลองจัดถนนคนเดิน “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร”



รูปที่ 3-31 คณะกรรมการชุมชนคัดเลือกพื้นที่ เพื่อจัดถนนคนเดิน



รูปที่ 3-32 การทดลองการจัดถนนคนเดินเพื่อทราบถึงการตอบรับของนักท่องเที่ยว



รูปที่ 3-32 การทดลองการจัดถนนคนเดินเพื่อทราบถึงการตอบรับของนักท่องเที่ยว (ต่อ)



รูปที่ 3-33 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อของและเยี่ยมชม "ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร"

1.4) พิธีเปิดถนนคนเดิน “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” วันเสาร์ที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2561

ในการจัดพิธีเปิดดังกล่าว คณะที่ปรึกษาได้เรียนเชิญ นายสุนทร ยามศิริ รองนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ เป็นประธานในพิธี และรองศาสตราจารย์ ดร.คมกฤต เล็กสกุล เป็นผู้กล่าวรายงานและความเป็นมาของโครงการฯ โดยในพิธีเปิดดังกล่าวมีแขกที่ได้รับเชิญ 40 ท่าน รวมทั้งชาวบ้านวัดหมื่นสารร่วมกว่า 60 คน และนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานดังกล่าว

พิธีเปิดถนนคนเดิน “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” ตามการส่งเสริมของโครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ): ชุมชนวัวลาย มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อส่งเสริมการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนวัวลายเพิ่มขึ้นจากพื้นที่เดิม โดยคณะที่ปรึกษาได้ให้ความสำคัญในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นช่องทางการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังนั้นจึงมีการขยายเส้นทางของถนนคนเดินชุมชนวัวลายจากเดิม มายังวัดหมื่นสารโดยใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” โดยชุมชนวัวลาย และศูนย์การเรียนรู้ศิลปหัตถกรรมเครื่องเงิน เป็นแหล่งวัฒนธรรมและการเรียนรู้ที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นที่ทราบโดยทั่วกันถึงการสืบทอดวิถีการดำรงชีวิต ประเพณี การทำภาชนะและเครื่องประดับเงิน การบุดุนโลหะ การต่อลายโลหะ เป็นศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่าในตัวเอง ทั้งในด้านรูปทรงและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์จากช่างฝีมือในพื้นที่ ที่มีความรู้ความชำนาญและความประณีตพิเศษ รวมถึงกิจกรรมถนนคนเดินวัวลาย ที่มีการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จึงทำให้ชุมชนวัวลายนั้นเป็นที่รู้จักและนิยมทั้งในหมู่ของกลุ่มคนไทยและชาวต่างประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนต่อเนื่องตลอดมา

นอกจากนี้ คณะที่ปรึกษาายังได้ส่งเสริม แนวคิดการทำงาน DIY ให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนโดยการลงยาสีเย็นบนแหวนเงินแท้ 92.5% ซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่เดินเข้ามายังบริเวณงานพิธีเปิดและถนนคนเดินวัดหมื่นสารเป็นอย่างมาก โดยคิดราคาแหวนวงละ 250 บาท

กำหนดการพิธีเปิดการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ)

“ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร”

วันเสาร์ที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2561 เวลา 19.00 - 20.30 น.

ณ ลานถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร ต.หายยา อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่

การจัดพิธีเปิดการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561 “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” เพื่อชี้แจงการดำเนินโครงการให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจทั่วไป มีกำหนดการและรายละเอียดกิจกรรม ดังนี้

- | | |
|----------------|---|
| 19.00 น. | คณะกรรมการชุมชนวัวลาย ให้การต้อนรับ นายสุนทร ยามศิริ รองนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ส่วนราชการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง |
| 19.00-19.15 น. | เข้าสู่พิธีเปิดโครงการฯ ณ ลานถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร
รับชมการแสดงต้อนรับจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 19.15-19.20 น. | กล่าวแนะนำชี้แจงโครงการฯ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.คมกฤต เล็กสกุล
ผู้จัดการโครงการ |
| 19.20-19.25 น. | กล่าวถึงความร่วมมือในการดำเนินโครงการฯ โดย ผู้แทนจากสำนักงาน
พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ |
| 19.25-19.30 น. | กล่าวเปิดโครงการฯ โดย นายสุนทร ยามศิริ รองนายกเทศมนตรีนคร
เชียงใหม่ |
| 19.30-20.00 น. | รับชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมล้านนาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เยี่ยมชมถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรม และศูนย์การเรียนรู้ |
| 20.00-20.30 น. | นำสักการะรูปเหมือนพระครูบาศรีวิชัย
เยี่ยมชมหอศิลป์ สุทธจิตโต วัดหมื่นสาร |
| 20.30 น. | เสร็จพิธี / เยี่ยมชมถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรม และศูนย์การเรียนรู้ตาม
อรัญวาสี |



รูปที่ 3-34 การแสดงต้อนรับประธานในพิธี



รูปที่ 3-35 การกล่าวเปิดงาน



รูปที่ 3-36 ประธานตีกลองเพื่อเปิดงานถนนคนเดิน



รูปที่ 3-37 แม่ครูสอนนักท่องเที่ยวลงยาสี่เอ็นบนแหวนเงินแท้ 92.5%



รูปที่ 3-38 การลงยาสีเย็นบนแหวนเงินแท้ 92.5%

2) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ

2.1) ในการเชื่อมโยงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ขณะที่ปรึกษาได้ทำการเชื่อมโยงไปยังห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และมีกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีน ทำให้ห้าง ONE NIMMAN นอกจากจะเป็นห้างสรรพสินค้าที่จำหน่ายของตกแต่งบ้าน และของฝากที่ระลึกจากผู้ผลิตในท้องถิ่นที่กำลังมีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยวขณะนี้แล้วนั้น ยังถือได้ว่าเป็นแลนด์มาร์คที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาแวะชมเพื่อถ่ายภาพและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนกลับบ้าน โดยห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN แบ่งออกเป็น ส่วนดังนี้

- One Square – จุดรวมพล เป็นลานกว้างเอนกประสงค์ เอาไว้ใช้นัดพบ จัดกิจกรรม เวิร์คช็อปต่าง ๆ มีมุมถ่ายภาพที่โดดเด่นสำหรับลูกค้าที่ชื่นชอบการถ่ายภาพ
- Artisan Street – ของตกแต่งบ้าน สินค้าโฮมเมด แฟชั่นใหม่ล้ำสมัย ไม่ซ้ำใคร รวมไปถึงร้านอาหาร Signature ของจังหวัดเชียงใหม่
- All One – แหล่งรวมของฝากเชียงใหม่ และของตกแต่งบ้านจากผู้ผลิตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
- One Street Food Market – รวมสตรีทฟู้ดขึ้นชื่อของเชียงใหม่เอาไว้ที่เดียว ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาที่นี่ได้ทดลองทานอาหารสตรีทฟู้ดของเชียงใหม่อย่างครบครัน

- Nimman Convention Center – สถานที่จัดงานประชุม งานแต่งงาน อีเว้นท์ต่างๆ ซึ่งรองรับคนได้มากถึง 500 คน ด้านในตกแต่งสไตล์ยุโรป หรรษา มีความร่วมสมัย
- U Nimman Hotel – โรงแรมระดับ 5 ดาว และที่พักระยะยาว ระดับ 4 ดาว

ในการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ คณะที่ปรึกษาได้ทำการฝากขายผลิตภัณฑ์ของชุมชนวิวาลัย 3 รายการ คือ 1. โคมไฟตุณลายขนาดเล็ก 2. โคมไฟตุณลายขนาดใหญ่ 3. องค์พระพุทธรูปปฏิหาริย์ประกอบฉัตรและบังแทรก โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. ฝากขายโคมไฟตุณลายขนาดเล็ก ในราคา 1,990 บาท
2. โคมไฟตุณลายขนาดใหญ่ ในราคา 2,490 บาท
3. องค์พระพุทธรูปปฏิหาริย์ประกอบฉัตรและบังแทรก ในราคา 8,990 บาท
4. ทุกยอดขายจะต้องหักค่าฝากขายให้ทางห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN 30%



รูปที่ 3-39 การนำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN



รูปที่ 3-41 ห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN

2.2) ในการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ <http://www.cm-tradingvillage.com>

จัดทำระบบการจำหน่ายสินค้าผ่าน E-commerce หรือ Website: www.cm-tradingvillage.com ที่สามารถชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต และโอนเงินผ่านธนาคารได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่เป็นเครื่องเงินและเครื่องเงินโดยตรง อีกทั้งภายในเว็บไซต์ยังมีข้อมูล เรื่องราว รูปภาพ ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ให้นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเครื่องเงิน และเครื่องเงินของชุมชนวัวลาย

ชุมชนวัวลายเป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานทางด้านเครื่องเงินและเครื่องเงิน อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยง สอดคล้อง กับศิลปวัฒนธรรมของอาณาจักรล้านนา อย่างเห็นได้ชัด แต่ที่ผ่านมายังไม่มีการขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งเครื่องเงินและเครื่องเงินผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีข้อดีคือ เข้าถึงได้ง่าย เป็นที่นิยม สะดวก ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านค้าจริง อีกทั้งการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และโอนเงินผ่านธนาคารได้ จะเป็นจุดที่ช่วยดึงดูดให้ผู้สนใจในผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และเครื่องเงิน ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น เนื่องจากความสะดวกในการสั่งซื้อและชำระค่าบริการ

รูปที่ 3-42 เว็บไซต์ www.cm-tradingvillage.com

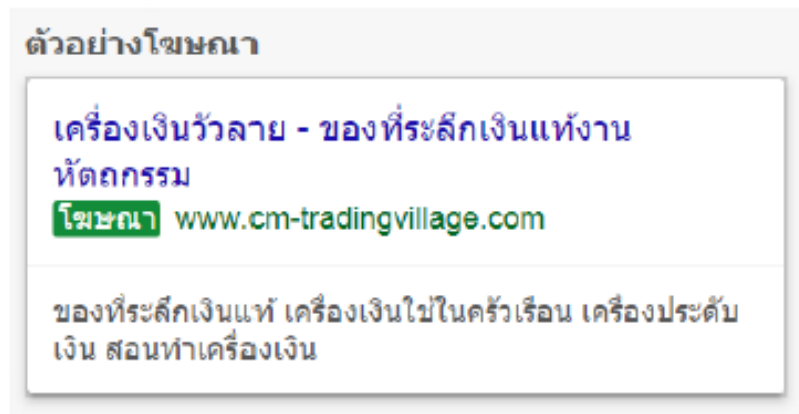
3.4.6 การประชาสัมพันธ์

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ชุมชนวัวลาย) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

โดยหลักการทำ Search Engine (www.google.com) คือ ทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับหน้าแรกๆ ในการค้นหาด้วย Search Engine อย่าง Google หรือที่เรียกว่า การทำ SEO (SEO เป็นคำย่อของ Search Engine Optimization) การค้นหาเรื่องใดๆ ที่ผู้ชมเว็บต้องการทราบ ทำได้โดยพิมพ์คำที่ต้องการค้นหาลงในช่องค้นหา เช่น โฮสต์ราคาถูก เป็นต้น แล้วกด ค้นหา Google ก็จะทำการค้นหาในฐานข้อมูลตนเอง แล้วนำเอาเว็บไซต์ที่มีค่า PR สูง และเว็บไซต์ที่มี Keyword ที่ตรงกับคำค้นหามากที่สุดมาแสดง โดยผลที่แสดงหน้าแรก (อันดับ1-10) และไม่เกินหน้าที่สอง (หรืออันดับ 11-20) จะได้รับการเข้าเยี่ยมชมบ่อยครั้งมากที่สุด ยิ่งอันดับสูงเท่าไรอัตราการคลิกที่สูงเท่านั้น ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นตามมาอย่างรวดเร็ว

สำหรับการทำ Search Engine (www.google.com) ของชุมชนวัวลายมีการเลือกใช้ คำสำคัญหรือ Keyword ดังนี้ 1.เครื่องเงิน 2.หัตถกรรม 3.ของที่ระลึก 4.เงินแท้ 5.Silver Village



รูปที่ 3-43 การโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

คีย์เวิร์ด	ความนิยมของการค้นหา ?
เครื่องเงิน	1600
หัตถกรรม	2900
ของที่ระลึก	9900
เงินแท้	880
silver village	170

รูปที่ 3-44 การกำหนดคำสำคัญบน Search Engine (www.google.com)

1. Decide how much to spend

Your budget Specify how much, on average, you'd like to spend per day. You're charged only when someone clicks your ad.

THB 50 per day

You can always change the amount. The currency type (THB) will be set for your entire account and can't be changed.

Daily potential reach
Search Network only

34+ clicks
1K+ impressions

รูปที่ 3-45 การกำหนดค่าใช้จ่ายบน Search Engine (www.google.com)

2) ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์บนแอปพลิเคชัน LINE@

LINE@ คือบัญชี LINE สำหรับธุรกิจหรือบริษัท เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางธุรกิจหรือการส่งข่าวสาร ข้อมูล มีฟังก์ชันมากมายที่จะช่วยให้ลูกค้ารู้จักและทราบถึงความพิเศษของแบรนด์ และสินค้า ซึ่งบริการนี้ คล้ายๆกับ Facebook Page ที่เราสามารถสร้างบัญชี Line@ เป็นชื่อตัวเอง ชื่อแบรนด์ หรือร้านค้า เพื่อโปรโมตสินค้า ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ โดยรูปแบบใกล้เคียงกันกับ Line Official Account แต่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้งานฟังก์ชันเบื้องต้น และเราสามารถดาวน์โหลด Line@ ได้ทาง App Store สำหรับระบบปฏิบัติการ iOS และ Play Store สำหรับระบบปฏิบัติการ Android

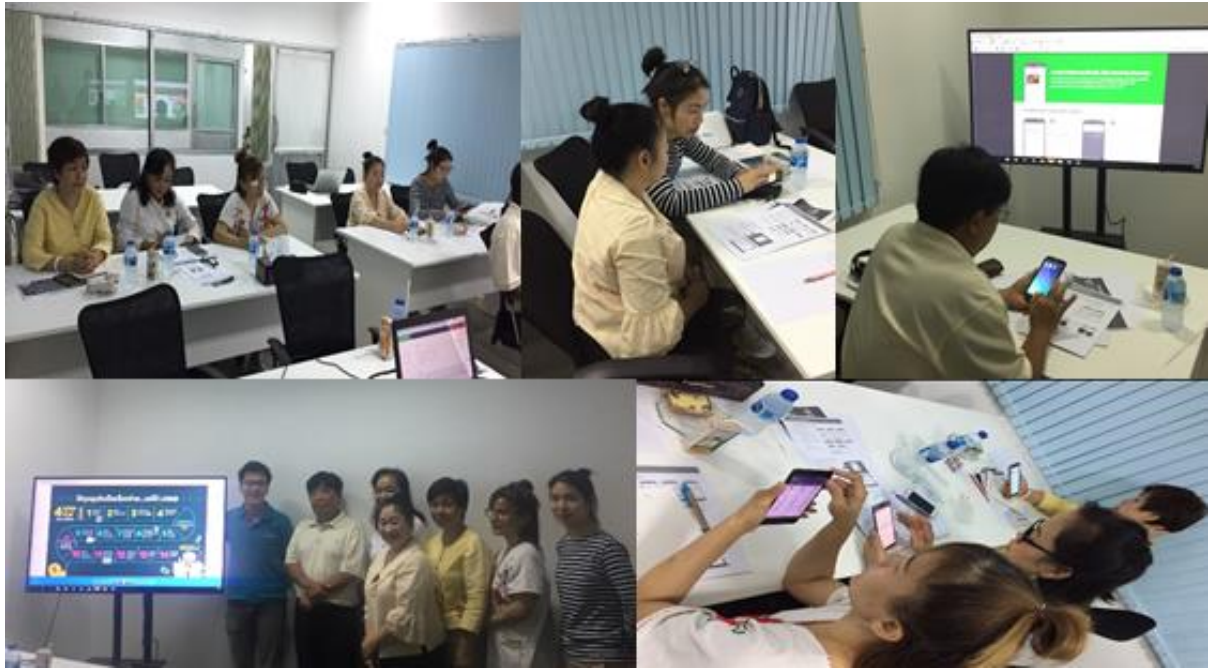
จุดเด่นของแอปพลิเคชัน LINE@ นี้ก็คือ เราสามารถเข้าไปสร้าง Official Account โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายจาก Line ได้เลย ซึ่งถือเป็นโอกาสในการทำรายได้มหาศาลของผู้ประกอบการ SMEs ยุคดิจิทัล โดยตัวอย่างของข้อดีของ LINE@ แบบฟรี ก็คือเราสามารถใช้โหมตตอบกลับอัตโนมัติ เวลาที่มีลูกค้าเข้ามาสอบถามได้เลย และเราสามารถตั้งข้อความสำหรับไว้ตอบกลับอัตโนมัติได้ หรือจะเลือกตอบข้อความเหล่านั้นด้วยตนเองก็ได้ โดยเราสามารถให้เพื่อนหรือลูกค้าแอด Line ID ของ LINE@ ของเราเข้ามาได้ไม่จำกัด หรือจะเลือกแบบอื่นๆเช่น Scan QR Code เป็นต้น

สำหรับชุมชนวิวาลัย คณะที่ปรึกษาได้ทำการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และให้ผู้ประกอบการในชุมชนวิวาลัยทำการสมัครและใช้แอปพลิเคชัน LINE@ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าแล้วเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ.2561 โดยมีผู้ที่เข้ารับการอบรมประกอบไปด้วย 1.วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ 2.วิสาหกิจชุมชนหมื่นสารบ้านวิวาลัย 3.กลุ่มทำเครื่องเงินชุมชนนันทาราม และเมื่อเข้ารับการอบรมแล้วตัวแทนของชุมชนต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

- 2.1) สมัครบัญชีของ LINE@ เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชนและจำหน่ายสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน LINE@
- 2.2) ทำการประชุมร่วมกันภายในชุมชนเพื่อกำหนดชื่อของกลุ่มบนแอปพลิเคชัน LINE@
- 2.3) ทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชนและจำหน่ายสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน LINE@
- 2.4) คณะที่ปรึกษาจะได้จัดทำป้ายโฆษณาสินค้าของชุมชนหรือ Banner FileGIF และ VDO แนะนำสินค้าเพื่อใช้ในการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน



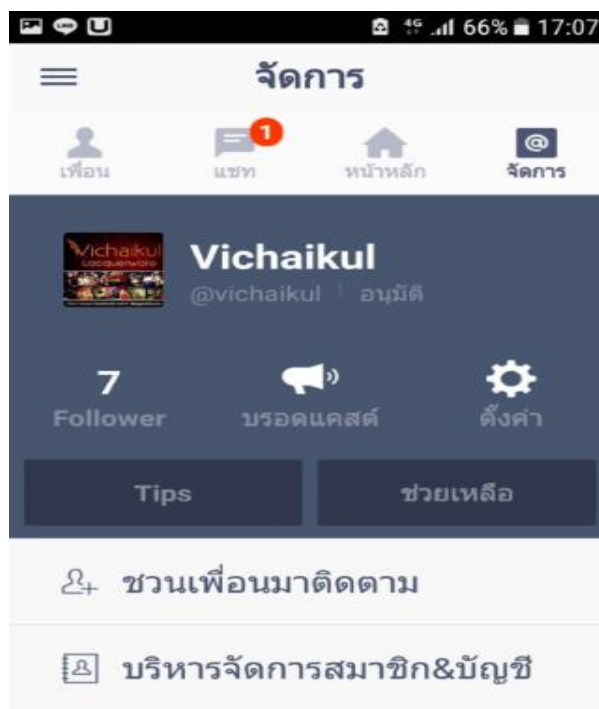
รูปที่ 3-46 การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE@



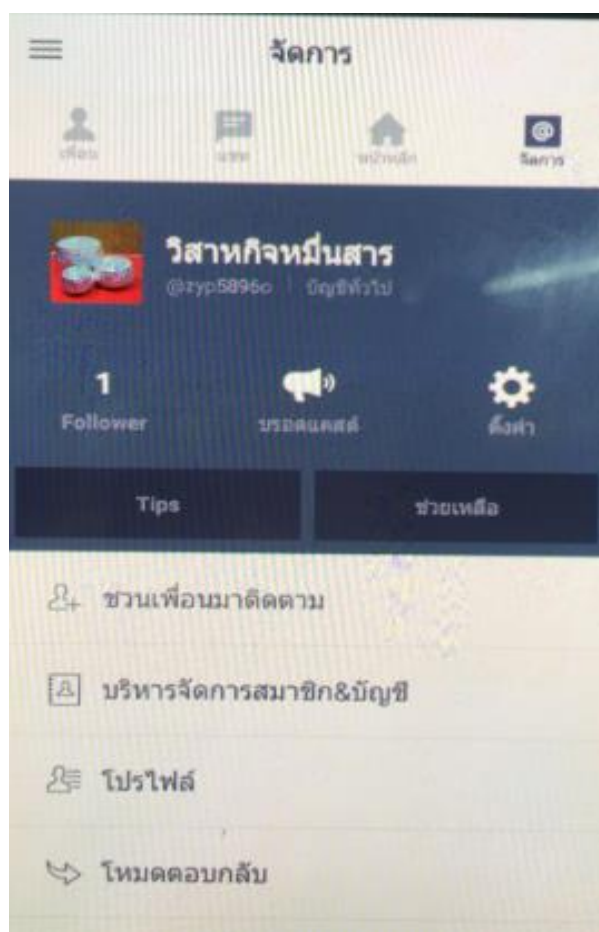
รูปที่ 3-46 การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE@ (ต่อ)



รูปที่ 3-47 LINE@ Account ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ



รูปที่ 3-48 LINE@ Account ของชุมชนวัดนันทาราม



รูปที่ 3-49 LINE@ Account ของวิสาหกิจชุมชนวัดหมื่นสารบ้านวัวลาย



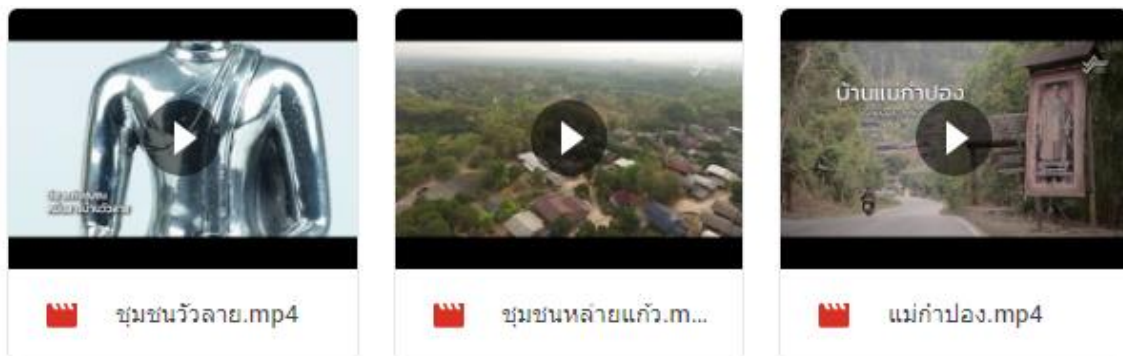
รูปที่ 3-50 ตัวอย่าง Banner ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถศิลป์ล้านนาวัดศรีสุพรรณ



รูปที่ 3-51 ตัวอย่าง Banner ของวิสาหกิจชุมชนวัดหมื่นสารบ้านวัวลาย



รูปที่ 3-52 ตัวอย่าง Banner ของชุมชนวัดนันทาราม



รูปที่ 3-53 ตัวอย่างไฟล์นำเสนอชุมชน ในรูปแบบไฟล์วิดีโอ



รูปที่ 3-54 ตัวอย่างไฟล์นำเสนอชุมชน ในรูปแบบไฟล์ GIF

3) การประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร”

ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนวัวลายเพิ่มขึ้นจากพื้นที่เดิมโดย คณะที่ปรึกษาได้ให้ความสำคัญในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นช่องทางการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังนั้นจึงมีการขยายเส้นทางของถนนคนเดินชุมชนวัวลายจากเดิม มายังวัดหมื่นสารโดยใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และเป็นการประชาสัมพันธ์การทำเครื่องเงิน หรือคั่วเงิน ให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน ซึ่งถนนคนเดิน (Walking Street) ถือเป็นหนึ่งในแนวคิดการพัฒนาเมืองและการกำหนดใช้พื้นที่เมืองให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์พื้นที่ในเมือง ในหลายประเทศก็ได้กลายเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งรวมงานศิลปะ วรรณศิลป์ จิตรกรรม ฯลฯ ตลอดจนเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติจะต้องแวะมาเยี่ยมชมเยือน



รูปที่ 3-55 บรรยากาศ “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร”



รูปที่ 3-55 บรรยากาศ “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” (ต่อ)

4) การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ <http://www.cm-tradingvillage.com>

จัดทำระบบการจำหน่ายสินค้าผ่าน E-commerce หรือ Website: www.cm-tradingvillage.com เพื่อใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มลูกค้า และเป็นการส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่เป็น เครื่องเงินและเครื่องเงินโดยตรง อีกทั้งภายในเว็บไซต์ยังมีข้อมูล เรื่องราว รูปภาพ ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ให้นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเครื่องเงิน และเครื่องเงินของชุมชนวัวลาย



รูปที่ 3-56 เว็บไซต์ www.cm-tradingvillage.com

3.5 การประเมินผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 แล้วนั้น ทีมที่ปรึกษาได้มีการประชุมหารือกันในการสรุปประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม พร้อมทั้งสรุปปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ที่พบหรือที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินโครงการ เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนงานในการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ในอนาคตต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.5.1 การประเมินผลการดำเนินงาน

1) การอบรมให้ความรู้/การศึกษาดูงาน

คณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการจัดอบรมแก่ชุมชน เพื่อเสริมสร้างทักษะในการพัฒนาหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ให้กับบุคลากรในชุมชนที่เกี่ยวข้อง โดยผลที่ได้รับจากการอบรมให้ความรู้ในภาพรวม คือ ทางชุมชนได้มีมุมมองในการดำเนินธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น มีการเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ คณะที่ปรึกษาได้จัดอบรมดังนี้

1) การอบรมเพื่อพัฒนาทักษะฝีมือและความชำนาญให้แก่ช่างทำเครื่องเงินหรือสล่า จำนวน 1 ครั้ง ระหว่างวันที่ 27-31 ส.ค.2561 โดยเดินทางไปฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร ทำให้กลุ่มช่างทำเครื่องเงินของชุมชนวัวลายได้รับความรู้โดยตรง ทั้งทางด้านทฤษฎี และทางด้านเทคนิคอันประกอบด้วย

- การถอดลายแบบงานปราณีตศิลป์
- การลงยาสีเย็น
- การเชื่อมโลหะ
- ลวดลายของฉัตรและบังแทรกการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

2) การอบรมเรื่องการใช้แอปพลิเคชัน Line@ วันที่ 22 ส.ค. 2561 เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ในชุมชน และเพื่อเป็นช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้าอีกช่องทางหนึ่ง

2) การให้คำปรึกษาแนะนำ

ในการดำเนินการให้ความรู้/คำปรึกษาแนะนำ เป็นการนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการสำรวจและรับฟังความคิดเห็นจากชุมชน ทำให้คณะที่ปรึกษาได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับเป็นแนวทางในการปรับปรุงชุมชน ส่งผลให้เกิดแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมในการส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ และการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป โดยในปีงบประมาณ 2561 นี้ คณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการให้คำปรึกษาและแนะนำชุมชนในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1) การอบรม/ให้ความรู้แก่ตัวแทนของชุมชนเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจออนไลน์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ทำให้ชุมชนมีชื่อเสียง

- 2) การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจอย่างยั่งยืน และการบริหารชุมชนอย่างยั่งยืน
- 3) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค
- 4) การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัย สวยงามและมีเอกลักษณ์ของชุมชนวัวลาย
- 5) การใช้สื่อออนไลน์ในการประกอบธุรกิจ เช่น Line@
- 6) การเชื่อมโยงและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เช่นการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com) เป็นต้น

3) การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

ขณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการให้คำปรึกษาในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการออกแบบเพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้กับชุมชนวัวลาย โดยจากการศึกษารายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเครื่องเงินและเครื่องเงิน ชุมชนวัวลาย จึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชน คือ โคมไฟที่ทำจากโลหะดุนลาย โดยแสดงให้เห็นถึงลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนวัวลาย ทำออกแบบให้มี 2 ขนาดคือขนาดเล็กและขนาดใหญ่ โดยจัดจำหน่ายในราคา 1,990 บาท (สำหรับขนาดเล็ก) และ 2,490 บาท (สำหรับขนาดใหญ่)

สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้กับชุมชนวัวลาย ได้ทำการออกแบบ 3 ผลิตภัณฑ์ คือ

- ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบที่ 1 ได้มีการนำแผ่นภาพดุนลายมาออกแบบให้เป็นตราสัญลักษณ์ของงานประชุมทางวิชาการเพื่อเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์แบบเดิมๆ ซึ่งมักเป็นลวดลายช่างหรือภาพวิถีชีวิตแบบชนบท ซึ่งมักไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

- ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบที่ 2 เป็นการดุนลายนูนต่ำบนแผ่นอลูมิเนียมเพื่อทำฉัตร

- ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบที่ 3 เป็นการดุนลายนูนต่ำบนแผ่นอลูมิเนียมเพื่อทำบังแทรก

โดยจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ขณะที่ปรึกษาสามารถประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นของศูนย์วิสาหกิจชุมชนจากเดิม 115,020 บาทต่อปี เพิ่มเป็น 172,000 บาทต่อปี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วนร้อยละจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 49.5 ต่อปี

4) การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ขณะที่ปรึกษาได้ดำเนินการเชื่อมโยงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัวลายกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2 ช่องทางด้วยกัน คือ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยนำเอกลักษณ์ชุมชนมาสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ด้วยการขยายเส้นทางของถนนคนเดินชุมชนวัวลาย ต่อมายังวัดหมื่นสารโดยใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และมีกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีน ทำให้ห้าง ONE NIMMAN เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญจุดหนึ่งของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการซื้อของฝากของที่ระลึก และของตกแต่งบ้านที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยฝากจำหน่ายสินค้าทั้งหมด 3 รายการดังนี้ 1. ฝากขายโคมไฟดุนลายขนาดเล็ก ในราคา 1,990 บาท 2. โคมไฟดุนลายขนาดใหญ่

ในราคา 2,490 บาท 3.องค์พระพุทธรูปปฏิหาริย์ประกอบฉัตรและบังแทรก ในราคา 8,990 บาท คณะที่ปรึกษาได้ทำการประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าดังกล่าวไว้ดังนี้

- โคมไฟตุณลายขนาดเล็ก ในราคา 1,990 บาท จำนวน 10 ชิ้น/เดือน
คิดเป็น 238,800 บาทต่อปี
- โคมไฟตุณลายขนาดใหญ่ ในราคา 2,490 บาท จำนวน 5 ชิ้น/เดือน
คิดเป็น 149,400 บาทต่อปี
- องค์พระพุทธรูปปฏิหาริย์ประกอบฉัตรและบังแทรก ในราคา 8,990 บาท
จำนวน 3 องค์/เดือน คิดเป็น 323,640 บาทต่อปี

5) การประชาสัมพันธ์

ในการสร้างความรับรู้ให้กับบุคคลทั่วไปและคนในชุมชนวัวลาย หรือการประชาสัมพันธ์นั้น คณะที่ปรึกษาได้เลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ไว้ 3 แนวทางคือ 1.ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com) 2.ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์บนแอปพลิเคชัน LINE@ 3.การประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมถนนคนเดิน “ถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร” 4.การจำหน่ายสินค้าผ่าน E-commerce หรือ Website: www.cm-tradingvillage.com ที่สามารถชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต และโอนเงินผ่านธนาคารได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่เป็นเครื่องเงินและเครื่องเงินโดยตรง อีกทั้งภายในเว็บไซต์ยังมีข้อมูล เรื่องราว รูปภาพ คลิปวิดีโอที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ให้นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเครื่องเงินและเครื่องเงินของชุมชนวัวลาย ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

และอีกหนึ่งช่องทางที่ใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสนใจผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัวลายมากยิ่งขึ้นคือการจัดทำป้ายโฆษณาสินค้าออนไลน์ของชุมชนหรือ Banner FileGIF และ VDO แนะนำสินค้าเพื่อใช้ในการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนบนแอปพลิเคชัน LINE@

6) รายได้

จากการดำเนินการโครงการ ทีมที่ปรึกษาได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน และมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายที่จะสามารถนำลูกค้ามาอย่างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน อีกทั้งยังมีการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างเว็บไซต์ <http://cm-tradingvillage.com/> ทำให้สามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างเห็นได้ชัด และมีการพัฒนาช่องทางใหม่ๆ ที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เช่น การสอนการตุณลายโลหะให้แก่ผู้ที่สนใจ เป็นต้น โดยสรุปรายได้ในการดำเนินงานในโครงการเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของชุมชนในปีที่ผ่านมา แสดงในตารางที่ 3-10

ตารางที่ 3-10 เปรียบเทียบรายรายได้ของชุมชนวันสลาย ในปี 2560 กับปี 2561 (ระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน)

ปี 2561	ปี 2560	รายได้ที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
แหล่งที่มาของรายได้			
1. การออกงานแสดงสินค้า	281,880	135,020	91.94
2. ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน	222,000	-	-
3. การเชื่อมโยงการค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์	714,340	514,140	256.81
4. กิจกรรม DIY (Do It by Yourself)	231,000	141,000	156.67
5. ประมาณการรายได้ของช่างฝีมือในชุมชน			
- ชุมชนวัดศรีสุพรรณ	1,690,800	-	-
- ชุมชนวัดนันทาราม	1,585,000	25,000	-
- ชุมชนวัดหมีนสาร	863,000	53,000	6.54
รวมทั้งสิ้น	5,588,020	868,160	18.39

* ข้อมูลเป็นการประมาณการจากรายได้ต่อเดือนในแต่ละปี

3.5.2 ปัญหาและอุปสรรค

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนวิวัลาย มีเป้าหมายต่อยอดการยกระดับศักยภาพของชุมชน ในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และเครื่องเงิน โดยเน้นการพัฒนาคุณภาพในการพัฒนาการจัดการจัดการ การตลาด การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ การสร้างนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการสร้างโอกาสและขยายช่องทางการจำหน่ายให้กับสินค้าและบริการของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย โดยมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ดังนี้

1. การดำเนินกิจกรรมพัฒนาศักยภาพท่ามาค้าขายโดยการดำเนินกิจกรรมประเภทใหม่ เช่น การจัดตั้งถนนคนเดินเส้นใหม่ เป็นต้น ทำให้ชุมชนยังขาดทักษะและประสบการณ์ในการดำเนินงาน ผลลัพธ์ที่ได้ในช่วงระยะโครงการจึงอาจไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร
2. ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ มีระยะเวลาที่ค่อนข้างสั้น ถึงแม้ว่าจะมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ แต่กระบวนการต่างๆ ต้องใช้เวลานานพอสมควร ซึ่งระยะเวลาเพียง 180 วันนี้อาจไม่สามารถวัดประสิทธิผลได้ชัดเจน เช่น การประเมินรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
3. ผลิตภัณฑ์ของชุมชนวิวัลาย เป็นการผลิตที่ต้องใช้ช่างที่มีฝีมือและความชำนาญ ต้องมีการเรียนรู้และฝึกฝน ซึ่ง ณ ปัจจุบันช่างฝีมือของชุมชนส่วนมากจะเป็นคนรุ่นเก่าๆ ยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่

3.5.3 ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการของโครงการในระยะเวลาเพียง 180 วัน ยังไม่เห็นผลจากการดำเนินโครงการอย่างชัดเจน และเพื่อให้การพัฒนาเพิ่มศักยภาพ “หมู่บ้านท่ามาค้าขาย” ในอนาคตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทางคณะทำงานได้มีข้อเสนอดังต่อไปนี้

1. พัฒนาแหล่งผลิตและแหล่งรับซื้อที่ให้ความร่วมมือ โดยการสร้างผลลัพธ์ให้เป็นไปตามเป้าหมาย เพื่อเป็นการชักจูงใจให้แหล่งผลิตแหล่งรับซื้อที่เหลือเกิดความสนใจในการดำเนินโครงการ
2. โครงการควรขยายเวลาดำเนินงาน อย่างน้อย 1 ปี เพื่อให้สามารถมีเวลาในการประเมินและปรับแผนการ ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขยายช่องทางการจำหน่าย เพื่อให้เหมาะกับสินค้าและชุมชนมากที่สุด
3. พิจารณางบประมาณเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นในการพัฒนาหมู่บ้านท่ามาค้าขาย
4. ชุมชนควรสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาความรู้ด้านงานฝีมือให้กับเยาวชนในชุมชนรวมไปถึงบุคคลทั่วไปอย่างจริงจัง

3.6 ภาคผนวก

- ไบลงทะเบียน การจัดอบรมทำฉัตรและบังแทรกประจำองค์พระพุทธรูปาฏิหาริย์จำลอง
- แบบประเมินความรู้ความเข้าใจ การจัดอบรมทำฉัตรและบังแทรกประจำองค์พระพุทธรูปาฏิหาริย์จำลอง
- ไบลงทะเบียน พิธีเปิดงานถนนคนเดินช่วงวัฒนธรรมวัดหมื่นสาร ชุมชนวัวลาย

บทที่ 4

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ): ชุมชนหลายแก้ว

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว ได้ดำเนินการจัดทำ Business Model ขึ้น เพื่อช่วยให้สามารถอธิบายลักษณะการพัฒนาธุรกิจได้ครอบคลุมทุกส่วน ไม่ตกหล่น สามารถนำปัจจัยต่างๆ ที่มีมาพิจารณาได้ถี่ถ้วนรอบคอบมากยิ่งขึ้น รวมทั้งได้ดำเนินการพัฒนาตามแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยมีผลการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชน ดังนี้

4.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ชุมชนหลายแก้ว

ในการดำเนินงานต่อยอดปีที่ 2 ให้กับชุมชนหลายแก้ว มีการปรับรูปแบบ Business Model จากปีที่ 1 เล็กน้อย โดยจะเน้นการให้ชาวบ้านสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองได้เอง อาทิ การมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่มีเทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติอื่นๆมาเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การจัดทำคู่มือการผลิตเพื่อให้สามารถเป็นสื่อในการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตได้ การสอนให้ชาวบ้านพัฒนาเทคนิคการตลาดออนไลน์ในการถ่ายรูปและนำเสนอให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดีขึ้น

Business Model Canvas ถูกออกแบบสำหรับการดำเนินงานต่อยอดจากโครงการในปีที่ 1 ซึ่ง Business Model Canvas นี้จะแสดงถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาชุมชนทอผ้ากะเหรี่ยงหลายแก้วให้กลายเป็นหมู่บ้านท่ามาค้าขายที่มีประสิทธิผล โดยแสดงรายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจเปรียบเทียบในปี 2560 และ 2561 ในตารางที่ 4-1 และ 4-2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-1 รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว ปี 2560

<p>(8) พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ศ.ศ.ป. -ไทยคราฟท์ - กรมการค้าภายใน - ผู้ออกแบบและรับตัดเย็บสินค้าให้ 	<p>(7) กิจกรรมหลักที่ต้องทำ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบรูปแบบสินค้าใหม่ - การใช้วัสดุดิบใหม่ - การพัฒนากลยุทธ์การตลาด - การเชื่อมโยงกับช่องทางกระจายสินค้าใหม่ 	<p>(2) คุณค่าที่นำเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> - สินค้ามี design มีระดับและมี ความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปและมี เรื่องราวที่ไม่เหมือนใคร - สามารถสร้างงานและสร้างรายได้ ให้คนในชุมชน - เป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมของ ชุมชน 	<p>(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - รักษาช่องทางทางการจัดจำหน่ายเดิม อาทิ งานไทยคราฟท์ งานแสดง สินค้าของ ศ.ศ.ป. ศูนย์จำหน่ายใน ชุมชน -เพิ่มช่องทางจำหน่าย 	<p>(1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานสนับสนุน อาทิ ศ.ศ.ป. ไทยคราฟท์ กรมการค้าภายใน - ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกัน - ลูกค้าชาวไทย - ลูกค้าชาวต่างชาติ
<p>(9) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำบัญชีต้นทุนการผลิต ทั้งวัสดุดิบ - ทำบัญชีต้นทุนการแปรรูป - ทำบัญชีต้นทุนการนำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าและการขนส่งเพื่อจำหน่าย 	<p>(6) ทรัพยากรหลักที่ต้องมี</p> <ul style="list-style-type: none"> - เงินทุนและบุคลากรในการพัฒนาสินค้า - ผู้รับจ้างผลิตสินค้าที่ทางกลุ่มทำไม่ได้หรือทำไม่ได้เต็มที่ 	<p>(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขายผ่านงานแสดงสินค้า อาทิ งานไทยคราฟท์, ศูนย์จำหน่ายในชุมชน - ฝากขายที่ร้านค้าปลีกที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกัน อาทิ โครงการหลวง ตีนตก สตูดิโอแน่นอน -เวปไซต์ที่จัดทำขึ้นใหม่, สื่อออนไลน์ อาทิ Facebook 	<p>(5) แหล่งที่มาของรายได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ยอดขายสินค้า - ยอดรายรับจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ รายรับจากการจัดกิจกรรม ณ ศูนย์เรียนรู้ 	

ตารางที่ 4-2 รูปแบบ (Model) ของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว ปี 2561

<p>(8) พันธมิตรทางธุรกิจ</p> <p>หน่วยงานสนับสนุน อาทิ ศคป. ไทย คราฟท์, ผู้ออกแบเบ และถ่ายทอดให้ชาวบ้านทำเองได้</p>	<p>(7) กิจกรรมหลักๆ ที่ต้องทำ</p> <p>การออกแบบรูปแบบสินค้าใหม่และทำคู่มือการผลิตที่ชาวบ้านจะมีศักยภาพทำตัวเองต่อไป, การใช้วัตถุดิบใหม่ในการเพิ่มมูลค่า, การพัฒนากลยุทธ์การตลาดและให้ชาวบ้านดำเนินการต่อเองได้, การเชื่อมโยงกับช่องทางกระจายสินค้า</p>	<p>(2) คุณค่าที่นำเสนอ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ สินค้ามีเรื่องราวที่มีเอกลักษณ์ และมีคุณค่าที่ลอกเลียนไม่ได้ ■ สินค้ามีความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบและคุณสมบัติ ■ เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน ชาวบ้านสามารถดำเนินการต่อเองได้ ■ สามารถสร้างงานและสร้างรายได้ให้คนในชุมชน ■ เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติ 	<p>(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ รักช่องทางทางการจัดจำหน่ายเดิม อาทิ งานไทย คราฟท์ ที่ศูนย์จำหน่ายในชุมชน และ พัฒนารูปแบบการตลาดออนไลน์ 	<p>(1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ลูกค้าชาวไทย ■ ลูกค้าชาวต่างชาติ ■ หน่วยงานสนับสนุน อาทิ ศคป. ไทย คราฟท์
<p>(9) โครงสร้างต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ต้นทุนการผลิต ทั้งวัตถุดิบ การขนส่งเพื่อจำหน่าย 	<p>(6) ทรัพยากรหลักๆ ที่ต้องมี</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ เงินทุนและบุคลากรในการพัฒนาสินค้า, ผู้ช่วยออกแบบและถ่ายทอดเทคนิคการผลิต 	<p>(4) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ขยายผ่านงานแสดงสินค้า อาทิ งานไทยคราฟท์ , ศูนย์จำหน่ายในชุมชน, เว็บไซต์ที่จัดทำขึ้น , สื่อออนไลน์ อาทิ Facebook 	<p>(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ยอดขายสินค้าทั้ง Online และ Offline 	

หมายเหตุ: ตัวอักษรสีแดง เป็นกิจกรรมที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานธุรกิจต่อไป

ตารางที่ 4-3 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนหลายแก้ว ปี 2560

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนหลายแก้ว
(1) ลูกค้า (Customer Segments)	<ul style="list-style-type: none"> - หน่วยงานสนับสนุน อาทิ ศ.ศ.ป. ไทยคราฟท์ กรมการค้าภายใน - ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน - ลูกค้าชาวไทย ผ่านช่องทางออนไลน์ - ลูกค้าชาวต่างชาติ ผ่านช่องทางออนไลน์
(2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้ามี Design มีระดับและมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปและมีเรื่องราวที่ไม่เหมือนใคร จึงจะดำเนินการทำป้ายสินค้าให้แสดงถึงเรื่องราวอัตลักษณ์ อาทิ ชื่อผู้ทอผ้า วัสดุธรรมชาติที่ใช้ย้อม ชื่อลวดลายที่เป็นชื่อกะเหรี่ยง เป็นต้น - สร้างงานและสร้างรายได้ให้คนในชุมชน โดยส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการทอผ้าให้กับคนรุ่นหลัง และตั้งราคาระดับกลางถึงบน เพื่อรักษาคุณค่าของงานฝีมืออื่นๆ - อนุรักษ์องค์ความรู้ของชุมชน โดยจัดทำสื่อเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ อาทิ โปสเตอร์เรื่องสีจากธรรมชาติ
(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	<ul style="list-style-type: none"> - รักษาช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม อาทิ งานไทยคราฟท์ งานแสดงสินค้าของ ศ.ศ.ป. ศูนย์จำหน่ายในชุมชน - เพิ่มช่องทางการจำหน่าย อาทิ Facebook ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ และผู้ขายสามารถคุยกับลูกค้าได้โดยตรง
(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Channels)	<ul style="list-style-type: none"> - ขายผ่านงานแสดงสินค้า อาทิ งานไทยคราฟท์ ศูนย์จำหน่ายในชุมชน และเพิ่มการเข้าร่วมงาน อาทิ งานแสดงสินค้าของกระทรวงพาณิชย์ - ฝากขายที่ร้านค้าปลีกที่มุ่งกลุ่มลูกค้าเดียวกันกับสินค้าของทางชุมชน อาทิ โครงการหลวงตีนตก สตูดิโอแน่นหนา - ขายผ่านเว็บไซต์ที่รวมสินค้าของหมู่บ้านท่ามาค้าขายที่จัดทำขึ้นใหม่และสื่อออนไลน์ อาทิ Facebook
(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)	<ul style="list-style-type: none"> - ยอดขายสินค้า - ยอดรายรับจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ รายรับจากการจัดกิจกรรม ณ ศูนย์เรียนรู้ การจัดการน้ำเที่ยว เป็นต้น
(6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	<ul style="list-style-type: none"> - เงินทุนและบุคลากรในการพัฒนาสินค้า - ผู้รับจ้างผลิตสินค้าที่ทางกลุ่มทำไม่ได้หรือทำไม่ได้ดีเท่า

ตารางที่ 4-3 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนหลายแก้ว ปี 2560 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนหลายแก้ว
(7) กิจกรรมหลัก (Key Activities)	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบรูปแบบสินค้าใหม่ - การใช้วัตถุดิบใหม่ - การพัฒนากลยุทธ์การตลาด - การเชื่อมโยงกับช่องทางกระจายสินค้าใหม่
(8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)	<ul style="list-style-type: none"> - ศ.ศ.ป. - ไทยคราฟท์ - กรมการค้าภายใน - ผู้ออกแบบและรับตัดเย็บสินค้าให้
(9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำบัญชีต้นทุนการผลิต - การจัดทำบัญชีต้นทุนการแปรรูป - การจัดทำบัญชีต้นทุนการนำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าและการขนส่งเพื่อจำหน่าย

ตารางที่ 4-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนหลายแก้ว ปี 2561

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ชุมชนหลายแก้ว
(1) ลูกค้า (Customer Segments)	การจำแนกกลุ่มลูกค้า ทางคณะผู้วิจัยเสนอว่าควรแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าชาวไทย ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มที่มีอยู่ในปัจจุบัน ลูกค้าชาวต่างชาติที่เริ่มมีติดต่อเข้ามาเรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม ทางชุมชนยังไม่มีความพร้อมในการสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติเท่าที่ควร และ หน่วยงานสนับสนุน อาทิ สศป. ไทยคราฟท์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนที่ดีตลอดมา อย่างไรก็ตาม เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากประเทศไทยมากขึ้นเรื่อยๆ ในปีนี้ ทางทีมงานจะดำเนินการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชาวจีนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของชุมชนหลายแก้วด้วย
(2) คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)	สิ่งที่ทำให้สินค้าของทางกลุ่มเกิดคุณค่าขึ้นในมุมมองของผู้ซื้อ ซึ่งจุดเด่นของสินค้าของชุมชนหลายแก้วนี้ คือ สินค้าเป็นสินค้าที่สินค้ามีเรื่องราวที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าที่ลอกเลียนไม่ได้ อาทิ เรื่องราวกะเหรี่ยงโพล่งที่ยังคงรักษาวัฒนธรรมการทอผ้ากะเหรี่ยงของชุมชนนี้ไว้ และผู้ทอผ้ายังมีชีวิตอยู่มีความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบและคุณสมบัติ, ใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนโดยที่ชาวบ้านสามารถดำเนินการต่อเองได้, สามารถสร้างงานและสร้างรายได้ให้คนในชุมชน, เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติ และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน
(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	ทางชุมชนจะพยายามรักษาช่องทางการจัดจำหน่ายเดิม อาทิ งานไทยคราฟท์ ที่ศูนย์จำหน่ายในชุมชน และพัฒนารูปแบบการตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำสื่อออนไลน์ที่มีรูปถ่ายที่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้
(4) ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Channels)	กลยุทธ์ คือ การขายผ่านงานแสดงสินค้า อาทิ งานไทยคราฟท์ ศูนย์จำหน่ายในชุมชน เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ อาทิ Facebook Instagram เป็นต้น โดยเนื้อหาและรูปภาพจะต้องดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

ตารางที่ 4-4 รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ ชุมชนหลายแก้ว ปี 2561 (ต่อ)

9 องค์ประกอบหลักของ BMC Business Model Canvas	รายละเอียดการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หมู่บ้านแม่กำปอง
(5) แหล่งที่มาของรายได้ของธุรกิจ (Revenue Streams)	ประกอบด้วย ยอดขายสินค้าทั้งผ่านช่องทาง Online และ Offline หรือการขายแบบที่ผู้ขายและผู้ซื้อเจอกันโดยตรง
(6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	ประกอบด้วย เงินทุนและบุคลากรในการพัฒนาสินค้า, ผู้ช่วยออกแบบและถ่ายทอดเทคนิคการผลิต ซึ่งถ้าขาดปัจจัยสำคัญนี้ จะทำให้ชุมชนกลายเป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายได้ยากมาก
(7) กิจกรรมหลัก (Key Activities)	ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก ที่มีผลอย่างมากต่อความประสบความสำเร็จของชุมชนทำมาค้าขาย นั่นคือ การออกแบบรูปแบบสินค้าใหม่และทำคู่มือการผลิตที่ชาวบ้านจะมีศักยภาพทำได้เองต่อไป, การใช้วัตถุดิบใหม่ในการเพิ่มมูลค่า, การพัฒนากลยุทธ์การตลาดและให้ชาวบ้านดำเนินการต่อเองได้, การเชื่อมโยงกับช่องทางกระจายสินค้าที่ชาวบ้านสามารถประสานงานเองต่อได้ในระยะยาว
(8) พันธมิตรหลัก (Key Partnerships)	ผู้เกี่ยวข้องหลักที่จะทำให้การดำเนินการทำมาค้าขายของชุมชนดำเนินไปได้ Key Partner คือ หน่วยงานสนับสนุน อาทิเช่น ศ.ศ.ป.ไทยคราฟท์ ผู้ออกแบบและถ่ายทอดให้ชาวบ้านทำเองได้ โดยการดำเนินงานในปีนี้ ทีมที่ปรึกษาจะให้นักออกแบบช่วยจัดทำแพทเทิร์นสินค้าต่อยอดจากสินค้าเดิม (ตุ๊กตา) ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด โดยให้มีหลากหลายไซส์ แล้วถ่ายทอดวิธีการผลิตแก่ชาวบ้าน ซึ่งชาวบ้านจะสามารถนำไปดำเนินการต่อเองได้ในระยะยาว
(9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	ต้นทุนหลักของการทำมาค้าขายของชุมชน หลายแก้วนี้ คือ ต้นทุนการผลิต ทั้งวัตถุดิบ และต้นทุนการแปรรูป ต้นทุนการนำสินค้าไปออกงานแสดงสินค้าและการขนส่งเพื่อจำหน่าย

สิ่งที่เพิ่มเติมใน Business Model จากของปี 2560 เป็นของปี 2561 คือการมุ่งเน้นให้กลุ่มชาวบ้านเรียนรู้และดำเนินการต่อได้เองในระยะยาว อาทิ การทำการตลาดออนไลน์ การถ่ายรูปสินค้าลงสื่อออนไลน์ด้วยตนเอง วิธีการออกแบบสินค้าที่ทางชุมชนสามารถดำเนินการผลิตต่อไปเองได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการจ้างผลิตจากภายนอก การเชื่อมโยงกับช่องทางจัดจำหน่ายภายนอกที่ตัวแทนชุมชนสามารถติดต่อประสานงานและนำสินค้าไปฝากจำหน่ายได้ โดยระยะทางไม่ไกลจนเกินไป เป็นต้น

โดยข้อดีของการใช้ Business Model Canvas ในการอธิบายกลยุทธ์การสร้างกลุ่มทอผ้าชุมชนหลายแก้วให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขาย คือ เป็นการอธิบายที่สั้นและเข้าใจง่ายบนกระดาษแผ่นเดียว ที่จะทำให้นำไปใช้เข้าใจถึงธุรกิจได้อย่างชัดเจน เข้าใจว่าปัญหาอยู่ตรงไหน จะต้องปรับปรุงส่วนไหนได้อย่างชัดเจนและเป็นเหตุเป็นผล เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการใช้อธิบายให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการทำให้หมู่บ้านกลุ่มทอผ้าชุมชนหลายแก้วให้เป็นหมู่บ้านทำมาค้าขายได้ต่อไป

4.2 แนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว

จากรูปแบบการดำเนินธุรกิจของชุมชนหลายแก้วข้างต้น ทีมที่ปรึกษาได้หารือร่วมกับชุมชนในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ในปี 2561 ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยสรุปในตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 สรุปแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว

แนวทางการพัฒนา	(1) การอบรมให้ความรู้/ การศึกษาดูงาน	(2) การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ	(3) การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์	(4) การออกแบบและพัฒนารจรมผลิตภัณฑ์	(5) การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ	(6) การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทาง การจัดจำหน่าย	(7) การประชาสัมพันธ์
ชื่อหมู่บ้าน ชุมชนหลายแก้ว ผลิตภัณฑ์ : ผ้าทอกะเหรี่ยง ผ้าแปรรูป	<p>✓</p> <p>1) พัฒนาทักษะฝีมือการตัดเย็บ ด้วยวิธีการ on the job training</p> <p>2) อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์</p>	-	<p>✓</p> <p>1) พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้มีหลากหลาย (ขนาดคุณสมบัติ) ให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า</p> <p>2) จัดทำคู่มือการผลิตให้กับชุมชนสำหรับใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลวิธีการผลิต วัสดุดิบ วัสดุสำเร็จรูปต่างๆ รวมทั้งจัดทำแคทตาล็อกสำหรับใช้เสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้แก่ลูกค้า</p>	-	-	<p>✓</p> <p>- เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางจำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ</p>	<p>✓</p> <p>- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)</p>

4.3 แผนการดำเนินงาน ชุมชนหลายแก้ว

จากการกำหนดแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 แล้ว ทีมที่ปรึกษาได้มีการประชุมหารือกันในการกำหนดแผนการดำเนินงานในการพัฒนาชุมชนรวม 4 กิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 การอบรมให้ความรู้/การศึกษาดูงาน

- 1) พัฒนาทักษะฝีมือการตัดเย็บด้วยวิธีการ on the job training

รูปแบบการดำเนินการ

ดำเนินการพัฒนาฝีมือในรูปแบบของ on the job training หลังจากออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอิงจากผลิตภัณฑ์เดิม ได้แก่ ตุ๊กตาเต่า ตุ๊กตากระต่าย และตุ๊กตาหมูป่า ปรับรูปแบบให้มีความหลากหลายทั้งขนาดและเพิ่มคุณสมบัติในการใช้งาน จากนั้นดำเนินการพัฒนาทักษะฝีมือการตัดเย็บโดย

- อบรมการทำผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การสร้างแพทเทิร์น การตัดเย็บ การบรรจุสารดับกลิ่น การควบคุมคุณภาพ
- ตัดเย็บ ผลิตภัณฑ์จริง โดยควบคุมการผลิตโดยวิทยากรและคณะที่ปรึกษา เพื่อพัฒนาทักษะการตัดเย็บไปพร้อมๆ กับการทำงานจริง

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : จักรเย็บผ้า อุปกรณ์ตัดเย็บ วัสดุ

หลักการ : การได้ลงมือปฏิบัติจริง ทำให้เข้าใจและเพิ่มทักษะได้ดียิ่งขึ้น

วิธีการที่ใช้ : อบรมในเบื้องต้น และให้ตัดเย็บผลิตภัณฑ์จริง เพื่อให้สามารถเข้าใจ และมีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้เรียนรู้การผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเข้าใจ
- ได้เพิ่มทักษะในการใช้แพทเทิร์น
- ได้เพิ่มทักษะในการตัดเย็บให้ได้มาตรฐาน
- ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการจำหน่าย

2) อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์

รูปแบบการดำเนินการ

อบรมเพื่อให้สามารถถ่ายภาพสินค้าเพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในช่องทาง Online โดยการถ่ายภาพด้วยสมาร์ทโฟน

- อบรมเชิงปฏิบัติการ “การถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟน” 1 ครั้ง 3 วัน
- เนื้อหาการอบรมประกอบด้วย
 - เทคนิคการถ่ายภาพ : มุมกล้อง การสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ การใช้แสงธรรมชาติ ฉาก และการจัดวางผลิตภัณฑ์
 - การปรับภาพเบื้องต้น และการปรับภาพที่เหมาะสมกับการนำเสนอใน Social Media
 - การใช้แอปพลิเคชันในการตกแต่งภาพถ่ายอย่างง่าย

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : สมาร์ทโฟน ฉาก กล้อง ไฟ แอปพลิเคชันสำหรับปรับและตกแต่งภาพ

หลักการ : ภาพสามารถแทนข้อความได้ การนำเสนอสินค้าผ่านภาพถ่ายในช่องทาง Online จะสร้างความน่าสนใจในสินค้ามากยิ่งขึ้น

วิธีการ : การอบรม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนหลายแก้วสามารถถ่ายภาพสินค้าสำหรับนำเสนอใน Social Media (ภาพสินค้าหลัก ภาพสินค้าเสริม ภาพรายละเอียดสินค้า ภาพสินค้าที่ใช้จริง)
- นำเสนอภาพสินค้าผ่านทาง Social Media ของกลุ่มได้แก่ Facebook Instagram

4.3.2 การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

1) พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความหลากหลาย (ขนาด/คุณสมบัติ) ให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า

รูปแบบการดำเนินการ

- เก็บข้อมูลวิธีการผลิตและมูลค่าการขายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพในการพัฒนา ได้แก่ ตู๊กตาหมู ป้า ตู๊กตาเต่า ตู๊กตากระต่าย
 - ข้อมูลวัตถุดิบ/สีย้อม/ลวดลายผ้า/อุปกรณ์ตกแต่ง
 - ข้อมูลวิธีการ (การทอผ้า/ตัดเย็บตู๊กตา/แพทเทิร์น) ระยะเวลาในการผลิต ความยากง่ายของการผลิตแต่ละขั้นตอน คุณภาพของผลิตภัณฑ์
 - ข้อมูลการจำหน่าย จำนวนที่จำหน่ายได้ ความต้องการของตลาด (การสั่งซื้อ การสอบถามของผู้บริโภค)

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ
 - จัดทำแพทเทิร์นตุ๊กตาขนาดต่างกัน (พ่อ แม่ ลูก) ทำเป็นเซตในรูปแบบของครอบครัวหมูป่า ครอบครัวเต่า ครอบครัวกระต่าย
 - เพิ่มคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น การนำสารดับกลิ่น/ดูดกลิ่น (บุหงาแห้ง/การบูร/ถ่านไม้/ใบชาดูดกลิ่น ฯลฯ) ใส่เข้าไปในตุ๊กตาเพื่อให้มีคุณสมบัติเพิ่มเติม พร้อมทั้งจัดทำแพทเทิร์นและวิธีการบรรจุสารดับกลิ่น/ตกแต่งกลิ่น
- ทดลองทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ นำเสนอให้กับชุมชนหมู่บ้านหลายแก้ว พร้อมกับนำเสนอให้ผู้บริโภค รับทราบและให้ข้อเสนอแนะ
- นำผลจากการฟังความคิดเห็นมาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์อีกครั้ง
- ถ่ายทอดวิธีการผลิตให้กับชุมชนได้เรียนรู้ พร้อมทั้งทดลองการทำผลิตภัณฑ์ และควบคุมคุณภาพการผลิตอย่างใกล้ชิด
- เก็บข้อมูลต้นทุนและระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต พร้อมทั้งตั้งราคาขายส่งและขายปลีก

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ฝ้ายผืน สารดับกลิ่น/ดูดกลิ่น อุปกรณ์ตัดเย็บ

หลักการ : นำผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้รับความนิยม มาต่อยอดโดยการพัฒนาให้มีหลากหลายขนาดและเพิ่มคุณสมบัติพิเศษให้ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

วิธีการ : ออกแบบ จัดทำต้นแบบ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้วิธีการผลิตผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมูป่า ตุ๊กตาเต่าและตุ๊กตากระต่าย
- ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิม 3 เซต 3 รูปแบบ
- ได้วิธีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ (แพทเทิร์น สารดับกลิ่นที่ใช้ วิธีการทอ วิธีการตัดเย็บ)
- ชุมชนสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ด้วยตนเอง และพัฒนาทักษะการตัดเย็บระหว่างการผลิตผลิตภัณฑ์
- ได้ราคาขายส่ง/ขายปลีกสำหรับการจำหน่าย

2) จัดทำคู่มือการผลิต ให้กับชุมชนสำหรับใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลวิธีการผลิต วัตถุประสงค์ ลวดลาย สี ฯลฯ รวมทั้งจัดทำแคตตาล็อกสำหรับใช้เสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้แก่ลูกค้า

รูปแบบการดำเนินการ

- เก็บข้อมูลวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปแต่ละแบบอย่างละเอียด อาทิ วัตถุประสงค์ รูปแบบ ขนาด ลวดลาย สี รวมถึงระยะเวลาการผลิตแต่ละขั้นตอน พร้อมทั้งจัดทำ Flow Chart การผลิต

- จัดทำรายละเอียดผ้าทอที่ใช้ในแต่ละผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชนิดของเส้นใย ขนาดของเส้นใย พืชที่ใช้ย้อม สี ลวดลาย ตำแหน่งในการวางลวดลาย ปริมาณผ้าทอที่ใช้ นำเสนอผ่านทางรูปวาดหรือภาพถ่าย (ใบสั่งงาน)
- จัดทำแคตตาล็อกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
- ส่งมอบให้กับชุมชน เพื่อนำไปใช้ในการสั่งทอและควบคุมคุณภาพของผ้าทอ

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : คอมพิวเตอร์ ต้นแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปและ Pattern ที่เป็นแบบตัดของแต่ละผลิตภัณฑ์ ผ้าทอที่ใช้ตัดทำผลิตภัณฑ์

หลักการ : กิจกรรมจัดทำคู่มือการผลิต มีเป้าหมายเพื่อให้เป็นข้อมูลการผลิตผ้าในการนำไปแปรรูป โดยมีข้อมูลรายละเอียดของลวดลาย การวางลวดลาย ขนาดของผ้า สี รวมไปถึงชนิดและปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ เพื่อสามารถนำมาเป็นมาตรฐานในการสั่งงาน ทำให้สามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้

วิธีการ : เก็บข้อมูลและจัดทำเป็นคู่มือ โดยการนำเสนอผ่านทางภาพวาดหรือรูปถ่าย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้คู่มือการผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้สั่งงานและควบคุมการผลิตให้มีประสิทธิภาพ
- ได้แคตตาล็อกสำหรับนำเสนอผลิตภัณฑ์
- มีการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าไม่เหลือทิ้ง และไม่เสียเวลาทอผ้าเกินขนาด

4.3.3 การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

1) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ

รูปแบบการดำเนินการ

- เลือกแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Concept เดียวกัน หรือร้านจำหน่ายของหน่วยงานสนับสนุน
- นำผลิตภัณฑ์ไปฝากจำหน่ายแหล่งจำหน่ายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อาทิ
 - ตุ๊กตาที่ยัดด้วยใบชา วางจำหน่าย ณ ร้านค้าของชุมชนแม่กำปอง
 - ตุ๊กตาที่ยัดด้วยสารดับกลิ่น นำเสนอไปยัง ศศป. เพื่อวางจำหน่าย ณ สนามบิน ฯลฯ
- นัดหมายการส่งผลิตภัณฑ์ฝากจำหน่ายและเช็คยอดการจำหน่ายประจำเดือน
- สรุปรายได้และกำไรประจำเดือน

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ผลิตภัณฑ์แปรรูป

หลักการ : ทำผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนไปฝากขายที่แหล่งจำหน่ายอื่นที่ Concept เดียวกันเพื่อเพิ่มยอดขาย

วิธีการ : ติดต่อแหล่งจำหน่ายเป้าหมายและตกลงเรื่องการจัดสรรรายได้จากการฝากขาย ดำเนินการฝากขายและติดตามเพื่อสรุปผล รวมทั้งดำเนินการฝากขายต่อไป

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ผลิตภัณฑ์มีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นประจำ
- กลุ่มมียอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- กลุ่มและผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

4.3.4 การประชาสัมพันธ์

1) ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อออนไลน์และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

รูปแบบการดำเนินการ

ดำเนินการจัดจ้างนักพัฒนาออกแบบเว็บไซต์ เพื่อนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนในระบบค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

เครื่องมือ/หลักการ/วิธีการที่ใช้

เครื่องมือ : ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับเพิ่มคำสืบค้นในระบบเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

หลักการ : สร้างฐานข้อมูลบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com) เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

วิธีการ : เก็บข้อมูล และสร้างคำสืบค้นบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้
- ชุมชนสามารถสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนหลายแก้วได้ผ่านเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com)
- ชุมชนมีข้อมูลสืบค้นบนเว็บไซต์ของ Search Engine (www.google.com) เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ สามารถสรุปแผนการปฏิบัติงานของชุมชนหลายแก้วตามระยะเวลาโครงการ แสดงในตารางที่

4.4 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ)

ชุมชนหลายแก้ว

จากแผนการปฏิบัติงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว ที่ปรึกษาได้ดำเนินการพัฒนาตามแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยมีผลการดำเนินงานตามแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชน ดังนี้

4.4.1 การจัดประชุมชี้แจงแผนงาน : วันที่ 22 พฤษภาคม 2561

ชุมชนหลายแก้วเป็นผู้ผลิตผ้าทอกะเหรี่ยงที่ได้รับการเพิ่มศักยภาพให้เป็นหมู่บ้านท่ามาคำชายต้นแบบในปี 2560 ซึ่งในปี 2561 ได้มีแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชายให้แก่ผู้นำ/สมาชิกของชุมชนหลายแก้ว เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงานในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของหมู่บ้านท่ามาคำชาย ในวันศุกร์ที่ 22 พฤษภาคม 2561 ณ ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าทอกะเหรี่ยง ต.บงตัน อ.ดอยเต่า จ.เชียงใหม่ โดยมีกำหนดการและรายละเอียดในการประชุม ดังนี้

- 9.00-9.30 น. แนะนำชี้แจงที่มาของโครงการ โดยทีมที่ปรึกษา
- 9.30-10.30 น. ชี้แจงแผนการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของชุมชน โดยทีมที่ปรึกษา
- 10.30-11.30 น. รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของชุมชน
- 11.30-12.00 น. สรุปผลการประชุม

ผู้เข้าร่วมประชุม

- | | | |
|-------------------|------------|-------------------------------|
| 1. ดร.พิชญลักษณ์ | พิชญกุล | ที่ปรึกษา |
| 2. นางนิตยา | มหาไชยวงศ์ | ที่ปรึกษา |
| 3. นางสาวเจิมขวัญ | ศรีสวัสดิ์ | ที่ปรึกษา |
| 4. นางกัญญารัตน์ | ปู่เปิด | หัวหน้ากลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว |
| 5. นายจันท์คำ | ปู่เปิด | ผู้นำกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว |
| 6. นางสุข | อินคำ | สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว |
| 7. นางพัชรินทร์ | โปธิ | สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว |
| 8. นางดี | ปู่จี้ | สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว |
| 9. นายสิทธิชัย | ปู่แก้ว | ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านบงตัน |
| 10. นางพิมพ์ลอย | คำมูล | ประธานกลุ่มแม่บ้านบ้านบงตัน |

โดยคณะที่ปรึกษาได้เข้าร่วมประชุมชี้แจงแผนงานเบื้องต้นแก่สมาชิกของชุมชน โดยมีรายละเอียดในการประชุมดังนี้

1) แนวทางการเพิ่มศักยภาพให้กับชุมชน

ที่ประชุมได้หารือในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนทอผ้า หลายแก้ว 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการทำงานร่วมกันกับโครงการหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ต้นแบบ) ในปีที่ผ่านมา ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป่า และผ้าพันคอ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยมีศูนย์ศิลปะหัตถกรรมระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้สั่งซื้อกระเป่าเพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านค้าที่สนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินภูเก็ต

ที่ประชุมจึงได้ตกลงกันที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม โดยเน้นไปที่ของที่ระลึกที่มีขนาดเล็ก ราคาไม่สูง ผู้เดินทางสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่าย

ผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาปรับปรุงได้แก่ ตุ๊กตาหมูป่า ตุ๊กตากระต่าย และตุ๊กตาเต่า โดยมีแนวทางในการพัฒนาดังนี้

- เพิ่มขนาดให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค
- เพิ่มคุณสมบัติให้เป็นมากกว่าตุ๊กตา เช่น การนำเอาใบชา บุนงา ไปบรรจุในตัวตุ๊กตาเพื่อให้ทำหน้าที่ดับกลิ่น การเพิ่มกลิ่นให้กับตุ๊กตา ฯลฯ

สำหรับกระเป่า พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ลวดลายในการทอเปลี่ยนไปส่งผลให้กระเป่าที่ผลิตรุ่นหลังไม่โดดเด่นเท่ากับการผลิตในครั้งแรก การแก้ปัญหาทางที่ปรึกษาจะดำเนินการทำคู่มือการผลิตที่มีข้อมูลรายละเอียดของลวดลาย การวางลวดลาย ขนาดของผ้า สี รวมไปถึงชนิดและปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ เพื่อให้ง่ายต่อการสั่งงาน และผู้ทอก็สามารถทำตามได้ง่าย ชัดเจน เกิดเป็นมาตรฐานในการสั่งงานและจะสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้

ด้านการตลาด การจำหน่ายสินค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้วที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการทั้งการขายโดยตรง การฝากขายและการขายออนไลน์

การขายออนไลน์ได้มีช่องทางการขายหลักๆ 3 ช่องทาง ได้แก่ Facebook: Karen Weaving Doi Tao Website: www.cm-tradingvillage.com และ Instragram: karenweaving_lk ซึ่งมีผู้สั่งซื้ออย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะใน Facebook

เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับกลุ่มจึงได้ตกลงกันในการจะจัดอบรมเพิ่มทักษะถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟน เพื่อให้ชุมชนหลายแก้วสามารถนำเสนอสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในช่องทาง Online โดยการถ่ายภาพและตกแต่งภาพด้วยสมาร์ทโฟน

2) การผลิตสินค้า

เนื่องจากการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น กระจเป่า ตู๊กตา มีสมาชิกกลุ่มที่สามารถทำการผลิตได้เพียง 1 ราย รายอื่นไม่มีทักษะในการตัดเย็บ ดังนั้น จึงคิดจะขยายกลุ่มผู้ผลิตไปยังกลุ่มแม่บ้านในบ้านบงตันซึ่งมีบางส่วนมีทักษะในการเย็บจักร และทางคุณพิมพ์ลอย คำมูล ประธานกลุ่มแม่บ้านได้ตอบรับในเรื่องดังกล่าว

3) การดึงเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมกับกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว

คุณจันทร์คำ ปู่เปิด ผู้นำกลุ่มได้นำเสนอเกี่ยวกับแผนการพัฒนาเยาวชนในหมู่บ้านให้เข้ามามีส่วนร่วมในการรักษาวิธีการทอผ้ากะเหรี่ยงให้คงอยู่ โดยดึงเข้ามามีส่วนร่วมกับศูนย์การเรียนรู้ฯ แต่พบว่าผู้ปกครองบางส่วนยังไม่เข้าใจ และเห็นว่าการมาที่ศูนย์การเรียนรู้ฯ ไม่ได้เงิน ไม่สามารถประกอบอาชีพได้ ทางกลุ่มทอผ้าหลายแก้วอยากจะปรึกษาในการวางแผนทางในการพัฒนาเยาวชน เช่น อาจจะหาทุนมาสนับสนุนให้เยาวชนเมื่อมาร่วมกิจกรรม เป็นต้น

ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำดังนี้

- การใช้เงินเป็นแรงจูงใจให้เยาวชนเข้าร่วมกิจกรรม อาจจะไม่ทำให้เกิดความยั่งยืน สิ่งสำคัญคือการทำให้เห็นคุณค่าของผ้าทอกะเหรี่ยง หรือทำให้เห็นว่าผ้าทอกะเหรี่ยงสามารถสร้างให้เกิดรายได้
- แนะนำให้ชักชวนเยาวชนมาเป็นฝ่ายการตลาด โดยให้ถ่ายรูปและโพสต์ขายสินค้าของกลุ่ม กำหนดราคาต้นทุนและราคาขาย กำไรจากการขายให้เป็นรายได้ของเยาวชนคนนั้นๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจสร้างให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ ให้ข้อมูลรายละเอียดของตลาด การทอ การย้อม เพื่อให้สามารถนำไปสื่อสารกับผู้ซื้อได้
- ริเริ่มจากผู้สนใจ 2-3 คน และทำให้เกิดผล เมื่อเห็นผลแล้วจะมีเยาวชนคนอื่นๆ เข้ามาเพิ่มเติม

4) การจัดงานเผยแพร่เอกลักษณ์ชุมชนกะเหรี่ยง

คุณจันทร์คำ ปู่เปิด ได้นำเสนอว่า ที่ผ่านมาทางกลุ่มและอำเภอได้มีการจัดงานไม่ตายดอยเต่า ที่ศูนย์การเรียนรู้ฯ เป็นประจำทุกปี แต่อยากจะขยายการจัดงานให้มีผู้มาเข้าร่วมมากขึ้น โดยเชิญกะเหรี่ยงกลุ่มอื่นๆ เข้าร่วมด้วย ในเบื้องต้นได้มีการปรึกษากับหน่วยงานในพื้นที่เบื้องต้นแล้ว

ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำดังนี้

- เป้าหมายของการจัดงานไม่ควรเป็นการรวมตัวของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง แต่เป็นการนำเสนอเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของกลุ่มกะเหรี่ยงให้คนภายนอกได้รู้จัก
- การจัดงานไม่ควรจะจัดที่ศูนย์การเรียนรู้ฯ เนื่องจากไกล ควรจัดในเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้สะดวกแก่การเดินทางของผู้เข้าร่วม และควรจัดงานอย่างน้อย 3 วัน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สนใจได้มีโอกาสเข้าร่วมได้มากขึ้น

5) กำหนดการทำงาน

ที่ประชุมได้ปรึกษาถึงระยะเวลาการทำงานโดยกำหนดคร่าวๆ ดังแสดงในตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 แผนการปฏิบัติงานเพิ่มศักยภาพชุมชนหลายแก้ว

เดือนมิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบและจัดทำผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาใหม่ - เตรียมติดต่อประสานหาวิทยากรสำหรับการถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟน - เก็บข้อมูลการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูป
เดือนกรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> - ทำผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาต้นแบบ - จัดทำรายละเอียดผ้าทอที่ใช้ในแต่ผลิตภัณฑ์
เดือนสิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาให้กับกลุ่มลูกค้าชาวจีน - อบรมการผลิตตุ๊กตา - อบรมการถ่ายภาพด้วยสมาร์ทโฟน
เดือนกันยายน	<ul style="list-style-type: none"> - จัดทำคู่มือการผลิต - จัดทำ Catalog - เชื่อมโยงตลาด

ทั้งนี้ อาจปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมและความพร้อมของกลุ่ม

รูปภาพการประชุม



รูปที่ 4-1 การประชุมกับกลุ่ม ณ ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าทอกะเหรี่ยง



รูปที่ 4-2 การเชิญตัวแทนผู้ใหญ่บ้านและชาวบ้านที่สนใจร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงเข้าร่วมโครงการเพิ่มเติมจากปี 2560



รูปที่ 4-3 การนำเสนอผ้าของกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว ที่ได้รับตัวอย่างจากการจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

4.4.2 การจัดอบรมให้ความรู้ : วันที่ 25-26 สิงหาคม, 1-2 และ 9-10 กันยายน 2561

จากผลการประชุมที่ได้มีตกลงในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขายใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด โดยมีดำเนินการอบรมให้ความรู้ดังนี้

1) อบรมการทำผลิตภัณฑ์

จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตตุ๊กตาหมูป่า ตุ๊กตากระต่ายและตุ๊กตาเต่า โดยมีรายละเอียดการอบรมดังนี้

รายละเอียดการอบรมครั้งที่ 1 : วันที่ 25-26 สิงหาคม 2561

- ดำเนินการอบรม ณ กลุ่มทอผ้าหลายแก้ว ต.บงตัน อ.ดอยเต่า จ.เชียงใหม่
- ผู้เข้าร่วมอบรมเป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว ผู้แปรรูป และเครือข่าย จำนวน 5 คน
- วิทยากรนายภทรณัฐ สุวรรณ นักออกแบบและจัดซื้อจาก บริษัท จินเจอร์แพชั่น จำกัด

กำหนดการอบรม

วันที่ 25 สิงหาคม 2561

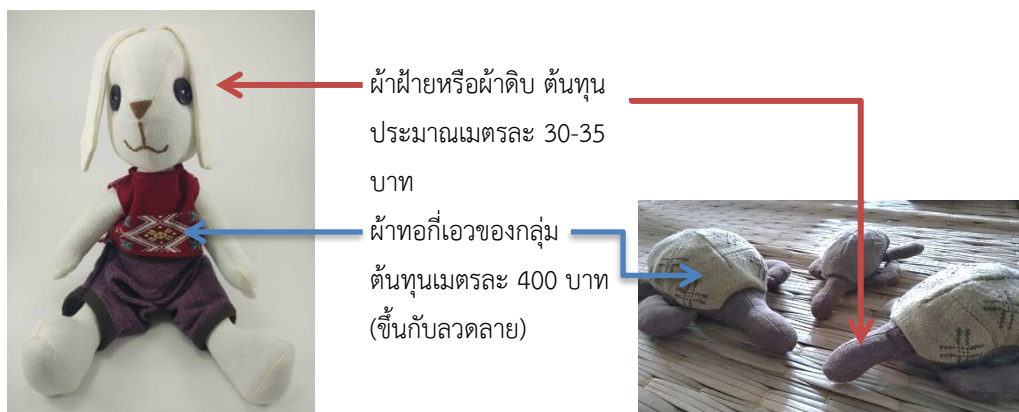
8.30-9.00 น.	ลงทะเบียน
9.00-9.20 น.	แนะนำโครงการและวัตถุประสงค์การอบรม
9.20-12.00 น.	แนะนำรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ 3 รูปแบบ อธิบายวิธีการผลิต / แบ่งงานให้ผู้เข้าอบรมช่วยผลิต คัดเลือกผ้าทอสำหรับการทำผลิตภัณฑ์
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00-16.00 น.	ปฏิบัติการทำผลิตภัณฑ์กระต่าย

วันที่ 26 สิงหาคม 2561

08.30-12.00 น.	ปฏิบัติการทำผลิตภัณฑ์เต่ายัดใบชา และหมูป้ายัดใบชา (หมูดอย)
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00-15.00 น.	แนะนำการตั้งราคาขาย สรุปผลการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ประเมินผลการอบรม

ผลการอบรม

- ผู้เข้าร่วม 5 คน ประกอบด้วย
 - นางกัญญารัตน์ ปู่เป็ด ผู้แปรรูปผ้าทอกะเหรี่ยง
 - นางพิมพ์ลอย คำมูล ผู้แปรรูปผ้าทอกะเหรี่ยง
 - นางพัชรินทร์ โปธิ ผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง
 - นางแกละ ปู่เงิน ผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง
 - นางรัตติกาล สารทิ ผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง
- ผู้เข้าร่วมอบรมมี 1 รายที่สามารถเย็บจักรได้ดี ทำหน้าที่เย็บและแปรรูปเป็นหลัก สมาชิกที่เหลือช่วยในการจัดการส่วนที่เหลือ ได้แก่ การยัดใยโพลีเอสเตอร์/ยัดใบชา การกลับผ้า การตัดแบบ
- กลุ่มสามารถผลิตตุ๊กตากระต่ายได้ พร้อมทั้งสามารถเลือกผ้าที่จะนำมาทำชุดตุ๊กตากระต่ายได้อย่างสวยงาม
- การผลิตตุ๊กตาเต่า เนื่องจากแพทเทิร์นละเอียด ต้องใช้ความชำนาญในการตัดเย็บ ส่งผลให้กลุ่มไม่อยากทำ ทางทีมที่ปรึกษาจึงได้ตกลงจะทำแพทเทิร์นเต่ารูปแบบใหม่ให้เย็บได้ง่ายขึ้น
- การผลิตตุ๊กตาหมีป่ายัดใบชา ซึ่งทางกลุ่มตกลงว่าจะเรียกว่า “หมีดอย” และไม่ใส่เข็ม พบว่าสามารถเย็บได้ง่าย แต่มีปัญหาในการยัดใบชา หมีไม่เป็นรูปทรงที่ต้องการ ได้ให้คำแนะนำให้แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนขาให้ใช้ใยโพลีเอสเตอร์ยัดให้แน่น แล้วส่วนที่เหลือค่อยยัดใบชา ใบชาที่ใช้ใช้ใบชาอบแห้งยัดทั้งใบ (ไม่ใส่ก้าน) จะทำให้รูปทรงได้สัดส่วนไม่บิดเบี้ยว
- ทางกลุ่มขอให้ทำผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม โดยขอให้ทำกระเป๋าที่มีรูปเต่าตกแต่งเน้นการเย็บที่ง่ายเพื่อให้เป็นสัญลักษณ์และเป็นของที่ระลึกจากดอยเต่า
- ตุ๊กตาที่ทำขึ้นใหม่ สามารถลดต้นทุนการผลิตได้โดยการเลือกใช้ผ้าฝ้ายหรือผ้าดิบ มาใช้เป็นตัวตุ๊กตา แล้วนำเศษผ้าที่เหลือจากทำผลิตภัณฑ์อื่นมาเป็นส่วนประกอบ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถตั้งราคาตุ๊กตาไม่สูงมากได้



รูปที่ 4-4 ลักษณะผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้ออกแบบขึ้น

การประเมินผลการอบรม

การประเมินจากวิทยากร

- การเย็บ เย็บด้วยผีเข็มละเอียดแต่ยังมีบางช่วงที่ไม่สามารถเดินเส้นแบบโค้งได้ ส่งผลให้ตุ๊กตาไม่สวยเท่าที่ควร
- การเย็บตุ๊กตาทั้ง 4 แบบ พบว่า ตุ๊กตากระต่ายชายและหญิง เย็บได้สวยงาม สมส่วน รองลงมาเป็น ตุ๊กตาหมูป่า ส่วนตุ๊กตาเต่าเย็บเข้าตัวได้ยาก
- ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการัดใบชาส่งผลให้ตุ๊กตาหมูมีรูปร่างไม่ค่อยสมมาตร ย่น แต่กับการัดใบโพลีเอสเตอร์ทำได้เพราะอาจจะมีประสบการณ์จากการทำตุ๊กตาหมูป่า ซึ่งคาดว่าหากมีการทำซ้ำจะสามารถทำได้สวยงามมากยิ่งขึ้น
- การเลือกสีชุดกระต่ายยังยึดติดกับวัฒนธรรมของชนเผ่า ที่ให้ผู้หญิงใส่สีขาวไม่มีลวดลายหรือสีพื้น ได้แนะนำว่า ไม่จำเป็นต้องทำตุ๊กตาสวมเสื้อขาวสำหรับผู้หญิงโสดเท่านั้น แต่เป็นผู้หญิงแต่งงานแล้วก็ได้ เพื่อให้สามารถเลือกผ้าทอที่มีลวดลายมาทำเป็นเสื้อผ้าเพื่อให้มีความโดดเด่นกว่า ตุ๊กตาของที่อื่นๆ ถ้าเลือกใช้ผ้าสีพื้นจะไม่มีแตกต่าง
- สามารถผลิตตุ๊กตากระต่ายได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากแพทเทิร์นที่ง่าย ใช้เวลาในการทำงานน้อย

การประเมินตนเองจากแบบสอบถาม

หลังจากการอบรม ให้แต่ละคนประเมินตนเองถึงความสามารถในการตัดเย็บตามแพทเทิร์น สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังแสดงในตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 ผลการประเมินการฝึกอบรมการทำผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองจากแบบสอบถาม

ที่	ผู้เข้าร่วมอบรม	ตุ๊กตาเต่า ยัดใบชา	ตุ๊กตาหมูป่า ยัดใบชา	ตุ๊กตา กระต่าย หญิงชนเผ่า	ตุ๊กตา กระต่าย ชายชนเผ่า
1	นางกัญญารัตน์ ปู่เป็ด	ปานกลาง	ดีที่สุด	ดีมาก	ดีมาก
2	นางพิมพ์ลอย คำมูล	ปานกลาง	ปานกลาง	ดีที่สุด	ดีที่สุด
3	นางพัชรินทร์ โปธิ	ปานกลาง	ปานกลาง	ดีมาก	ดีมาก
4	นางแกละ ปู่เงิน	ปานกลาง	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
5	นางรัตติกาล สารทิ	ปานกลาง	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก

จากตารางที่ 4-8 จะเห็นได้ว่า ตุ๊กตากระต่ายทั้งหญิงและชาย ได้รับการประเมินว่าสามารถตัดเย็บตามแพทเทิร์นได้ดี สอดคล้องกับการประเมินของวิทยากรที่พบว่า ตุ๊กตากระต่ายมีการตัดเย็บที่ดีที่สุด รองลงมาเป็นตุ๊กตาหมูป่า โดยสามารถสรุปผลจากการสอบถามผู้เข้าร่วมอบรมได้ดังนี้

- ตุ๊กตากระต่ายแพทเทิร์นง่าย รูปลักษณะน่ารัก ใช้ปริมาณผ้าทอไม่มาก ทำได้รวดเร็ว คิดว่าจะผลิตต่อเนื่อง
- ตุ๊กตาหมูป่า ตั้งชื่อใหม่เป็น “ตุ๊กตาหมูดอย” ตัดเย็บง่าย แต่ยังไม่ชำนาญเรื่องการยัดใบชา คาดว่าหากได้ทำเพิ่มเติมจนเกิดความชำนาญจะสามารถทำได้ดีขึ้น
- ตุ๊กตาเต่า ตัดเย็บค่อนข้างยาก มีชิ้นส่วนเยอะ ประกอบเป็นตัวได้ค่อนข้างยาก ขอให้ทำแบบใหม่ที่เย็บได้ง่ายกว่า
- อยากได้ตุ๊กตารูปสัตว์อื่นๆ ที่แพทเทิร์นไม่ยาก ตัดเย็บง่าย เพื่อทดลองผลิต
- อยากได้รูปแบบที่นำเอารูปเต่าไปตกแต่งกระเป๋า เพื่อให้เป็นของที่ระลึก/ของฝาก



รูปที่ 4-5 การอบรมการผลิตตุ๊กตารูปแบบต่างๆ



รูปที่ 4-6 ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตากระต่ายและตุ๊กตาหมูดอยที่ได้จากการอบรม

รายละเอียดการอบรมครั้งที่ 2 : วันที่ 9-10 กันยายน 2561

- อบรมการทำเต่าเพิ่มเติมจากครั้งที่ 1 เนื่องจากเต่าที่อบรมในครั้งที่ 1 กลุ่มทอผ้าหลายแก้วไม่สามารถผลิตได้ เนื่องจากต้องใช้ความเชี่ยวชาญและมีมือในการผลิตโดยเฉพาะการประกอบตัวทิมที่ปรึกษาจึงได้กลับไปออกแบบเต่ารูปแบบใหม่และนำมาอบรมเพิ่มเติม
- อบรมการทำผ้าปะติดกระเป๋ารูปเต่า เพื่อเป็นสินค้าเพิ่มเติม
- ติดตามและประเมินตุ๊กตากระต่ายและเต่า พร้อมทั้งให้คำแนะนำเพิ่มเติมในการผลิต

ผลการอบรม

- เต่ารูปแบบใหม่ได้รับการตอบรับจากกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว ว่าสามารถตัดเย็บได้ง่ายขึ้น
- การเย็บ เย็บด้วยผีเข็มละเอียดเข้าทรงเต่าได้ดี ได้รูปทรง สมส่วน
- กระเป๋าที่ออกแบบ ทางกลุ่มชื่นชอบและจะผลิตเพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก แต่ต้องการของที่ระลึกจากดอยเต่า
- ตุ๊กตากระต่ายและตุ๊กตาหมูที่ทำขึ้น ยังมีปัญหาเรื่องการเย็บส่วนประกอบซึ่งจะส่งผลให้รูปทรงไม่สมดุล ได้ให้คำแนะนำในการเย็บต้องมีการเนาก่อนจะเย็บ
- การเย็บกระดุมติดแขนขาของกระต่าย ต้องใช้ด้ายคู่เพื่อให้มีความแน่นหนามากยิ่งขึ้น
- ทางกลุ่มทอผ้าหลายแก้วจะผลิตตุ๊กตาเพื่อนำไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าของศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ในเดือนกันยายน 2561



รูปที่ 4-7 การให้คำแนะนำการเย็บตุ๊กตากระต่ายและการอบรมการผลิตตุ๊กตาเต่ารูปแบบใหม่

แบบประเมินผลการฝึกอบรม

แบบประเมินผลการฝึกอบรม

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561 ชุมชนหลายแก้ว

กรมการค้าภายใน ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

หัวข้อการอบรม “การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรียง: การผลิตตุ๊กตาหมูป่า ตุ๊กตากระท่ายและตุ๊กตาเต่า”

วันที่ 25-26 สิงหาคม 2561

ณ ชุมชนหลายแก้ว อำเภอ ดอยเต่า จังหวัด เชียงใหม่

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจในการฝึกอบรมของผู้เข้าร่วมอบรม
 2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อการฝึกอบรมในอนาคต

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

1. ชื่อ นามสกุล
2. การทำงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรียงของชุมชนหลายแก้ว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> เป็นผู้ทอผ้ากระเหรียง	<input type="checkbox"/> เป็นผู้แปรรูปผ้ากระเหรียง เช่น เป็นผู้เย็บเสื้อ ทำตุ๊กตา
<input type="checkbox"/> เป็นผู้ดูแลด้านการตลาด การจัดจำหน่าย	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (กรุณาระบุ)

ตอนที่ 2 ผลการฝึกอบรม

คำชี้แจง โปรดระบุ ✓ ลงในช่องที่ตรงตามระดับความสามารถของท่านหลังจากได้รับการฝึกอบรมแล้วมากที่สุด

หัวข้อการฝึกอบรม	ความสามารถของท่านในการตัดเย็บตามแพทเทิร์น				
	ดีที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ตุ๊กตาเต่ายัดใบชา 3 ขนาด					
2. ตุ๊กตาหมูป่ายัดใบชา 3 ขนาด					
3. ตุ๊กตากระท่ายหญิงใส่ชุดชนเผ่า					
4. ตุ๊กตากระท่ายชายใส่ชุดชนเผ่า					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตัวอย่างการตอบแบบประเมิน

แบบประเมินผลการฝึกอบรม
 การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561 ชุมชนหลายแก้ว
 กรมการค้าภายใน ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 หัวข้อการอบรม "การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยง: การผลิตตุ๊กตาหมูป่า ตุ๊กตากระต่ายและตุ๊กตาเต่า"
 วันที่ 25-29 สิงหาคม 2561
 ณ ชุมชนหลายแก้ว อำเภอ ดอยเต่า จังหวัด เชียงใหม่

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจในการฝึกอบรมของผู้เข้าร่วมอบรม
 2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อการฝึกอบรมในอนาคต

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

1. ชื่อ นางกัญญาอรุณ นามสกุล ป๋าด
2. การทำงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยงของชุมชนหลายแก้ว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เป็นผู้ทอผ้ากระเหรี่ยง เป็นผู้แปรรูปผ้ากระเหรี่ยง เช่น เป็นผู้เย็บเสื้อ ทำตุ๊กตา
- เป็นผู้ดูแลด้านการตลาด การจัดจำหน่าย อื่นๆ (กรุณาระบุ)

ตอนที่ 2 ผลการฝึกอบรม

ผู้ชี้แจง โปรดระบุ ลงในช่องที่ตรงตามระดับความสามารถของท่านหลังจากได้รับการฝึกอบรมแล้วมากที่สุด

หัวข้อการฝึกอบรม	ความสามารถของท่านในการตัดเย็บตามแพทเทิร์น				
	ดีที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ตุ๊กตาเต่าอัตโบชา 3 ขนาด			/		
2. ตุ๊กตาหมูป่าอัตโบชา 3 ขนาด	/				
3. ตุ๊กตากระต่ายหญิงใส่ชุดชนเผ่า		/			
4. ตุ๊กตากระต่ายชายใส่ชุดชนเผ่า		/			

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอตุ๊กตารูปสัตว์อื่น ๆ ที่เข่งมีฝาก ก เนื้อ เต่าไปขอผลิต

ขอตุ๊กตาหมีแบบ เต่า ตุ๊กตากระต่าย

รูปที่ 4-8 ตัวอย่างแบบประเมินผลการฝึกอบรมการทำผลิตภัณฑ์

แบบประเมินผลการฝึกอบรม

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561 ชุมชนหลายแก้ว

กรมการค้าภายใน ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

หัวข้อการอบรม "การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรียง: การผลิตตุ๊กตาหมูป่า ตุ๊กตากระดาษและตุ๊กตาเต่า"

วันที่ 25-29 สิงหาคม 2561

ณ ชุมชนหลายแก้ว อำเภอ ดอยเต่า จังหวัด เชียงใหม่

- วัตถุประสงค์**
1. เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจในการฝึกอบรมของผู้เข้าร่วมอบรม
 2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อการฝึกอบรมในอนาคต

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

1. ชื่อ นาง พิริณทร์ นามสกุล ไป๋

2. การทำงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรียงของชุมชนหลายแก้ว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เป็นผู้ทอผ้ากระเหรียง เป็นผู้แปรรูปผ้ากระเหรียง เช่น เป็นผู้เย็บเสื้อ ทำตุ๊กตา
- เป็นผู้ดูแลด้านการตลาด การจัดจำหน่าย อื่นๆ (กรุณาระบุ)

ตอนที่ 2 ผลการฝึกอบรม

ค่าชี้แจง โปรดระบุ ลงในช่องที่ตรงตามระดับความสามารถของท่านหลังจากได้รับการฝึกอบรมแล้วมากที่สุด

หัวข้อการฝึกอบรม	ความสามารถของท่านในการตัดเย็บตามแพทเทิร์น				
	ดีที่สุด	ดีมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ตุ๊กตาเต่ายัดใบชา 3 ขนาด			/		
2. ตุ๊กตาหมูป่ายัดใบชา 3 ขนาด			/		
3. ตุ๊กตากระดาษหญิงใส่ชุดชนเผ่า		/			
4. ตุ๊กตากระดาษชายใส่ชุดชนเผ่า		/			

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

รูปที่ 4-8 ตัวอย่างแบบประเมินผลการฝึกอบรมการทำผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

2) อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

เพื่อให้สามารถขายของผ่านช่องทาง Online ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การถ่ายภาพที่สวยงามจะช่วยให้ดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น โครงการจึงได้จัดการอบรมการถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟนขึ้น เพื่อให้กลุ่มทอผ้าหลายแก้วสามารถถ่ายรูปสินค้าได้ด้วยตนเอง

รายละเอียดการอบรม : วันที่ 1-2 กันยายน 2561

- ดำเนินการอบรม ณ วิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล ม.เชียงใหม่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่
- มีผู้เข้าร่วมอบรมจากกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว แบ่งออกเป็นสมาชิก 3 ราย และเยาวชน 7 ราย

- วิทยากร ว่าที่ร้อยตรีสุริยัน หมอยา งานออกแบบและพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ม.เชียงใหม่

กำหนดการอบรม

วันที่ 1 กันยายน 2561

8.30-9.00 น.	ลงทะเบียน
9.00-9.20 น.	แนะนำโครงการและวัตถุประสงค์การอบรม
9.20-12.00 น.	บรรยายเรื่อง “เทคนิคการถ่ายภาพ” การวางผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีนางแบบ การถ่ายภาพกลางแจ้ง การใช้แสงจากธรรมชาติ การจัดวางผลิตภัณฑ์กับแบบ
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00-14.00 น.	ปฏิบัติการถ่ายภาพกลางแจ้งและถ่ายภาพกับบุคคล วิพากษ์รูปถ่ายที่ถ่ายได้ แนะนำเทคนิคการถ่าย
14.00-16.00 น.	บรรยายเรื่อง “การปรับภาพเบื้องต้น และการปรับภาพที่เหมาะสมกับการนำเสนอใน Social Media” โดยใช้ Application ที่มีในโทรศัพท์มือถือ ปฏิบัติการปรับภาพโดยใช้ Application

วันที่ 2 กันยายน 2561

8.30-9.30 น.	บรรยายเรื่อง “เทคนิคการถ่ายภาพกับ Studio Box” การจัดแสงในร่ม การจัดองค์ประกอบภาพ
11.00-12.00 น.	ปฏิบัติการการประยุกต์ใช้อุปกรณ์ภายในบ้านเพื่อสร้าง ชุด Studio Box ด้วยตนเอง และฝึกปฏิบัติถ่ายภาพ วิพากษ์รูปถ่ายที่ถ่ายได้ แนะนำเทคนิคการถ่าย
12.00-13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00-13.30 น.	บรรยายเรื่อง “เทคนิคการนำเสนอสินค้า” การบรรยายภาพ การให้ข้อมูล ผลิตภัณฑ์
13.30-15.30 น.	ปฏิบัติการนำรูปผลิตภัณฑ์ที่ถ่าย ปรับภาพ และใส่ข้อมูลเพื่อนำเสนอสินค้า วิพากษ์รูปที่ปรับแต่งและใส่ข้อมูลแล้ว แนะนำเทคนิคเพิ่มเติม
15.30-16.00 น.	สรุปและประเมินผลการอบรม

ผลการอบรม

- ผู้เข้าร่วมอบรม 10 คน ประกอบด้วย
 - นายจันทร์คำ ปู่เปิด
 - นายอุ้นคำ คำมูล
 - นางพิมพ์ลอย คำมูล

- ด.ญ.ศศิวิมล ปู่เหลือง
 - ด.ญ.ธนภรณ์ พมี
 - น.ส.อาทิตยา ศรีใจดี
 - ด.ช.ธนพงษ์ หล้าหม่อง
 - น.ส.ชญาณิศ เสาร์นุ
 - ด.ญ.ทินประภา ปู่หล้า
 - ด.ญ.ชุตินา นิลประดิษฐ์
- ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้เกี่ยวกับ
- ถ่ายภาพด้วยกฎสามส่วน (Rule of Thirds) และจุดตัดเก้าช่อง
 - การประยุกต์ใช้อุปกรณ์ภายในบ้านเพื่อสร้าง ชุด Studio Box ถ่ายภาพด้วยตนเองแบบง่ายๆ
 - การถ่ายภาพด้วย Studio Box และการจัดแสงในร่ม
 - Application ที่ใช้ในการตกแต่งรูปภาพ : Line Camera
 - เทคนิค/รายละเอียดในการโพสต์ขายสินค้า Online
- การอบรมเป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการ เมื่อถ่ายรูปแล้วมีการวิพากษ์รูปภาพและได้แนะนำเทคนิคการถ่ายภาพและการนำเสนอสินค้า ดังนี้
- การถ่ายภาพกลางแจ้ง ให้ระมัดระวังฉากหลัง ไม่ให้มีวัตถุอื่นมารบกวนสายตา
 - การถ่ายภาพสินค้าถ้ามีคนประกอบ จะทำให้ดึงดูดมากยิ่งขึ้น
 - การทำฉากหน้าให้เป็นเหมือนกรอบรูป ภาพสินค้าจะโดดเด่นขึ้น
 - ภาพที่ดีจะทำหน้าที่นำเสนอสินค้าให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น อาทิ รูปสินค้าที่มีครบทุกมุม (ด้านหน้า ด้านข้าง ด้านหลัง) มีขนาดเปรียบเทียบกับตัวบุคคล เป็นต้น
 - ภาพที่สวยงามจะแสดงถึงความทุ่มเทและเป็นมืออาชีพของร้านค้า
 - ในภาพควรบอกชื่อสินค้า ราคา และช่องทางการติดต่อ
 - ช่องทางการติดต่อควรระบุให้ชัดเจน

การประเมินผลการอบรม

การประเมินจากวิทยากร

- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถถ่ายภาพกลางแจ้งได้ดีตามกฎสามส่วน แต่ยังขาดการระมัดระวังฉากหลัง
- ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถถ่ายภาพจาก Studio Box ได้ดี ภาพออกมาชัดเจน เห็นรายละเอียดครบ
- ข้อมูลสำหรับการนำเสนอในภาพ พบว่ายังไม่ชัดเจน ข้อมูลควรจะต้องประกอบด้วย ชื่อสินค้า ราคา และช่องทางการติดต่อ ส่วนรายละเอียดอื่นๆ ควรจะเขียนเป็นรายละเอียดในโพสต์

การประเมินจากแบบสอบถาม

หลังจากการอบรม ให้แต่ละคนประเมินตนเองถึงความเข้าใจในแต่ละหัวข้อของการอบรม ดังแสดงผลการประเมินในตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 ผลการประเมินการฝึกอบรมการถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟนด้วยตนเองจากแบบสอบถาม

หัวข้อการอบรม	ระดับความเข้าใจ		
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)
1. การทำฉากสำหรับถ่ายรูปลินค้า	73.33	26.67	-
2. การจัดวางสินค้า	20.00	66.67	13.33
3. การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้า	40.00	40.00	20.00
4. เทคนิคการถ่ายภาพกลางแจ้ง	46.67	46.67	6.66
5. เทคนิคการถ่ายภาพสินค้ากับบุคคล	40.00	46.67	13.33
6. การปรับแต่งภาพโดยใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	53.33	40.00	6.67
7. การอัปโหลดภาพบนสื่อโซเชียลมีเดีย	46.67	40.00	13.33

จากการประเมินตนเองจะเห็นได้ว่า ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจและมั่นใจในการถ่ายภาพกับฉาก ทั้งการทำฉากและการถ่ายภาพมากกว่าการถ่ายภาพกลางแจ้ง ซึ่งสอดคล้องกับการประเมินของวิทยากรที่เห็นว่าการถ่ายภาพกับฉากทำได้ดีมากว่าการถ่ายภาพกลางแจ้งที่ยังเลือกมุมไม่ดีนัก



รูปที่ 4-9 การบรรยายเทคนิคการถ่ายภาพ



รูปที่ 4-10 การทำ Studio Box ด้วยอุปกรณ์ในครัวเรือน การฝึกปฏิบัติการจัดแสง และถ่ายภาพจาก Studio Box



รูปที่ 4-11 การฝึกปฏิบัติการถ่ายรูปด้วยแสงธรรมชาติ



รูปที่ 4-12 ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายด้วยแสงธรรมชาติ ที่มีการจัดวางที่เหมาะสม ฉากหลังน่าสนใจ



รูปที่ 4-13 ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายกับนางแบบที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

แบบสอบถาม

แบบประเมินผลการฝึกอบรม

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561 ชุมชนหลายแก้ว

กรมการค้าภายใน ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

หัวข้อการอบรม “การถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟน”

วันที่ 1-2 กันยายน 2561

ณ วิทยาลัยนานาชาติ นวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ 1. เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจในการฝึกอบรมของผู้เข้าร่วมอบรม

2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อการฝึกอบรมในอนาคต

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

1. ชื่อ นามสกุล

2. การทำงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงของชุมชนหลายแก้ว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 เป็นผู้ผลิตผ้าทอกะเหรี่ยง เป็นผู้แปรรูปผ้าทอกะเหรี่ยง เป็นผู้ดูแลและบริหารจัดการเฟสบุ๊กของผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงของชุมชนหลายแก้ว เป็นกลุ่มเยาวชน อื่นๆ (กรุณาระบุ)**ตอนที่ 2** ผลการฝึกอบรม**คำชี้แจง** โปรดระบุ ✓ ลงในช่องที่ตรงตามระดับความเข้าใจของท่านหลังจากได้รับการฝึกอบรมแล้ว

หัวข้อการฝึกอบรม	ระดับความเข้าใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การทำฉลากสำหรับถ่ายรูปสินค้า					
2. การจัดวางสินค้า					
3. การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้า					
4. เทคนิคการถ่ายภาพกลางแจ้ง					
5. เทคนิคการถ่ายภาพสินค้ากับบุคคล					
5. การปรับแต่งภาพโดยใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ					
6. การอัปโหลดภาพบนสื่อโซเชียลมีเดีย					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ตัวอย่างการตอบแบบสอบถาม

แบบประเมินผลการฝึกอบรม

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาคำชาย (ภาคเหนือ) ประจำปี 2561 ชุมชนหลายแก้ว
 กรมการค้าภายใน ร่วมกับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 หัวข้อการอบรม “การถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟน”
 วันที่ 1-3 กันยายน 2561
 ณ วิทยาลัยนานาชาติ นวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

- วัตถุประสงค์ 1. เพื่อประเมินความรู้ความเข้าใจในการฝึกอบรมของผู้เข้าร่วมอบรม
 2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหัวข้อการฝึกอบรมในอนาคต

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

1. ชื่อ อภวิมล ใจดี นามสกุล ใจดี
2. การทำงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยงของชุมชนหลายแก้ว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 เป็นผู้ผลิตผ้าทอกระเหรี่ยง เป็นผู้แปรรูปผ้าทอกระเหรี่ยง
 เป็นผู้ดูแลและบริหารจัดการเฟสบุ๊คของผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยงของชุมชนหลายแก้ว
 เป็นกลุ่มเยาวชน อื่นๆ (กรุณาระบุ)

ตอนที่ 2 ผลการฝึกอบรม

คำชี้แจง โปรดระบุ ✓ ลงในช่องที่ตรงตามระดับความเข้าใจของท่านหลังจากได้รับการฝึกอบรมแล้ว

หัวข้อการฝึกอบรม	ระดับความเข้าใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การทำฉากสำหรับถ่ายรูปสินค้า		/			
2. การจัดวางสินค้า		/			
3. การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้า	/				
4. เทคนิคการถ่ายภาพกลางแจ้ง		/			
5. เทคนิคการถ่ายภาพสินค้ากับบุคคล		/			
1. การปรับแต่งภาพโดยใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือ	/				
2. การอัปโหลดภาพบนสื่อโซเชียลมีเดีย		/			

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

เพิ่มองค์ความรู้ให้สินค้า ส่งไปอยู่ในร้านสินค้า
แนะนำสินค้า 1.ขายต่อ 2.ขายรวม ส่งไปรษณีย์
ขอบคุณโครงการฯ ในโอกาสที่ 16/9/2021

รูปที่ 4-16 ตัวอย่างแบบประเมินผลการฝึกอบรมการถ่ายภาพสินค้าด้วยสมาร์ทโฟน

4.4.3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายแก้ว

โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว เป็นการต่อยอดจากโครงการศึกษาจัดทำรูปแบบการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านท่ามาค้าขายต้นแบบ (ภาคเหนือ) ซึ่งในปีที่ผ่านมา มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบกระเป่าถือ และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มีการประสานงานจากศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ให้สินค้าดังกล่าวไปวางขายที่ร้านค้าในสนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินภูเก็ต

จากช่องทางดังกล่าวทำให้โครงการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ชุมชนหลายแก้ว ได้เล็งเห็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพผ่านทางผลิตภัณฑ์ โดยการนำเอาผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเดิมมาพัฒนาต่อเพื่อให้เป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว นำไปจำหน่ายในช่องทางดังกล่าว

ทางโครงการฯ ได้มีการดำเนินการดังนี้

1) เก็บข้อมูลวิธีการผลิตและมูลค่าการขายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพในการพัฒนา ได้แก่ ตุ๊กตามูปา ตุ๊กตาเต่า และตุ๊กตากระต่าย ได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 ข้อมูลการผลิตและมูลค่าการขายผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชน

	ตุ๊กตามูปา	ตุ๊กตาเต่า	ตุ๊กตากระต่าย
วัตถุดิบ	- ผ้าทอลายกะเหรี่ยงจากก๊อ เอว - โยโพลีเอสเตอร์	- ผ้าทอลายกะเหรี่ยงจากก๊อ เอวและผ้าทอกีเอนสีพื้น - โยโพลีเอสเตอร์	- ผ้าทอลายกะเหรี่ยงจากก๊อ เอวและผ้าฝ้าย - โยโพลีเอสเตอร์
วิธีการผลิต	ตัดเย็บตุ๊กตาตามแบบด้วยจักร และนำมายัดด้วยโพลีเอสเตอร์ ส่วนประกอบเช่นหู เขี้ยว หาง ตัดเย็บด้วยมือ	ตัดเย็บตุ๊กตาตามแบบด้วยจักร และยัดด้วยโพลีเอสเตอร์	ตัดเย็บตุ๊กตาตามแบบด้วยจักร เย็บชุดและนำชุดมาประกอบกับตุ๊กตาส่วนตัวที่ยัดโพลีเอสเตอร์ แล้วจึงประกอบส่วนหัว
ต้นทุน (อุปกรณ์+ ค่าแรง)	250 บาท	40 บาท	150 บาท
ราคา จำหน่าย	650 บาท	100 บาท	350 บาท

ตารางที่ 4-10 ข้อมูลการผลิตและมูลค่าการขายผลิตภัณฑ์เดิมของชุมชน (ต่อ)

	ตุ๊กตหมีป่า	ตุ๊กตาเต่า	ตุ๊กตากระต่าย
ข้อจำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - ความสวยขึ้นอยู่กับผ้าที่นำมาตัดเย็บ - การเย็บและยัดใยโพลีเอสเตอร์ต้องมีความชำนาญ ไม่เช่นนั้นจะตั้งตุ๊กตาไม่ได้ - ใช้เวลาในการผลิตค่อนข้างนานเนื่องจากมีรายละเอียดมาก - ใช้ประโยชน์ได้เพียงตั้งโชว์ 	<ul style="list-style-type: none"> - การเย็บและยัดใยโพลีเอสเตอร์ ต้องมีความชำนาญ ไม่เช่นนั้นจะตั้งตุ๊กตาไม่ได้ - การเย็บกระดอง ต้องใช้ความชำนาญ เนื่องจากหลุดลุ่ยได้ง่าย - ใช้ประโยชน์ได้เพียงตั้งโชว์ 	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการเย็บตัวยุ่งยาก - ตุ๊กตาไม่สามารถเปลี่ยนชุดได้
			



รูปที่ 4-17 การศึกษาแพทเทิร์นการตัดเย็บสินค้าเดิม

2) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวคิดดังนี้

- กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
- ใช้วัตถุดิบที่มีในพื้นที่ เน้นการนำวัตถุดิบเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่า
- สินค้าสามารถตัดเย็บและผลิตได้ในพื้นที่ของชุมชนทอผ้าหลายแก้ว
- ราคาไม่สูงมาก
- เหมาะกับการฝากขายที่ร้านขายของที่ระลึก และร้านค้าในสนามบิน

โดยสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 รูปแบบ ดังนี้

2.1) ตุ๊กตาหมูป่า

- ทำการขยายแพทเทิร์นโดยใช้รูปแบบเดิม ทำเป็น 3 ขนาด เล็ก กลาง ใหญ่ โดยใช้แบบเดิมเป็นขนาดใหญ่
- นำแพทเทิร์นเดิมมาทำเป็นตุ๊กตาหมูป่าติดชิปด้านล่าง เพื่อให้สามารถยืดดูงูขาที่จะสามารถถอดเปลี่ยนได้ในกรณีที่กลิ่นเหม็น หรือจะเปลี่ยนเป็นถุงหอมชนิดอื่นๆ แทนได้
- ทดลองทำตุ๊กตาหมูป่ารูปแบบใหม่โดยให้สามารถเย็บได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะส่วนหัวและตัว ซึ่งเดิมต้องใช้ผ้าหลายชิ้นในการมาประกอบเข้ากัน



รูปที่ 4-18 หมูป่ารูปแบบใหม่ 3 ขนาด เล็ก กลาง ใหญ่ ภายในบรรจุถุงชา

2.2) ตุ๊กตาเต่า

- ทำการขยายแพทเทิร์นโดยใช้รูปแบบเดิม ทำเป็น 3 ขนาด เล็ก กลาง ใหญ่ โดยใช้แบบเดิมเป็นขนาดเล็ก
- นำแพทเทิร์นเดิมมาทำเป็นตุ๊กตาเต่า ด้านล่างมีชิปเพื่อให้สามารถนำถุงชาใส่เข้าไปเพื่อเพิ่มคุณสมบัติให้ช่วยดูดกลิ่นไม่พึงประสงค์



รูปที่ 4-19 เต่ารูปแบบเดิม เพิ่มขนาดให้เป็นเล็ก กลาง ใหญ่ และมีช่องสำหรับใส่ถุงชา

- 2.3) ตุ๊กตากระต่าย เปลี่ยนรูปแบบตุ๊กตาให้เป็น Soft Doll ที่สามารถถือเล่นได้ แขนขาขยับได้ สามารถเปลี่ยนชุดได้ 2 รูปแบบ (ตุ๊กตากระต่ายชาย ตุ๊กตากระต่ายหญิง) โดยสามารถจำหน่ายชุดแยกต่างหากได้ หรือทำชุดตามเทศกาลได้



รูปที่ 4-20 ตุ๊กตากระต่ายชายหญิง

- 3) นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค

เมื่อทำการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 92 คน เพื่อขอความเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พบว่า

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย 36 คน และเป็นผู้หญิง 56 คน
- ร้อยละ 78.26 มีอายุระหว่าง 21-25 ปี ร้อยละ 14.13 มีอายุระหว่าง 18-20 ปี และร้อยละ 7.61 มีอายุมากกว่า 25 ปี
- ร้อยละ 93.48 มีรายได้น้อยกว่าเดือนละ 10,000 บาท ร้อยละ 3.26 มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 3.26
- ร้อยละ 76.09 สนใจผลิตภัณฑ์จากชุมชน

โดยสามารถสรุปผลการประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบดังแสดงในตารางที่ 4-11 ถึง 4-13

ตารางที่ 4-11 ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมูป่า

ผลิตภัณฑ์	การตอบรับจากรูปลักษณ์ (ร้อยละ)			ซื้อให้ตัวเอง (ร้อยละ)		ซื้อเป็นของฝาก (ร้อยละ)		ราคาที่เหมาะสม
	ไม่ชอบ	เฉยๆ	ชอบ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ตุ๊กตาหมูป่าเล็กยึดใบชา	22.83	30.43	46.74	33.70	65.22	45.65	52.17	200-250
ตุ๊กตาหมูป่ากลางยึดใบชา	19.57	41.30	38.04	23.91	72.83	36.96	58.70	200-400
ตุ๊กตาหมูป่าใหญ่ยึดใบชา	25.00	35.87	38.04	22.83	72.83	31.52	64.13	200-650

หมายเหตุ : ยอดรวมร้อยละไม่ถึง 100 เนื่องจากบางส่วนไม่ตอบคำถาม

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

- หมูป่าขนาดเล็กน่ารัก แต่สำหรับขนาดใหญ่ที่ต้องการให้เป็นตุ๊กตา ต้องการให้น่ารักมากกว่านี้
- หมูป่าขนาดใหญ่ไม่เหมาะสำหรับเป็นของฝาก
- ชอบคุณสมบัติเพิ่มเติมที่สามารถเปลี่ยนถุงซาได้เมื่อหมดกลิ่น

สรุปผลการตอบรับผลิตภัณฑ์

- หมูป่าขนาดเล็กมีจำนวนผู้ชอบรูปลักษณ์มากที่สุด ในขณะที่ขนาดกลางและขนาดใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเฉยๆกับรูปลักษณ์ แสดงว่าขนาดมีผลกับการตัดสินใจชอบ/ไม่ชอบ
- หมูป่าขนาดเล็กได้รับการตอบรับที่จะซื้อให้ตัวเองและซื้อเป็นของฝากมากที่สุด เนื่องจากขนาดเล็ก สามารถนำกลับประเทศไปได้ง่าย ราคาไม่สูงมากนัก
- เมื่อเทียบการซื้อเป็นของฝากกับซื้อให้ตัวเองของหมูป่าทั้งสามขนาด พบว่าต้องการซื้อเป็นของฝากมากกว่าซื้อให้ตัวเอง โดยเฉพาะขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ต้องการซื้อเป็นของฝากมากกว่าซื้อให้ตัวเองประมาณ 10%
- ราคามีผลกับการตัดสินใจที่จะซื้อเป็นของฝาก หากราคาอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้จะนิยมซื้อเป็นของฝากมากกว่าซื้อให้ตนเอง

ตารางที่ 4-12 ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเต่า

ผลิตภัณฑ์	การตอบรับจากรูปลักษณ์ (ร้อยละ)			ซื้อให้ตัวเอง (ร้อยละ)		ซื้อเป็นของฝาก (ร้อยละ)		ราคาที่แนะนำ
	ไม่ชอบ	เฉยๆ	ชอบ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ตุ๊กตาเต่าเล็กยัดใบชา	26.09	36.96	35.87	35.87	61.96	46.74	51.09	50-100
ตุ๊กตาเต่ากลางยัดใบชา	29.35	38.04	31.52	23.91	73.91	36.96	60.87	100-150
ตุ๊กตาเต่าใหญ่ยัดใบชา	38.04	34.78	26.09	14.13	83.70	25.00	72.83	150-250

หมายเหตุ : ยอดรวมร้อยละไม่ถึง 100 เนื่องจากบางส่วนไม่ตอบคำถาม

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

- ผ้าที่ใช้ทำเต่าดูหยาบ แข็ง
- อยากให้ทำรูปลักษณ์ให้น่ารักมากกว่าทำให้เหมือนจริง

สรุปผลการตอบรับผลิตภัณฑ์

- เต่าขนาดเล็กได้รับการตอบรับทั้งรูปลักษณ์ การซื้อเป็นของฝากและซื้อให้ตัวเองมากกว่าเต่าขนาดอื่นๆ
- การซื้อจะซื้อเป็นของฝากมากกว่าจะซื้อให้ตนเอง
- การเพิ่มคุณสมบัติด้วยการยัดใบชาทำให้เหมาะกับการเป็นของฝากมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4-13 ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตากระดาษ

ผลิตภัณฑ์	การตอบรับจากรูปลักษณ์ (ร้อยละ)			ซื้อให้ตัวเอง (ร้อยละ)		ซื้อเป็นของฝาก (ร้อยละ)		ราคาที่ แนะนำ
	ไม่ชอบ	เฉยๆ	ชอบ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
ตุ๊กตากระดาษหญิง	17.39	30.43	51.09	34.78	63.04	50.00	47.83	500-600
ตุ๊กตากระดาษชาย	27.27	22.73	50.00	34.09	65.91	52.27	47.73	500-600

หมายเหตุ : ยอดรวมร้อยละไม่ถึง 100 เนื่องจากบางส่วนไม่ตอบคำถาม

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

- อยากให้วัสดุที่นำมาทำตาให้สดใสมากขึ้น
- อยากให้เพิ่มคุณสมบัติพิเศษให้กับกระดาษเหมือนกับตุ๊กตาหมีป่าและตุ๊กตาเต่า

สรุปผลการตอบรับผลิตภัณฑ์

- กระดาษทั้งชายและหญิงได้รับการตอบรับด้านรูปลักษณ์มากกว่า 50% ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- กว่า 50% ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการจะซื้อเป็นของฝาก

สรุปภาพรวมผลการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคชาวจีน

- 1) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ชอบสินค้าที่มีรูปลักษณ์น่ารัก สดใส มากกว่าสีทึมๆ
- 2) สีสนของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตอบรับของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- 3) แม้ว่าจะไม่ชอบหรือเฉยๆกับรูปลักษณ์แต่ก็มีสิทธิจะซื้อเป็นของฝาก เนื่องจากราคาเหมาะสมไม่สูงจนเกินไป
- 4) ขนาดของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตอบรับ สินค้าขนาดเล็กจะมีการตอบรับที่ดีกว่าเนื่องจากพกพาง่าย สามารถนำไปเป็นของฝากได้ง่าย

การดำเนินงานต่อไป

- 1) ปรับปรุงแบบเต่าให้มีความน่ารัก เป็นการ์ตูนมากขึ้น
- 2) เลือกทำเฉพาะบางขนาดที่ได้รับการตอบรับ เช่น เต่าขนาดเล็ก หมีป่าขนาดเล็ก
- 3) อบรมถ่ายทอดวิธีการผลิตให้กับกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว



รูปที่ 4-21 การนำเสนอและให้ความคิดเห็นกับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว

4) ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ หลังจากที่ได้รับความคิดเห็นจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แล้วนั้น ทางที่ปรึกษา ได้ทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเน้นไปที่การปรับรูปลักษณะของเต่าให้ดู Soft และเป็นการ์ตูนมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการใช้ผ้าฝ้ายทอเป็นตัว และนำผ้าทอกระเหรี่ยงที่แข็งแรงมาเป็นกระดอง ช่างในบรรจุชาเพื่อเป็นการเพิ่มคุณสมบัติให้เต่า (รูปที่ 4-19)

เมื่อปรับปรุงเต่าแล้ว ได้นำไปอบรมถ่ายทอดให้กับกลุ่มทอผ้าหลายแก้วแล้ว (อบรมครั้งที่ 1) ผลปรากฏว่าเต่าในรูปที่ 4-22 กลุ่มทอผ้าหลายแก้วฝึกแล้วไม่สามารถประกอบตัวได้ เนื่องจากเย็บโค้งไม่ได้ตามสัดส่วน

ที่ปรึกษา จึงได้นำมาปรับปรุงแบบใหม่ เน้นให้เย็บง่าย มีรูปลักษณะเป็นการ์ตูนมากยิ่งขึ้น ได้เป็นเต่าตามรูปที่ 4-23 และได้ทำการอบรมถ่ายทอดครั้งที่ 2 ผลปรากฏว่าทางกลุ่มสามารถผลิตได้ และพอใจกับเต่ารูปแบบใหม่ที่เย็บง่าย ใช้เวลาการผลิตไม่นาน



รูปที่ 4-22 เต่ารูปแบบใหม่ที่ได้หลังจากการอบรมครั้งที่ 1



รูปที่ 4-23 เต่ารูปแบบใหม่แบบที่ 2

ตัวอย่างการตอบแบบสอบถาม

cus Group #1: Chinese potential customer's opinions towards Karen Textile Products
Date: 7 August 2018

Formant's information
Gender: A. Male B. Female
Age: A. 18-20 B. 21-25 C. Above 25
Income per month: A. Below 2,000 RMB B. 2,000 - 4,000 RMB C. More than 4,000 RMB
Have interest in local product: A. Yes B. Maybe C. No

Please circle your chosen answers

Product #	Perception towards products	Suggestion for this product	Perception towards prices	Suggested for price	Would you like to buy this product for yourself?	Would you like to buy this product as a gift for others?
1	<input checked="" type="checkbox"/> A. NOT like <input checked="" type="checkbox"/> B. Neutral <input checked="" type="checkbox"/> C. Like		<input checked="" type="checkbox"/> A. Too low <input checked="" type="checkbox"/> B. Appropriate <input checked="" type="checkbox"/> C. Too high		<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No
2	<input checked="" type="checkbox"/> A. NOT like <input checked="" type="checkbox"/> B. Neutral <input checked="" type="checkbox"/> C. Like		<input checked="" type="checkbox"/> A. Too low <input checked="" type="checkbox"/> B. Appropriate <input checked="" type="checkbox"/> C. Too high		<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No
3	<input checked="" type="checkbox"/> A. NOT like <input checked="" type="checkbox"/> B. Neutral <input checked="" type="checkbox"/> C. Like		<input checked="" type="checkbox"/> A. Too low <input checked="" type="checkbox"/> B. Appropriate <i>too big</i> <input checked="" type="checkbox"/> C. Too high		<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No
4	<input checked="" type="checkbox"/> A. NOT like <input checked="" type="checkbox"/> B. Neutral <input checked="" type="checkbox"/> C. Like		<input checked="" type="checkbox"/> A. Too low <input checked="" type="checkbox"/> B. Appropriate <input checked="" type="checkbox"/> C. Too high		<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No
5	<input checked="" type="checkbox"/> A. NOT like <input checked="" type="checkbox"/> B. Neutral <input checked="" type="checkbox"/> C. Like		<input checked="" type="checkbox"/> A. Too low <input checked="" type="checkbox"/> B. Appropriate <input checked="" type="checkbox"/> C. Too high		<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No
6	<input checked="" type="checkbox"/> A. NOT like <input checked="" type="checkbox"/> B. Neutral <input checked="" type="checkbox"/> C. Like		<input checked="" type="checkbox"/> A. Too low <input checked="" type="checkbox"/> B. Appropriate <i>too big</i> <input checked="" type="checkbox"/> C. Too high		<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No
7	<input checked="" type="checkbox"/> 1 = NOT like <input checked="" type="checkbox"/> 2 = Neutral <input checked="" type="checkbox"/> 3 = Like		<input checked="" type="checkbox"/> 1 = Too low <input checked="" type="checkbox"/> 2 = Appropriate <input checked="" type="checkbox"/> 3 = Too high		<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Yes / <input checked="" type="checkbox"/> No

รูปที่ 4-24 ตัวอย่างแบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ (ต่อ)

6) จัดทำคู่มือการผลิตให้กับชุมชนสำหรับใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าหลายแก้ว เป็นคู่มือสำหรับการทอผ้าเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์จำพวกกระเป๋าถือและกระเป๋าซ้อปั้ง ซึ่งมีราคาสูง และได้รับการตอบรับให้เข้าไปขายในสนามบินจังหวัดภูเก็ต และสุวรรณภูมิ

ปัญหาที่พบก่อนทำคู่มือ คือ การทอผ้าที่มีขนาดมาตรฐานในการผลิตกว้าง 20 นิ้ว ส่งผลให้มีเศษผ้าที่เหลือจากการทำกระเป๋าเป็นจำนวนมาก หากนำมาทำกระเป๋าขนาดเล็กก็พบว่า ไม่สามารถวางผ้าได้ เนื่องจากไม่ตรงกับลวดลายของผ้า

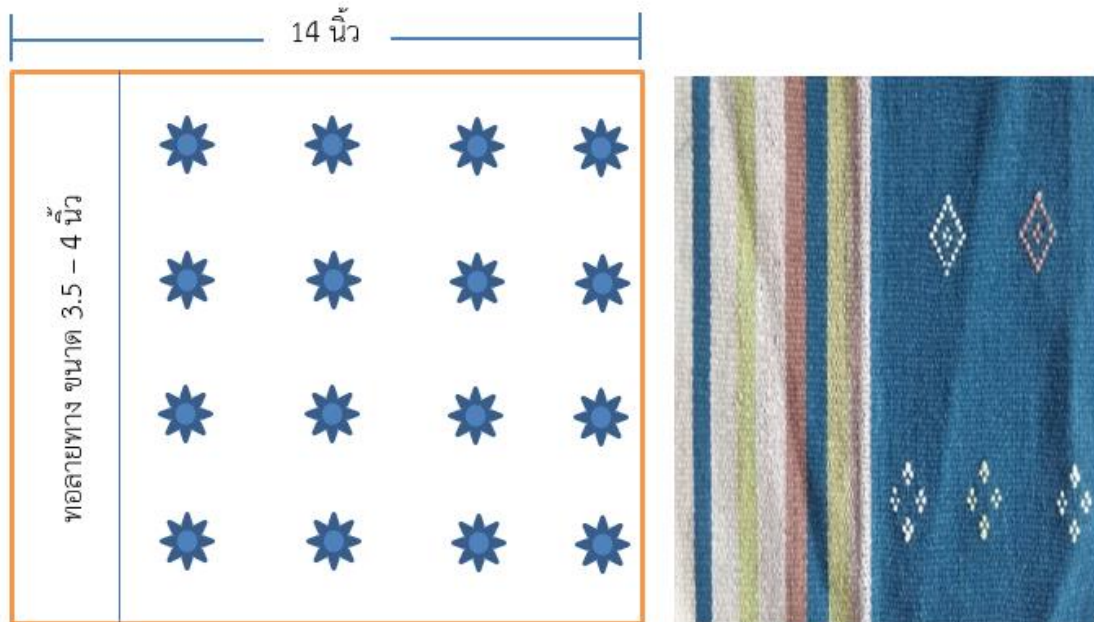
นอกจากนี้ยังพบว่าการวางลวดลายยังไม่ค่อยเหมาะสม เนื่องจากจะชินกับการทำผ้าผืน แต่การทอผ้าเพื่อทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้องเผื่อผ้าสำหรับทำสายหรือติดซิป การทอลวดลายดิตรึมผ้ามากเกินไปส่งผลให้กระเป๋าที่ผลิตได้ไม่สวยเท่าที่ควร

การทำคู่มือการผลิตเป็นการกำหนดขนาดและรูปแบบของผ้าทอที่จะนำมาทำกระเป๋า โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1) การผลิตผ้าทอสำหรับกระเป๋าถือและกระเป๋าสะพาย

ขนาดของผ้าทอ

- 1) ทอผ้าขนาดความกว้าง 14 นิ้ว
- 2) ขอบริมผ้าสองข้างให้ทอลายทางด้านด้านเดียว พื้นที่ส่วนที่เหลือให้ทอจกต่าง ๆ ต่อเนื่องจนหมดผ้า ลายทางที่ทอให้มีความกว้าง 3.5-4 นิ้ว (ห้ามน้อยกว่า 3.5 นิ้ว)
- 3) ลายทอจกบนพื้นผ้า ให้มีระยะห่างระหว่างแถวไม่เกิน 2 นิ้ว ระยะห่างระหว่างลาย 1.25-1.50 นิ้ว
- 4) ขนาดของลายจกให้มีขนาด 1×1 นิ้ว ถึงขนาด 1.25×1.75 นิ้ว



รูปที่ 4-25 ตัวอย่างผ้าทอสำหรับกระเป๋าถือและกระเป๋าสะพาย

รายละเอียดของผ้าทอ

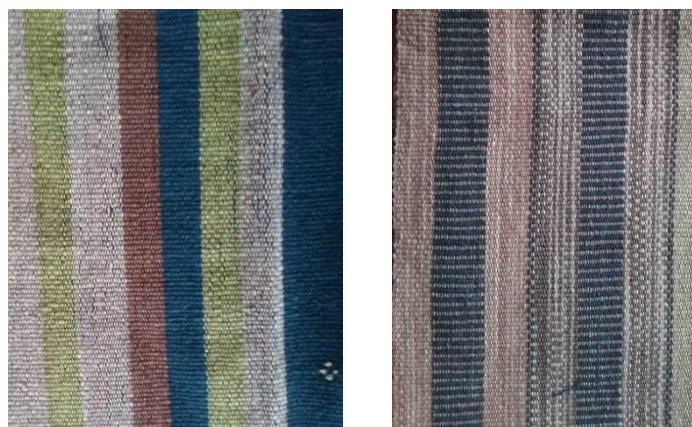
- 1) สีพื้นของผ้าควรเป็นสีเข้ม เช่น น้ำเงิน น้ำตาลไหม้ และน้ำตาลประตู สีน้ำเงินจะได้รับความนิยมมากกว่าสีอื่นๆ
- 2) สีเส้นด้ายที่ใช้จกลาย ควรใช้สีที่ทอลายทางที่ขอบริมผ้าด้วย เพื่อความสวยงามกลมกลืนของกระเป๋า
- 3) ลายทางที่ทอเป็นริ้วสีต่างๆ ให้สลับสีหลายๆ สี ไม่ต้องมีขนาดเท่ากันในแต่ละสีก็ได้
- 4) ลายทางควรใช้เส้นด้ายมัดย้อมแทรกบ้าง และทอยกให้มีลายสั้นขวางวางอยู่บนลายทางด้วย
- 5) ขนาดของลายทางไม่ควรน้อยกว่า 3.5 นิ้ว หากน้อยกว่านั้นเมื่อประกอบเป็นกระเป๋าจะติดกับบริเวณซิป เหลือลายทางบนขอบกระเป๋าไม่มาก ส่งผลให้ความสวยงามลดลง



รูปที่ 4-26 ตัวอย่างกระเป๋าที่ทำจากผ้าทอ



รูปที่ 4-27 เปรียบเทียบระหว่างกระเป๋าที่ทำจากผ้าที่มีการทอหลายทางกับไม่มีหลายทาง



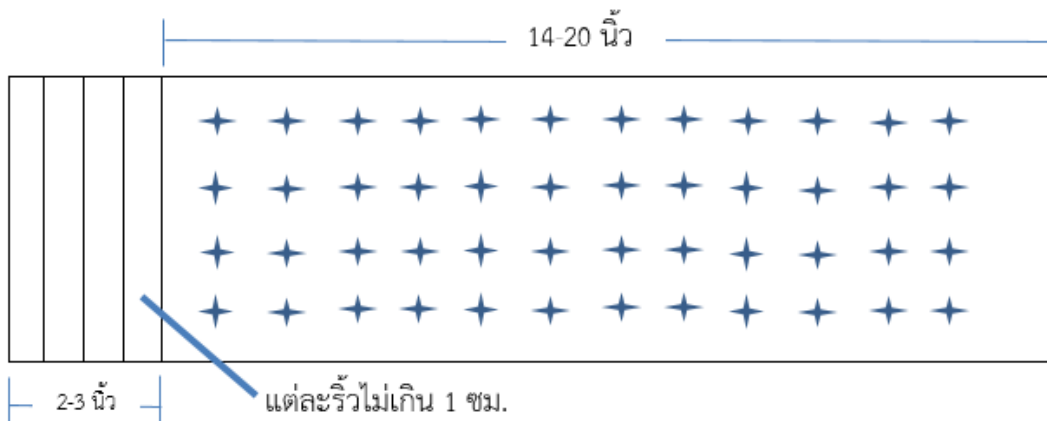
รูปที่ 4-28 ลายทางที่ทอด้วยเส้นด้ายสลัสสี (ซ้าย) และลายทางที่ทอแบบมีลายสั้นขวาง (ขวา)

6.2) การผลิตผ้าทอสำหรับกระเป๋าถือ (Clutch Bag) ขนาดต่างๆ

กระเป๋าถือ (Clutch Bag) เป็นกระเป๋าที่ใช้ผ้าทอเอวเย็บประกอบหนังที่มุมขวาล่าง มีทั้งหมด 5 ขนาด หน้าที่เย็บประกอบนั้นจะปิดทับลายผ้าด้านขวาไปส่วนหนึ่ง จะมากขึ้นอยู่กับขนาดกระเป๋า หากเป็นกระเป๋าสายขนาดเล็กสุด หนึ่งจะปิดทับลายไปเกือบครึ่งกระเป๋า โดยมากแล้วกระเป๋าสายเล็กสุดจะเลือกใช้เศษผ้าที่เหลือจากการตัดกระเป๋าสายใหญ่ จึงต้องอาศัยการวางผ้า ดังนั้นกระเป๋าสายเล็กอาจจะมีลายเฉพาะทางเป็นริ้วสีเท่านั้น หรือมีลากจกให้เห็นเพียงด้านละลาย การทอลายสำหรับทำกระเป๋านี้จะแตกต่างจากการทอผ้าสำหรับทำกระเป๋าสะพาย

ขนาดของผ้าทอ

- 1) ทอผ้าขนาดความกว้าง 14-20 นิ้ว
- 2) ขอบริมผ้าสองข้างให้ทอลายทางด้านด้านเดียว พื้นที่ส่วนที่เหลือให้ทอจกต่าง ๆ ต่อเนื่องจนหมดผ้า
- 3) ลายทางที่ทอให้มีความกว้าง 2-3 นิ้ว ความกว้างแต่ละริ้วไม่เกิน 1 เซนติเมตร
- 4) ลายทอจกบนผืนผ้า ให้มีระยะห่างระหว่างแถวไม่เกิน 1.5 นิ้ว ระยะห่างระหว่างลาย 1-1.25 นิ้ว
- 5) ขนาดของลายจกควรเป็นลายเล็ก ขนาด 1 x 1 นิ้ว



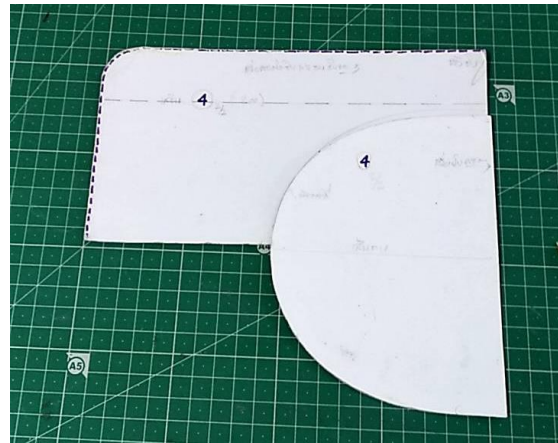
รูปที่ 4-29 ตัวอย่างผ้าทอสำหรับกระเป๋าถือ (Clutch Bag)

รายละเอียดของผ้าทอ

- 1) สีพื้นของผ้าใช้ได้ทั้งสีเข้มและสีอ่อน เช่น สีน้ำเงิน น้ำตาลไหม้ น้ำตาลประตู เขียวเพกา เขียวอมเหลือง ใบมะม่วง และชมพูอมส้มจากไม้สะล่าง
- 2) ลายจกที่ใช้ทอ ใช้ลายขนาดเล็กเพื่อให้สอดคล้องกับขนาดของกระเป๋า
- 3) สีของลายจกควรจะเป็นสีที่มีลายทาง (ริ้วผ้า) ด้วย เพื่อให้สอดคล้องและกลมกลืนกัน



รูปที่ 4-30 เปรียบเทียบระหว่างกระเป๋าถือ (Clutch Bag) ที่ทำจากผ้าที่มีการทอลายทางกับไม่มีลายทาง



รูปที่ 4-31 แพทเทิร์นกระเป๋าถือหลากหลายขนาด

7) การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติม (นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในสัญญา) จากผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทกระเป๋าที่ทางคณะที่ปรึกษาดำเนินการปี 2560 ทางกลุ่มได้ร้องขอให้ทางทีมที่ปรึกษาออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จำพวกกระเป๋าเพิ่มเติม ซึ่งทางทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการดังนี้

- 7.1) ออกแบบและตัดเย็บตัวอย่างกระเป๋าถือประกอบหนึ่งขนาดเล็ก โดยมีแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังคงอัตลักษณ์ของผ้าทอกระเหรี่ยงแต่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยเลือกใช้ผ้าทอชนเผ่าที่มีลวดลายเฉพาะ ย้อมสีธรรมชาติ เพื่อให้สามารถจำหน่ายได้ราคาสูง ดังแสดงในรูปที่ 4-32



รูปที่ 4-32 ตัวอย่างกระเป๋าถือประกอบหนังขนาดเล็ก

- 7.2) ออกแบบและตัดเย็บกระเป๋าผ้าตกแต่งด้วยผ้าทอชนเผ่าเป็นรูปเต่า โดยมีแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับวัยรุ่นหรือคนทั่วไป ในรูปแบบของกระเป๋าผ้าที่ตกแต่งด้วยผ้าทอชนเผ่าทำเป็นสัญลักษณ์รูปเต่าซึ่งเป็นตัวแทนของดอยเต่า จำหน่ายในราคาไม่สูงมากเพื่อให้สามารถซื้อเป็นของที่ระลึกได้ ซึ่งกระเป๋าแบบนี้ทางกลุ่มสามารถผลิตได้เองในพื้นที่ ดังแสดงตัวอย่างในรูปที่ 4-33



รูปที่ 4-33 ตัวอย่างกระเป๋าผ้าตกแต่งด้วยผ้าทอชนเผ่าเป็นรูปเต่า

แคตตาล็อกที่นำเสนอสินค้าใหม่ที่ทำขึ้น





ลอบัญ

หน้า	
2	เกี่ยวกับชุมชนทอผ้า
5-6	ผลิตภัณฑ์ผ้า
7-8	กระเป๋า
9-10	เครื่องแต่งกายขนแกะ
11	ผ้าคลุมเตียง
12	ผ้าพัน
13	ผ้าพันคอ
14	ผ้าพันคอ




Note : สินค้าจากกลุ่มทอผ้าทอผ้าลายแก้ว เป็นสินค้าที่โครงการที่ผลิตด้วยมือทุกขั้นตอน จึงไม่มีสต็อกมากนัก โปรดติดต่อทุกครั้งก่อนการสั่งซื้อ นอกจากนี้ การสั่งผลิต อาจเปลี่ยนแปลงสี ขนาดได้ ทั้งนี้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ราคาจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

ติดต่อ

นายจันทรีคำ ปู่เป็ด
เบอร์ติดต่อ 089-2644074 line : 0892644074
Facebook : Karen Weaving Doi Tao
<https://www.facebook.com/weaverdoitao/> /ref=tsSisref-ts
IG : karenweaving_ik



กลุ่มทอผ้าบ้านหลวงแก้ว
อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย



หน้า 2

เกี่ยวกับเรา...

ชุมชนทอผ้าแก้ว อ.ดอยเต่า จ.เชียงใหม่ เป็นชุมชนของชาวกระเหรี่ยงโพล่งที่มีประเพณี วิถีวัฒนธรรม เกี่ยวกับการทอผ้าใช้เอง เป็นการทอผ้าด้วยมือด้วยวิธีการมาดจากพิธีกรรมในท้องถิ่น มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ในปี พ.ศ. 2536 เกิดการรวมตัวของกลุ่มผู้หญิงในบ้านเป็น "กลุ่มทอผ้าบ้านหลวงแก้ว" ทำการผลิตผ้าเพื่อจำหน่าย ในปี พ.ศ. 2543 โครงการผ้าไหมแก้วใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ในเวลานั้น) ปัจจุบันคือโครงการเทคโนโลยีสิ่งทอพื้นบ้าน (ผ้าไหมแก้วใหม่) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เข้ามาช่วยด้านการพัฒนารูปแบบ กระบวนการย้อม และการตลาด ต่อมามีการตั้งศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมทอผ้ากระเหรี่ยงโดยเชิญจากจากแคนาดา ส่งผลให้กลุ่มเกิดความเข้มแข็งเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ด้วยศักยภาพของกลุ่มจึงมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพพระบาทสมเด็จพระ (องค์การมหาชน) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาภาคพายัพ ฯลฯ และในปี พ.ศ. 2560 ได้รับการคัดเลือกจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ให้เป็นหนึ่งใน "หมู่บ้านทำมาค้าขาย"

โดยมีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นที่ปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ร่วมสมัยและยังคงเอกลักษณ์ของลวดลาย และการย้อมสีจากธรรมชาติ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ

หน้า 5



กระต่ายขนแกะ ชายหญิง

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ :
ตุ๊กตากระต่าย Soft Doll
ขนาด : 30 เซนติเมตร
สวมใส่ผ้าฝ้ายทอมือจากที่เอว ลวดลายเอกลักษณ์ของชนเผ่ากระเหรี่ยงโพล่ง สามารถถอดเปลี่ยนชุดได้

การดูแลรักษา : ตากแดด หรือซักมือ

ราคา : 590 บาท/ตัว



หน้า 5



ตุ๊กตาช้าง

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ :
ตุ๊กตาช้างตกแต่งด้วยผ้าลวดลายชนเผ่าทอผ้าฝ้าย เหมาะสำหรับผู้เป็นของฝาก

ขนาด : 13 เซนติเมตร (นั่ง)

ราคา : 390 บาท

ตุ๊กตาคนูบ่า

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ :
ตุ๊กตาคนูบ่าจากผ้าฝ้ายทอมือจากที่เอว ย้อมสีธรรมชาติ สีนํ้าเงินจากคราม สีนํ้าตาลจากมะเกลือ และสีชมพูจากไม้สาลี่

ขนาด : 25 เซนติเมตร

ราคา : 750 บาท

หน้า 5



ครอบครัวเต่าอายุยืน

“เต่าจากดอยเต่า ผู้ใดมีครอบครัวหรือชื่อเป็นของฝากจะเป็นการอวยพรให้เจ้าของมีอายุยืนนานเหมือนเต่า”

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ :
ตุ๊กตาเต่าตามันโบราณด้วยใบชา ช่วยดูดกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์พร้อม ๆ กับตกแต่งของได้ เต่าทั้งตัวใช้ผ้าฝ้ายทอมือจากที่เอว ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ลวดลายเอกลักษณ์ของชนเผ่ากระเหรี่ยงโพล่ง

มี 2 ขนาด เล็ก ใหญ่

ราคา : 390 490 บาท (ตามลำดับ)

หน้า 5



ครอบครัวเต่าอายุยืน

“เต่าจากดอยเต่า ผู้ใดมีครอบครัวหรือชื่อเป็นของฝากจะเป็นการอวยพรให้เจ้าของมีอายุยืนนานเหมือนเต่า”

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ :
ตุ๊กตาเต่าตามันโบราณด้วยใบชา ช่วยดูดกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์พร้อม ๆ กับตกแต่งของได้ เต่าทั้งตัวใช้ผ้าฝ้ายทอมือจากที่เอว ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ลวดลายเอกลักษณ์ของชนเผ่ากระเหรี่ยงโพล่ง

มี 2 ขนาด เล็ก ใหญ่

ราคา : 390 490 บาท (ตามลำดับ)



รูปที่ 4-34 ตัวอย่างแคตตาล็อกที่นำเสนอสินค้าใหม่ที่ทำขึ้น

4.4.4 เชื่อมโยงและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า ชุมชนหลายแก้ว

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ชุมชนหลายแก้ว) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่ายในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ ในปี 2561 ได้เลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทำขึ้นเป็นของที่ระลึก ไปนำเสนอให้กับร้านค้าเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายเพิ่มเติมจากปี 2560 ดังนี้

1.1) ร้าน Craft de Quarr เป็นร้านจำหน่ายของที่ระลึกและทำมือ ที่มาจากชาติพันธุ์ต่างๆ ตั้งอยู่ที่ 33/6 ถนนมูลเมือง ตำบลศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ใกล้ลานประตูท่าแพ

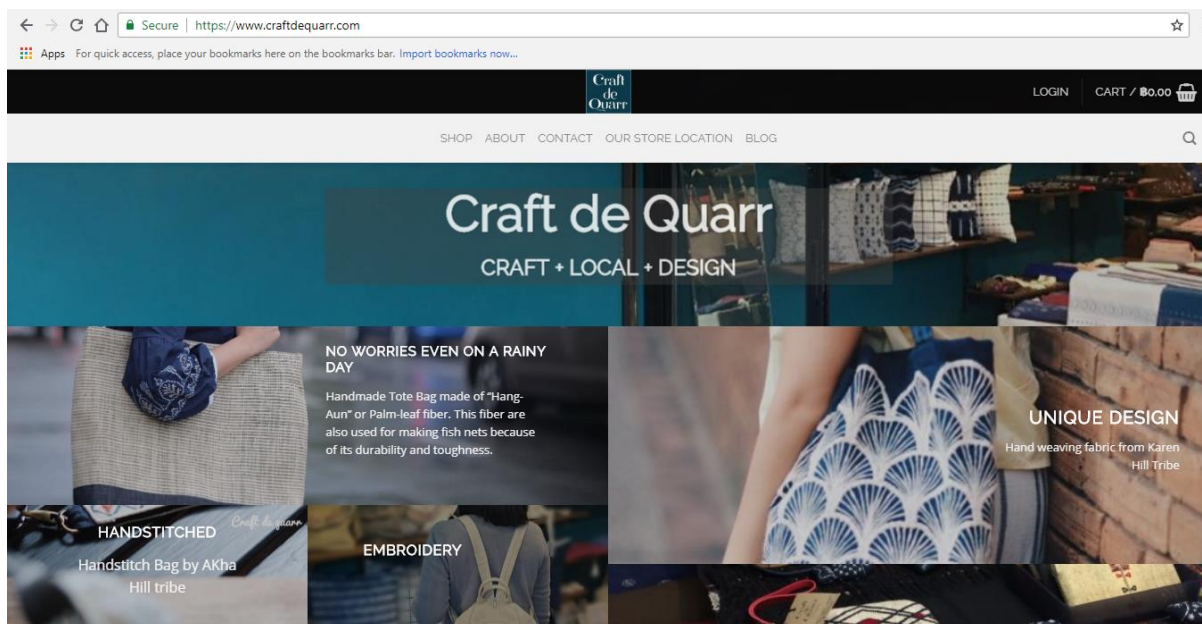
- สินค้าในร้านเป็นสินค้าเครื่องแต่งกาย ของที่ระลึกที่ทำจากผ้า โดยเฉพาะผ้ากะเหรี่ยง ทอเกี๊ว หรือผ้าทอมือต่างๆ อาทิ ผ้าพันคอ กระเป๋า ตุ๊กตา ฯลฯ
- กลุ่มลูกค้าได้แก่ ชาวต่างชาติโดยเฉพาะยุโรป และชาวจีนที่มาเที่ยวเอง (ไม่ได้มากับทัวร์)
- มีการเชื่อมโยงกับกลุ่ม Local Alike ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการทำการท่องเที่ยวเชิงชุมชน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- มีแผนจะดำเนินการขยายร้านและจัดทำ Workshop สินค้าหัตถกรรม/การผลิตผ้าทอมือ/การย้อมสีธรรมชาติ
- นอกเหนือจากหน้าร้านแล้วนั้น ยังมีการจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ของตัวเองที่ <http://www.craftdequarr.com> สามารถสั่งสินค้าผ่านทางช่องทาง Online ได้
- การฝากขาย ผู้ผลิตนำสินค้ามาส่ง พร้อมกับตั้งราคาที่ต้องการและนำมาเสนอกับทางร้าน ทั้งนี้ ทางร้านจะพิจารณาตั้งราคาเพิ่มขึ้นตามลักษณะของสินค้า
- ทางร้านตอบรับในการจะรับตุ๊กตากระต่ายชาย/หญิง และตุ๊กตาเต่ามาขายในร้าน โดยทางกลุ่มทอผ้าหลายแก้วจะผลิตให้และนำมาให้กับทางร้านในช่วงต้นเดือนตุลาคม (ขณะนี้สินค้าที่ไม่เพียงพอเนื่องจากนำไปออกงานแสดงสินค้า)
- ทางร้านสั่งสินค้าประเภทกระเป๋าสะพายข้างของหลายแก้วเพิ่มเติม เพื่อนำมาขายในร้าน



รูปที่ 4-35 หน้าร้าน Craft de Quarr



รูปที่ 4-36 บรรยากาศภายในร้าน Craft de Quarr



รูปที่ 4-37 Website ของ Craft de Quarr



รูปที่ 4-38 กระเป๋าของกลุ่มทอผ้าหลายแก้วที่ทางร้าน Craft de Quarr สั่งผลิตเพื่อนำมาจำหน่ายที่ร้าน



รูปที่ 4-39 สินค้าหลายแก้วที่นำไปวางจำหน่ายในร้านได้แก่ ตุ๊กตากระต่าย และตุ๊กตาเต่า

1.2) เชื่อมโยงแหล่งจำหน่าย ติดต่อประสานงานไปยัง One Nimman ซึ่งเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกในบริเวณย่านถนนนิมมานเหมินท์ โดยชั้นบนจะมีการจำหน่ายสินค้าหลากหลายประเภท ทางโครงการฯ ได้นำสินค้าไปนำเสนอเบื้องต้น ทำให้ได้รายละเอียดและผลตอบรับดังนี้

- ทาง One Nimman ยินดีที่จะนำสินค้าของกลุ่มทอผ้าหลายแก้วไปวางจำหน่าย โดยขอให้ทำรายละเอียดข้อมูลสินค้า ราคา มานำเสนออีกครั้งเพื่อจะได้ระบุจำนวนและประเภทของสินค้าที่จะสั่งซื้อ
- ปริมาณในการสั่งซื้อ ทาง One Nimman จะเป็นผู้พิจารณากำหนดโดยขึ้นอยู่กับขนาดของสินค้า และพื้นที่ของทาง One Nimman ซึ่งจะแจ้งแล้วให้ส่งสินค้าภายใน 7 วัน
- ในครั้งแรกต้องการสั่งตุ๊กตากระต่าย (ชาย+หญิง) 8 คู่ ตุ๊กตาเต่ายัดใบชาทั้ง 3 ขนาด 3 Set นอกจากนี้ยังสนใจกระเป๋าขอปั้งและกระเป๋าถือของทางหลายแก้วอีกด้วย
- มีการหักเปอร์เซ็นต์ 35% จากยอดขายเพื่อเป็นการค่าพนักงานขายสินค้า บรรจุกฎณ์ที่สถานที่และการจัดการ โดยทาง One Nimman จะแจ้งยอดขายทุกเดือน แจ้งให้วางบิล และโอนเงินให้ภายใน 60 วัน

- มีการประเมินยอดขาย 3 เดือน โดยจะพิจารณาเทียบกับสินค้าจากแหล่งอื่นที่เป็นประเภทเดียวกัน หากไม่ได้ตามยอดที่ตั้งไว้จะถอนสินค้าออก
- สินค้าที่นำมาวางขาย สามารถติดป้ายชื่อร้านได้ และขอให้ติดป้ายแสดงคุณสมบัติสินค้าพร้อมมีที่ว่าง 3x3 เซนติเมตร เพื่อให้ทาง One Nimman ติดป้ายราคาสินค้า

จากการพูดคุยรายละเอียด พบว่า ทาง One Nimman คาดว่าจะนำสินค้าตุ๊กตาของชุมชนหลายแก้วมาวางจำหน่ายในโซนของที่ระลึก โดยจัดวางบนชั้นไม้เพื่อความสวยงามน่าสนใจ ดังแสดงในรูปที่ 4-40 อีกทั้งยังแสดงความสนใจในการจะเปิดพื้นที่ให้กับโครงการทำมาค้าขายของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่จะมาเปิดบูทจำหน่ายสินค้าของทั้ง 3 แห่ง โดยจะเปิดพื้นที่ในชั้น 2 คิดค่าใช้จ่ายเดือนละ 10,000 บาท ซึ่งทางที่ปรึกษาโครงการฯ จะได้นำข้อเสนอดังกล่าวไปนำเสนอให้กับชุมชนแต่ละกลุ่มเพื่อหาทางดำเนินการร่วมกันต่อไป



รูปที่ 4-40 การนำเสนอสินค้าต่อผู้จัดการฝ่ายห้างสรรพสินค้า ONE NIMMAN



รูปที่ 4-42 บริเวณพื้นที่ของที่ระลึก (ซ้าย) และการจัดวางบนชั้นไม้ (ขวา)

2) การออกงานแสดงสินค้า หลังจากที่ได้รับการอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มเสื้อผ้าหลายแก้ว ได้รับคัดเลือกจากศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน : SACICT) ให้เข้าร่วมแสดงสินค้าในงาน SACICT Craft Fair 2018 ระหว่างวันที่ 13-16 กันยายน 2561 ณ แกรนด์ฮอลล์ชั้น 1 ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ บางแค

งานแสดงสินค้านี้ดังกล่าว กลุ่มเสื้อผ้าหลายแก้วได้นำเอาผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ไปจำหน่ายได้แก่ กระเป๋าชนเผ่าชายหญิง โดยจำหน่ายตัวละ 490 บาท นำไปจำหน่าย 2 ตัว ซึ่งยังไม่ได้นำจำหน่าย แต่จะนำไปเสนอกับ ศ.ศ.ป. อีกครั้ง ทั้งนี้ในงานดังกล่าว มียอดจำหน่ายที่ 46,000 บาท



รูปที่ 4-43 บูธของกลุ่มเสื้อผ้าหลายแก้วในงาน SACICT Craft Fair 2018

4.4.5 การประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่าน Search Engine ชุมชนหลายแก้ว

การพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ชุมชนหลายแก้ว) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย ซึ่งทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการในการพัฒนาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อออนไลน์และการโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

โดยหลักการทำ Search Engine (www.google.com) คือ ทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับหน้าแรกๆ ในการค้นหาด้วย Search Engine อย่าง Google หรือที่เรียกว่า การทำ SEO (SEO เป็นคำย่อของ Search Engine Optimization) การค้นหาเรื่องใดๆ ที่ผู้ชมเว็บต้องการทราบ ทำได้โดยพิมพ์คำที่ต้องการค้นหาลงในช่องค้นหา เช่น โยสตีงราคาถูก เป็นต้น แล้วกด ค้นหา Google ก็จะทำการค้นหาในฐานข้อมูลตนเอง แล้วนำเอาเว็บไซต์ที่มีค่า PR สูง และเว็บไซต์ที่มี Keyword ที่ตรงกับคำค้นหามากที่สุดมาแสดง โดยผลที่แสดงหน้าแรก (อันดับ1-10) และไม่เกินหน้าที่สอง (หรืออันดับ 11-20) จะได้รับการเข้าเยี่ยมชมบ่อยครั้งมากที่สุด ยิ่งอันดับสูงเท่าไรอัตราการคลิกที่สูงเท่านั้น ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นตามอย่างรวดเร็ว

สำหรับการทำ Search Engine (www.google.com) ของชุมชนหลายแก้วมีการเลือกใช้ คำสำคัญ หรือ Keyword ดังนี้ 1.ผ้าทอกะเหรี่ยง 2.ผ้าทอกี่เอว 3.ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ 4.ผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง 5.สินค้ากะเหรี่ยงไผ่ล่ง 6.ผลิตภัณฑ์ดอยเต่า

ตัวอย่างโฆษณา

ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอหลายแก้ว - ลวดลาย
เอกลักษณ์ชาวกะเหรี่ยง
โฆษณา www.cm-tradingvillage.com

ผ้าพันคอผ้าฝ้าย, กระเป๋าผ้าฝ้าย, ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย
ลวดลายเอกลักษณ์ชาวกะเหรี่ยง

รูปที่ 4-44 การโฆษณาผ่าน Search Engine (www.google.com)

Keyword	Search popularity [?]
ผ้าทอกะเหรี่ยง	260
ผ้าทอกีเวย	20
ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ	10
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง	0
สินค้ากะเหรี่ยงโผล่ง	0
ผลิตภัณฑ์ดอยเต่า	0

รูปที่ 4-45 การกำหนดคำสำคัญบน Search Engine (www.google.com)

1. Decide how much to spend

Your budget Specify how much, on average, you'd like to spend per day. You're charged only when someone clicks your ad.

THB 50 per day

You can always change the amount. The currency type (THB) will be set for your entire account and can't be changed.

Daily potential reach
Search Network only

0 clicks
0 impressions

รูปที่ 4-46 การกำหนดค่าใช้จ่ายบน Search Engine (www.google.com)

4.5 การประเมินผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

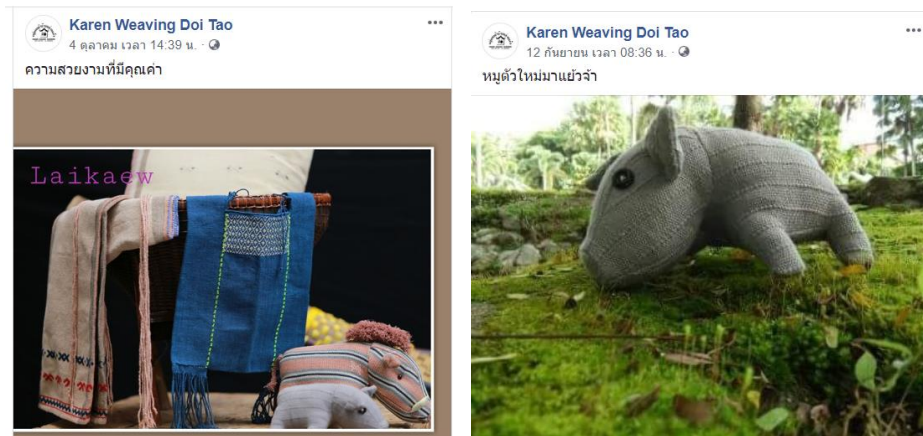
จากการดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 แล้วนั้น ทีมที่ปรึกษาได้มีการประชุมหารือกันในการสรุปประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม พร้อมทั้งสรุปปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ ที่พบหรือที่เกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินโครงการ เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนงานในการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ในอนาคตต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.5.1 การประเมินผลการดำเนินงาน

1) การอบรมให้ความรู้

อบรมให้ความรู้ 2 หัวข้อ ได้แก่ 1) การผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ผลจากการอบรมส่งผลให้กลุ่มทอผ้าหลายแกวมีศักยภาพเพิ่มขึ้นดังนี้

- ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถทำได้เองในพื้นที่ ได้แก่ ตุ๊กตาเต่าyardใบชา 3 ขนาด ตุ๊กตาหมูyardใบชา 3 ขนาด ตุ๊กตากระต่ายใส่ชุดชนเผ่าชายและหญิง และกระเป๋าผ้าตกแต่งลวดลายเต่าจากผ้าทอกะเหรี่ยง
- ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะนำไปนำเสนอให้กับแหล่งจำหน่ายเดิมที่มีอยู่
- ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้วัตถุดิบเดิมที่มีในพื้นที่ โดยเฉพาะการนำเศษผ้าจากผ้าทอกะเหรี่ยงที่มีต้นทุนสูงมาทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (กระดองเต่า เสื้อผ้าของกระต่าย)
- สามารถถ่ายรูปผลิตภัณฑ์ได้นำสนใจขึ้น โดยเฉพาะการถ่ายรูปใน Studio Box ที่สร้างเองได้ ซึ่งจะส่งผลให้ได้ภาพที่สวยงาม เห็นผลิตภัณฑ์ชัดเจน
- สามารถตกแต่งรูปภาพและเพิ่มเติมข้อความลงในรูปภาพโดยใช้ Application ในโทรศัพท์มือถือได้
- รูปภาพและข้อมูลสำหรับการโพสต์ขายใน Social ของกลุ่มทอผ้าหลายแก้วได้ ได้แก่ Facebook และ Instagram



รูปที่ 4-47 ตัวอย่างรูปภาพที่นำเสนอบน Facebook ภายหลังจากการอบรม

2) การออกแบบและพัฒนาของผลิตภัณฑ์

ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวคิดดังนี้

- กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์เป็น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
- ใช้วัตถุดิบที่มีในพื้นที่ เน้นการนำวัตถุดิบเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่า
- สินค้าสามารถตัดเย็บและผลิตได้ในพื้นที่
- ราคาไม่สูงมาก
- เหมาะกับการฝากขายที่ร้านขายของที่ระลึก และร้านค้าในสนามบิน

จากแนวคิดดังกล่าว ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ ดังนี้

- 2.1) ตุ๊กตาหมูป่าที่สามารถyardใบชา 3 ขนาด ที่ปรับเปลี่ยนแพทเทิร์นให้เย็บง่ายมากขึ้น ส่งผลให้สามารถผลิตได้มากขึ้นในระยะเวลาเท่าเดิม ได้รูปแบบตุ๊กตาใหม่ที่แตกต่างจากของเดิม ซึ่งทางกลุ่มได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “ตุ๊กตาหมูคอย” เพื่อให้มีความแตกต่างจากของเดิม

2.2) ตุ๊กตาเต่า มือออกแบบ 3 ครั้ง ครั้งที่ 1 เป็นการใช้แพทเทิร์นเดิมแต่เพิ่มคุณสมบัติพิเศษโดยการเพิ่มใบขาเข้าไปในตัวตุ๊กตา และทำให้เป็น 3 ขนาด ครั้งที่ 2 เป็นการออกแบบตุ๊กตาเต่าแบบใหม่ที่มีลักษณะเหมือนเต่าว่ายน้ำและยึดใบขา 3 ขนาด แต่พบว่ากลุ่มทอผ้าหลายแก้วไม่ดำเนินการต่อเพราะประกอบตัวได้ยาก ครั้งที่ 3 ออกแบบตุ๊กตาเต่าแบบใหม่ที่มีแพทเทิร์นที่ตัดเย็บง่าย มีความเป็นการถุนมากยิ่งขึ้น ซึ่งรูปแบบนี้ทางผู้ผลิตกลุ่มทอผ้าหลายแก้วชื่นชอบเนื่องจากตัดเย็บได้ง่าย และมีความน่ารักมากยิ่งขึ้น

2.3) ตุ๊กตากระต่ายชายหญิง ออกแบบให้เป็น Soft Doll แขนขาสามารถขยับได้ และเปลี่ยนชุดได้ สามารถทำชุดเพิ่มเติมเพื่อให้เป็น Option เสริมสำหรับซื้อเปลี่ยนตามเทศกาลได้ ผ้าที่ใช้สามารถนำเศษผ้าทอที่เหลือมาตัดเย็บเป็นชุดได้

นอกจากนี้ยังได้ออกแบบผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมจำพวกกระเป๋า 2 แบบ แบ่งเป็นกระเป๋าประกอบหนังที่มีราคาสูง ต้องใช้ความประณีตในการตัดเย็บ กระบวนการผลิตใช้การผลิตผ้าและส่งไปให้สถานประกอบการนอกพื้นที่ตัดเย็บ

แบบที่สองเป็นถุงผ้าและตกแต่งด้วยผ้าทอกระเบื้องเป็นรูปเต่า ซึ่งกลุ่มทอผ้าหลายแก้วสามารถผลิตได้ทั้งหมดในพื้นที่ สามารถจำหน่ายในราคาไม่สูงมากนัก วิทยุหรือผู้ที่มาดูงาน/เที่ยวที่ศูนย์เรียนรู้ของชุมชนสามารถซื้อเป็นของที่ระลึกได้

คู่มือการผลิต เน้นการจัดทำคู่มือการทอผ้าสำหรับทำผลิตภัณฑ์กระเป๋า เนื่องจากการทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าต้องส่งผ้าไปตัดเย็บนอกพื้นที่ หากไม่มีการกำหนดขนาดและลวดลายของผ้าทอ จะส่งผลให้กระเป๋าไม่สวยงาม และมีเศษผ้าที่เหลือมากเกินไป โดยคู่มือดังกล่าว จะช่วยให้สามารถรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีลวดลายสวยงาม เหมาะกับกระเป๋า และยังช่วยลดต้นทุนการผลิตได้อีกด้วย

3) การเชื่อมโยงกับตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ในปี 2561 เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ชุมชนสามารถผลิตได้ด้วยตนเอง ซึ่งนอกจากงานแสดงสินค้าที่ทางกลุ่มได้มีโอกาสไปร่วมแล้ว ยังได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายเน้นไปที่ร้านค้าที่จำหน่ายของที่ระลึก 2 แห่ง ได้แก่

3.1) ร้าน Craft de Quarr ได้ตอบรับที่จะนำตุ๊กตากระต่ายและตุ๊กตาเต่าไปจำหน่ายในร้านค้า และมีการสั่งผลิตกระเป๋าของกลุ่มทอผ้าหลายแก้วเพื่อนำมาจำหน่ายในร้าน

3.2) One Nimman ได้แสดงความสนใจที่จะสั่งตุ๊กตากระต่าย ตุ๊กตาเต่า และกระเป๋าไปวางจำหน่าย ทั้งนี้ ขอให้ทางกลุ่มทอผ้าหลายแก้วจัดทำ Profile สินค้าแต่ละชนิด เพื่อนำไปแนบให้กับผู้บริหารระดับสูงได้อนุมัติตามขั้นตอนอีกครั้ง

ในครั้งแรก จะสั่งสินค้าตุ๊กตากระต่าย 8 คู่ (ชาย+หญิง) และตุ๊กตาเต่า 3 Set (เต่าเล็ก เต่ากลาง เต่าใหญ่)

4) การประชาสัมพันธ์

ดำเนินการทำ Search Engine (www.google.com) เพื่อทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับหน้าแรกๆ โดยการค้นหาด้วย Search Engine อย่าง Google หรือที่เรียกว่า การทำ SEO (SEO เป็นคำย่อของ Search Engine Optimization) การค้นหาเรื่องใดๆ ที่ผู้ชมเว็บต้องการทราบ ทำได้โดยพิมพ์คำที่ต้องการค้นหาลงในช่องค้นหา เช่น โฮสติ้งราคาถูก เป็นต้น แล้วกด ค้นหา Google ก็จะทำการค้นหาในฐานข้อมูลตนเอง แล้วนำเอาเว็บไซต์ที่มีค่า PR สูง และเว็บไซต์ที่มี Keyword ที่ตรงกับคำค้นหามากที่สุดมาแสดง โดยผลที่แสดงหน้าแรก (อันดับ1-10) และไม่เกินหน้าที่สอง (หรืออันดับ 11-20) จะได้รับการเข้าเยี่ยมชมบ่อยครั้งมากที่สุด ยิ่งอันดับสูงเท่าไรอัตราการคลิกก็สูงเท่านั้น ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักและสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นตามมาอย่างรวดเร็ว

สำหรับการทำ Search Engine (www.google.com) ของชุมชนหลายแก้วมีการเลือกใช้ คำสำคัญ หรือ Keyword ดังนี้ 1.ผ้าทอกะเหรี่ยง 2.ผ้าทอกีเอา 3.ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ 4.ผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง 5.สินค้ากะเหรี่ยงไผ่ล่ง 6.ผลิตภัณฑ์ดอยเต่า

5) รายได้

จากการดำเนินโครงการ ทีมที่ปรึกษาได้ดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นใหม่เน้นผลิตภัณฑ์ตุ๊กตา ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อเป็นของขวัญได้ เนื่องจากพกพาง่ายและราคาไม่สูง อีกทั้งมีการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น งานผ้ายทอใจ งานบางกอกกราฟท์ งานชาติพันธ์ การขายออนไลน์บน Facebook และการเชื่อมโยงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งต่างๆ ทำให้เกิดยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น โดยสรุปรายได้การดำเนินงานในโครงการเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา แสดงในตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 เปรียบเทียบรายได้ของชุมชนหลายแก้ว ในปี 2560 กับปี 2561

ปี 2561		ปี 2560	รายได้ที่เพิ่มขึ้น	ร้อยละที่เพิ่มขึ้น
แหล่งที่มาของรายได้				
1. จำหน่ายในชุมชน	132,000	120,000	12,000	10.00
2. จำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ	300,000	98,290	98,290	205.22
3. การประมาณการจำหน่ายผ่านช่องทาง Online	480,000	480,000	-	-
4. การเชื่อมโยงฝากขายสินค้า	96,000	15,520	80,480	518.56
รวมทั้งสิ้น	1,008,000	713,810	294,190	41.21

4.5.2 ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาและอุปสรรคหลักในการดำเนินงาน คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานที่มีระยะเวลาที่สั้นเกินไป ไม่สอดคล้องกับสภาพการทำงาน เห็นได้ชัดจากการทำงานที่มีการเพิ่มศักยภาพของหมู่บ้านท่ามาค้าขายด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมทั้งเชื่อมโยงสินค้าไปยังแหล่งจำหน่ายใหม่ เหล่านี้ต้องใช้เวลาในการพัฒนารูปแบบและการผลิตให้ได้มาตรฐาน ซึ่งทางโครงการฯ ได้ดำเนินการเสร็จสิ้นในเดือนกันยายน และต้องรายงานให้เสร็จสิ้นภายในเดือนดังกล่าว

แต่การจะประเมินผลการตอบรับจากผู้บริโภคหรือร้านค้า เพื่อจะทำให้เกิดความยั่งยืนต่อไปในอนาคต จำเป็นต้องใช้เวลา อีกทั้งยังไม่เข้าสู่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ส่งผลให้ประเมินผลจากยอดขายได้ยาก ไม่ทราบข้อมูลที่แท้จริง

4.5.3 ข้อเสนอแนะ

- 1) กำหนดระยะเวลาการทำงานให้สอดคล้องกับบริบทในพื้นที่ เช่น การเชื่อมโยงและประเมินรายได้จากยอดขาย ควรจะทำให้ครอบคลุมทุกช่วงเวลาเพื่อจะได้ข้อมูลที่แท้จริง (High Season, Low Season)
- 2) หน่วยงานเจ้าของโครงการฯ ควรจัดให้มีเวทีนำเสนอผลการดำเนินงานของทุกโครงการและทำสรุปผลการดำเนินงานทุกปี เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานต่างๆ จากทุกภูมิภาคที่เข้าร่วมโครงการ และอาจจัดให้มีการให้รางวัลโครงการที่มีผลการดำเนินงานที่ดี เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับโครงการอื่นๆ ได้มาศึกษาดูงาน และยังเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระยะยาวอีกด้วย
- 3) หน่วยงานเจ้าของโครงการฯ ควรให้การสนับสนุนโครงการเดิมอย่างต่อเนื่อง โดยทำ Roadmap การพัฒนาในมิติการเป็นหมู่บ้านท่ามาค้าขาย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินโครงการ

5.1 สรุปผลการดำเนินงานโครงการ

สรุปการดำเนินงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) ตามขอบเขตการดำเนินงานและระยะเวลาส่งมอบรายงานมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5-1 สรุปการดำเนินงานตามกิจกรรมของหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) ตลอดทั้งโครงการ (ต่อ)

ที่	กิจกรรม	*ระยะเวลาดำเนินงาน (เดือน / สัปดาห์)											
		เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6						
		30 วัน	60 วัน	90 วัน	120 วัน	150 วัน	180 วัน						
		28 เม.ย.-27 พ.ค.	28 พ.ค.-26 มิ.ย.	27 มิ.ย.-26 ก.ค.	27 ก.ค.-25 ส.ค.	26 ส.ค.-24 ก.ย.	25 ก.ย.-24 ต.ค.						
3	พัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของชุมชนให้หมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) 3 แห่ง (ต่อ)	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
3.13	ประชาสัมพันธ์และโฆษณา Search Engine กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่ไก่บอง	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
3.14	ประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่าน Search Engine ชุมชนวัวลาย	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
3.15	ประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่าน Search Engine ชุมชนห้วยแก้ว	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
4	จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานตามแผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย (ภาคเหนือ) 3 แห่ง	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
4.1	รายงานสรุปผลการดำเนินงาน กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่ไก่บอง	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
4.2	รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ชุมชนวัวลาย	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
4.3	รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ชุมชนห้วยแก้ว	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
การส่งมอบงานและการจัดสร้งรายงาน													
1	รายงานงวดที่ 1	▶ (20 วัน)											
2	รายงานงวดที่ 2			▶ (90 วัน)									
3	รายงานงวดที่ 3									▶ (150 วัน)			
4	รายงานงวดที่ 4 (รายงานสรุปผลการดำเนินงาน)												▶ (180 วัน)

สัญลักษณ์ ————— ปฏิบัติงานเต็มเวลา - - - - - บางช่วงเวลา

ตารางที่ 5-2 สรุปการดำเนินงานสรุปผลการดำเนินโครงการเปรียบเทียบกับตัวชี้วัดโครงการ

ลำดับที่	ตัวชี้วัดโครงการ	ผลการดำเนินโครงการ	รายละเอียด
1	ศึกษา วิเคราะห์และจัดทำแผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านท่ามาค้าขาย (ภาคเหนือ) เป้าหมายทั้ง 3 แห่ง	ดำเนินการจัดทำแผนงานโดยมีความสอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของหมู่บ้านแต่ละแห่งตามที่กรมการค้าภายในกำหนด	ในรายงานหัวข้อ 2.3, 3.3 และ 4.3
2	จัดประชุมชี้แจงแผนงานการพัฒนาเพิ่มศักยภาพให้แก่ผู้นำ/สมาชิกของหมู่บ้านท่ามาค้าขายแต่ละแห่ง	ชุมชนรับรู้และเข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงานในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของหมู่บ้านท่ามาค้าขายแต่ละแห่ง	ในรายงานหัวข้อ 2.4.1, 3.4.1 และ 4.4.1
3	พัฒนาเพิ่มศักยภาพในการประกอบธุรกิจของชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 แห่ง ตามแนวทางที่กำหนดไว้ ดังนี้ - อบรมให้ความรู้ในการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ - ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้นำ/สมาชิกของหมู่บ้านท่ามาค้าขาย - ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ - ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ - ติดต่อประสานงานเพื่อดำเนินการจดทะเบียนการค้า - เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งจำหน่ายอื่นๆ - ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์	ชุมชนมีองค์ความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาสินค้าในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ชุมชนสามารถเข้าใจถึงหลักการด้านการตลาดและการบริหารจัดการเพื่อประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนได้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อให้มีความหลากหลายตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามโดดเด่น น่าสนใจ ดำเนินการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและการท่องเที่ยวของชุมชนไปยังแหล่งจำหน่ายที่มีศักยภาพ ดำเนินการทำ Search Engine บน www.google.com ตาม Keyword ของแต่ละชุมชน เพื่อให้เกิดการเยี่ยมชมและเพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น	ในรายงานหัวข้อ 3.4.2 และ 4.4.2 ในรายงานหัวข้อ 2.4.2 และ 3.4.3 ในรายงานหัวข้อ 2.4.3, 3.4.4 และ 4.4.3 ในรายงานหัวข้อ 2.4.4 ในรายงานหัวข้อ 2.4.5 ในรายงานหัวข้อ 2.4.6, 3.4.5 และ 4.4.4 ในรายงานหัวข้อ 2.4.7, 3.4.6 และ 4.4.5

5.2 ปัญหาอุปสรรค

- 1) ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ มีระยะเวลาที่ค่อนข้างสั้น ถึงแม้ว่าจะมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ แต่กระบวนการต่างๆ ต้องใช้เวลานานพอสมควร ซึ่งระยะเวลาเพียง 180 วันนี้อาจไม่สามารถวัดประสิทธิผลได้ชัดเจน เช่น การประเมินรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
- 2) เนื่องจากเป็นโครงการต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ทำให้มีงบประมาณที่จำกัด ส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพได้อย่างเต็มที่ในบางประเด็น
- 3) ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของชุมชน เป็นการผลิตที่ต้องใช้ช่างที่มีฝีมือและความชำนาญ ต้องมีการเรียนรู้และฝึกฝน ซึ่ง ณ ปัจจุบันช่างฝีมือของชุมชนส่วนมากจะเป็นคนรุ่นเก่าๆ ยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่ ทำให้ประสบปัญหาในด้านกำลังคนและประสิทธิภาพในการผลิต

5.3 ข้อเสนอแนะและแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาต่อเนื่อง

- 1) โครงการควรขยายเวลาดำเนินงาน อย่างน้อย 1 ปี เพื่อให้สามารถมีเวลาในการประเมินและปรับแผนการ ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขยายช่องทางการจำหน่าย เพื่อให้เหมาะกับสินค้าและชุมชนมากที่สุด
- 2) พิจารณางบประมาณเพิ่มเติมเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นในการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย
- 3) ชุมชนควรสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาความรู้ด้านงานฝีมือ รวมถึงปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน ให้กับเยาวชนในชุมชนรวมถึงบุคคลทั่วไปอย่างจริงจัง
- 4) ควรมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินการพัฒนาเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านทำมาค้าขาย เพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานของชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง