

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์และการเพิ่มโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์ประมงอินทรีย์บนพื้นฐานการพึ่งพาตนเองที่ยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด ใช้ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ดังนี้

#### บริบทจังหวัดจันทบุรี และตราด

บริบทพื้นที่จังหวัดตราด (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี จังหวัดตราด, ม.ป.ป.)

##### อำเภอเกาะกูด

เกาะกูดเริ่มปรากฏหลักฐานตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เมื่อองค์เชียงสือ เจ้าเมืองญวนที่เข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารของพระองค์ หนีออกจากกรุงเทพมหานครมาลงเรือที่เกาะสีชัง จากนั้นแล่นเรือซีกไปในอ่าวไทยมา 7 วัน จึงถึงเกาะกูดที่ไม่มีคนอยู่เลย ชนพื้นถิ่นดั้งเดิมของเกาะกูดส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่อพยพมาจากเมืองปัจจันตคีรีเขตร์ (เกาะกง) ที่ตกเป็นเมืองขึ้นของฝรั่งเศสเมื่อปี พ.ศ. 2447 มีหมู่บ้านคลองมาดเป็นหมู่บ้านที่เก่าแก่ที่สุด

เดิมเกาะกูดเป็นหมู่บ้านขึ้นกับตำบลเกาะหมาก อำเภอแหลมงอบ ต่อมาได้ยกฐานะขึ้นเป็นตำบลเกาะกูด ในปี พ.ศ. 2523 ตัวเกาะกูดมีระยะทางห่างจากอำเภอคลองใหญ่ประมาณ 40 กิโลเมตร ประชาชนชาวเกาะกูดมีความยากลำบากในการเดินทางไปติดต่อราชการ ประกอบกับเกาะกูดอยู่ใกล้ดินแดนประเทศกัมพูชาด้านเกาะกงมากกว่าฝั่งไทย ทางราชการจึงมีนโยบายเพื่อความมั่นคง และอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน โดยได้ยกฐานะเกาะกูดและเกาะข้างเคียงขึ้นเป็นกิ่งอำเภอเกาะกูด ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2533 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2533 และต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกา ลงวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเกาะกูด โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2550

เกาะกูดเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 4 ของประเทศไทย เกาะสุดท้ายทางทิศตะวันออกของประเทศไทยในน่านน้ำทะเลตราด และยังมีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากเกาะช้าง มีเนื้อที่ 105 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 65,625 ไร่ ความยาวของเกาะ 25 กิโลเมตร ความกว้าง 12 กิโลเมตร เกาะยังมีสภาพความเป็นธรรมชาติอย่างสมบูรณ์ โดยมีภูเขาและที่ราบสันเขาซึ่งเป็นต้นกำเนิดลำธาร ทำให้เกาะกูดมีน้ำตกที่ขึ้นชื่อ คือ น้ำตกคลองเจ้า ที่มีน้ำไหลตลอดทั้งปี ทางฝั่งตะวันตกของเกาะ นับตั้งแต่อ่าวยายก๊ก หาดคลองเจ้า หาดอ่าวพร้าว อ่าวง่ามไข่ หาดอ่าวเบ้า หาดคลองหิน อ่าวพร้าวจนสุดปลายแหลมเทียน ล้วนแต่เป็นหาดที่มีทรายสวยงามน้ำทะเลใส ประกอบกับธรรมชาติสงบเงียบ ร่มรื่นด้วยทิวมะพร้าวริมหาด นอกจากนี้บนเกาะกูดยังมีป่าชายเลนที่สมบูรณ์และแนวปะการังหลากชนิด รวมทั้งเกาะแรดและเกาะไม้ซี้ซึ่งอยู่ใกล้กับเกาะกูด อำเภอเกาะกูดประกอบด้วยเกาะใหญ่น้อยรวม 24 เกาะ โดยแบ่งเป็น 3 หมู่เกาะ

1. หมู่เกาะกูด มี 3 เกาะ ได้แก่ เกาะกูด เกาะแรด และเกาะไม้ซี้

2. หมู่เกาะหมาก มี 9 เกาะ ได้แก่ เกาะหมาก เกาะยะรังโน เกาะยะรังนอก เกาะผี เกาะขาม

เกาะกระดาด เกาะนก เกาะนอก และเกาะใน

3. หมู่เกาะรัง มี 12 เกาะ ได้แก่ เกาะรังใหญ่ เกาะรังเล็ก เกาะตื้น เกาะกระ เกาะเทียน เกาะทองหลาง เกาะมะปริง เกาะยักซ์ เกาะกำปิ่น เกาะใหญ่ เกาะกลาง และเกาะเล็ก

ปัจจุบันชาวเกาะกูดยังดำรงชีพด้วยการประมงชายฝั่ง เกษตรกรรม ทั้งสวนยางพารา สวนมะพร้าว แซมสวนผลไม้เล็กน้อย

การปกครองส่วนภูมิภาค ของอำเภอเกาะกูดมี 2 ตำบล 8 หมู่บ้าน ได้แก่

1. เกาะหมาก (Ko Mak) มี 2 หมู่บ้าน

2. เกาะกูด (Ko Kut) มี 6 หมู่บ้าน

เขตพื้นที่ ทิศเหนือ ติดต่อทะเลอ่าวไทย

ทิศใต้ ติดต่อน่านน้ำประเทศกัมพูชา

ทิศตะวันออก ติดต่อทะเลอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อทะเลอ่าวไทย

อาชีพหลัก ประมงชายฝั่ง อาชีพเสริม แปรรูปอาหารทะเลสาธาธารณูปโภค มีไฟฟ้าใช้ตั้งแต่เวลา 06.00-24.00 น. มีโทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์มือถือ โรงพยาบาล และสถานีตำรวจ ไม่มีระบบประปา

การเดินทาง 1) จากท่าเรือบ้านด่านเก่าถึงเกาะกูด ระยะทาง 80 กิโลเมตร เรือโดยสารธรรมดาใช้เวลา 4 ชั่วโมง เรือเร็ว 1 ชั่วโมง 20 นาที

2) จากท่าเรืออำเภอแหลมงอบ ระยะทาง 80 กิโลเมตร เรือโดยสารธรรมดาใช้เวลา 4 ชั่วโมง เรือเร็ว 1 ชั่วโมง 20 นาที

3) จากท่าเรืออำเภอคลองใหญ่ ระยะทาง 50 กิโลเมตร เรือโดยสารธรรมดาใช้เวลา 3 ชั่วโมง เรือเร็ว 1 ชั่วโมง และ 4) จากท่าเรือบ้านแหลมตอก อำเภอเมือง ระยะทาง 50 กิโลเมตร หรือเรือเร็วโดยสารใช้เวลา 50 นาที

#### อำเภอเกาะช้าง

เกาะช้าง เดิมเป็นเกาะที่ไม่มีชุมชนตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัย หากมีความสำคัญในฐานะที่เป็นท่าจอดเรือ หลบลมมรสุม เป็นแหล่งเสบียงอาหารและน้ำจืด โดยเฉพาะบริเวณอ่าวสลักเพชร หรืออ่าวสลัด เป็นที่รู้จักกันดี ในหมู่โจรสลัด ชาวจีนไหหลำ และญวน ปัจจุบันบนเกาะช้างมีประชาชนอาศัยอยู่ 8 หมู่บ้าน เกาะช้างเป็น เกาะที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากเกาะภูเก็ต มีเนื้อที่ 429 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเขาสูงมีผาหินสลับซับซ้อนยอดเขาที่สูงที่สุด ได้แก่ เขาสลักเพชร มีความสูง 744 เมตร สภาพป่า โดยทั่วไปอุดมสมบูรณ์ ส่วนใหญ่เป็นป่าดิบเขา เป็นต้นกำเนิดของต้นน้ำลำธารทำให้น้ำตกหลายแห่งบนเกาะ ชายหาด และปะการังที่สวยงามอยู่ทางด้านตะวันตกของเกาะภูมิอากาศ ฤดูฝนจะเริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมของทุกปี เป็นช่วงเวลาที่ได้รับอิทธิพลจาก มรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ปริมาณ น้ำฝนเฉลี่ยรายปีประมาณ 4,700 มิลลิเมตร ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ ในระยะนี้ มีมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดปกคลุมพื้นที่ ทำให้อุณหภูมิลดลงอากาศหนาวเย็น ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือน มีนาคมถึงเดือนเมษายน ในระยะนี้ดวงอาทิตย์กำลังเคลื่อนผ่านเส้นศูนย์สูตรไปทางซีกโลกเหนือ ลมมรสุม ตะวันออกเฉียงเหนือมีกำลังอ่อนค่อนข้างจะแปรปรวน มีฝนตกน้อยทำให้อากาศร้อนอบอ้าวโดยเฉพาะ ในเดือนเมษายน เกาะช้างมีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 27 องศาเซลเซียส

ช่วงเวลาที่เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวของเกาะช้าง จะเริ่มตั้งแต่ตุลาคมไปจนถึงพฤษภาคม จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวกันมาก เนื่องจากประเทศทางแถบยุโรปจะเป็นฤดูหนาว ส่วนช่วง

เดือนมิถุนายนถึงกันยายน จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยววันหยุด โรงแรม รีสอร์ท และที่พัก จะลดราคาค่าที่พัก ท้องที่อำเภอเกาะช้างเดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอแหลมงอบ ทางราชการได้แบ่งพื้นที่การปกครองออกมาตั้งเป็น กิ่งอำเภอเกาะช้าง ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยลงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2537 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน ปีเดียวกัน และต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกาลงวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเกาะช้าง โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน ปีเดียวกัน

การแบ่งเขตการปกครอง คือ การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะช้างแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 2 ตำบล 9 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ตำบลเกาะช้าง มี 4 หมู่บ้าน คือ

- หมู่ที่ 1 บ้านคลองนนทรี
- หมู่ที่ 2 บ้านด่านใหม่
- หมู่ที่ 3 บ้านคลองสน
- หมู่ที่ 4 บ้านคลองพร้าว

2. ตำบลเกาะช้างใต้ มี 5 หมู่บ้าน คือ

- หมู่ที่ 1 บ้านบางเบา
- หมู่ที่ 2 บ้านสลักเพชร
- หมู่ที่ 3 บ้านแจ็กแบ้
- หมู่ที่ 4 บ้านสลักคอก
- หมู่ที่ 5 บ้านสลักเพชรเหนือ

การปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องที่อำเภอเกาะช้างประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลเกาะช้าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกาะช้างทั้งตำบล
2. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้างใต้ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกาะช้างใต้ทั้งตำบล “ทิวเขาเขียวจ๊ะจ่มซ๊ะปะการัง นั้งเรือชมเกาะ ที่เหมาะตกปลา”

การเดินทาง จากกรุงเทพฯ ไปตราราดทางรถยนต์ถนนบางนา-บางปะกงและถนนสุขุมวิท ผ่านชลบุรี-ระยอง-จันทบุรี-ตราด ระยะทางประมาณ 390 กิโลเมตร ถนนบางนา-บางปะกงและถนนสุขุมวิท ผ่านชลบุรี พัทยา ระยอง แกลง จันทบุรี เข้าตัวเมืองจังหวัดตราด รวมระยะทางประมาณ 390 กิโลเมตร หรืออาจใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 36 จากพัทยาผ่านระยอง อำเภอแกลง รวมระยะทาง 355 กิโลเมตร ถนนกรุงเทพฯ-ชลบุรี ที่เชื่อมต่อมาจากถนนพระราม 9 ขั้ตรงมาจนพบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 344 (บ้านบึง-แกลง) ถึงอำเภอแกลง และต่อด้วยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 ผ่านอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรีข้ามสะพานเวฬุ ผ่านอำเภอเขาสมิง ตรงเข้าตัวเมืองจังหวัดตราด รวมระยะทางประมาณ 315 กิโลเมตร ถ้าไม่ต้องการเข้าสู่ตัวจังหวัดตราด ก็สามารถที่จะตรงไปยังท่าเรือเฟอร์รี่ได้ โดยเลี้ยวขวามาทางแหลมงอบได้เลย ทางเครื่องบิน บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด มีเที่ยวบินระหว่างกรุงเทพฯ-ตราด-กรุงเทพฯ (อยู่ในเขตอำเภอเขาสมิง) ทุกวันสถานที่ท่องเที่ยว หาดท่าแร่ หาดไก่อแบ้ หาดคลองพร้าว หาดทรายขาว อ่าวบางเบา อ่าวไบลานอ่าวธรรมชาติ อ่าวสับประรด หาดบางเบา (หมู่บ้านชาวประมง) หาดโลนลี่บีช หาดทรายขาว หาดคลองกลอย น้ำตกคลองพลู

### อำเภอเขาสมิง

อำเภอเขาสมิงมีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอและจังหวัดข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอขลุง (จังหวัดจันทบุรี) และอำเภอบ่อไร่

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอบ่อไร่ และอำเภอเมืองตราด

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองตราดและอำเภอแหลมงอบ

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอขลุง (จังหวัดจันทบุรี)

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอเขาสมิงแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 8 ตำบล 66 หมู่บ้าน ได้แก่

1. เขาสมิง (Khao saming)
2. แสนตุง (Saen tung)
3. วังตะเคียน (Wang takhian)
4. ท่าโสม (Tha som)
5. สะตอ (Sato)
6. ประณีต (Pranit)
7. เทพนิมิต (Thep nimit)
8. ทุ่งนนทรี (Thung nonsi)

การปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ตั้งอำเภอเขาสมิงประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 10 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลเขาสมิง ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลเขาสมิงและบางส่วนของตำบลทุ่งนนทรี
2. เทศบาลตำบลแสนตุง ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลแสนตุง
3. องค์การบริหารส่วนตำบลเขาสมิง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเขาสมิง (นอกเขตเทศบาลตำบลเขาสมิง)
4. องค์การบริหารส่วนตำบลแสนตุง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแสนตุง (นอกเขตเทศบาลตำบลแสนตุง)
5. องค์การบริหารส่วนตำบลวังตะเคียน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังตะเคียนทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลท่าโสม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าโสมทั้งตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลสะตอ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสะตอทั้งตำบล
8. องค์การบริหารส่วนตำบลประณีต ครอบคลุมพื้นที่ตำบลประณีตทั้งตำบล
9. องค์การบริหารส่วนตำบลเทพนิมิต ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเทพนิมิตทั้งตำบล
10. องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งนนทรี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทุ่งนนทรี (นอกเขตเทศบาลตำบลเขาสมิง)

เขาสมิงประตูสู่เมืองตราด ธรรมชาติสดใสน้ำใสไอหยา ย่างพาราชั้นเลิศ แหล่งกำเนิดอัญมณี

### อำเภอคลองใหญ่

อำเภอคลองใหญ่เดิมอยู่ในเขตการปกครองของจังหวัดปัจจันตคีรีเขตร์ (ปัจจุบันคือจังหวัดเกาะกงของกัมพูชา) พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทำสนธิสัญญากับฝรั่งเศส และยกฐานะเป็น

กิ่งอำเภอคลองใหญ่ เมื่อ พ.ศ. 2455 และยกฐานะเป็นอำเภอคลองใหญ่ เมื่อ พ.ศ. 2502 อยู่ห่างตะวันออกของจังหวัดตราด

อำเภอคลองใหญ่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้สุดของจังหวัด ห่างจากอำเภอเมืองตราด 74 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอเมืองตราด
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดเกาะกง (ประเทศกัมพูชา)
- ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดเกาะกง (ประเทศกัมพูชา)
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอไทย (เขตอำเภอเกาะกูด)

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอคลองใหญ่แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 ตำบล 20 หมู่บ้าน ได้แก่

1. คลองใหญ่ (Khlong yai) 9 หมู่บ้าน
2. ไม้รูด (Mai rut) 6 หมู่บ้าน
3. หาดเล็ก (Hat lek) 5 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ตั้งอำเภอคลองใหญ่ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลคลองใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลคลองใหญ่
2. เทศบาลตำบลหาดเล็ก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหาดเล็กทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองใหญ่ (นอกเขตเทศบาลตำบลคลองใหญ่)
4. องค์การบริหารส่วนตำบลไม้รูด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลไม้รูดทั้งตำบล

#### อำเภอบ่อไร่

อำเภอบ่อไร่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดตราด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอโป่งน้ำร้อน (จังหวัดจันทบุรี) และจังหวัดพระตะบอง (ประเทศกัมพูชา)

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดพระตะบอง (ประเทศกัมพูชา)

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองตราดและอำเภอเขาสมิง

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอเขาสมิง และอำเภอขลุง (จังหวัดจันทบุรี)

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอบ่อไร่แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 5 ตำบล 34 หมู่บ้าน ได้แก่

1. บ่อพลอย (Bo phloi) 10 หมู่บ้าน
2. ช้างทูน (Chang thun) 6 หมู่บ้าน
3. ด่านชุมพล (Dan chumphon) 7 หมู่บ้าน
4. นองบอน (Nong bon) 5 หมู่บ้าน
5. นนทรีย์ (Nonsi) 5 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องที่อำเภอบ่อไร่ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 6 แห่ง  
ได้แก่

1. เทศบาลตำบลบ่อพลอย ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลบ่อพลอย
2. เทศบาลตำบลหนองบอน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองบอนทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อพลอย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ่อพลอย (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลบ่อพลอย)

4. องค์การบริหารส่วนตำบลช้างพูน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลช้างพูนทั้งตำบล
5. องค์การบริหารส่วนตำบลด่านชุมพล ครอบคลุมพื้นที่ตำบลด่านชุมพลทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลนนทรี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลนนทรีทั้งตำบล

ที่ตั้งที่ว่าการอำเภอบ่อไร่ เลขที่ 999 หมู่ที่ 3 ตำบลบ่อพลอย อำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด 23140

#### อำเภอเมืองตราด

เป็นอำเภอหนึ่งใน 7 อำเภอของจังหวัดตราด เป็นที่ตั้งของศาลากลางจังหวัด และหน่วยงานราชการต่าง ๆ และเป็นศูนย์กลางความเจริญของจังหวัด ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภอเมืองตราดมีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบ่อไร่

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดโพธิสัตว์และจังหวัดเกาะกง (ประเทศกัมพูชา)

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอคลองใหญ่และอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอแหลมงอบและอำเภอเขาสมิง การปกครองส่วนภูมิภาค

อำเภอเมืองตราดแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 14 ตำบล 97 หมู่บ้าน ได้แก่

1. บางพระ (Bang phra)
2. หนองเสม็ด (Nong samet)
3. ห้วยแร้ง (Huai raeng)
4. เนินทราย (Noen sai)
5. หนองโสน (Nong sano)
6. ท่าพริก (Tha phrik)
7. หนองคันทร้ง (Nong khan song)
8. ท่ากุ่ม (Tha kum)
9. ห้วยน้ำขาว (Huang nam khao)
10. ตะกang (Takang)
11. อ่าวใหญ่ (Ao yai)
12. ชำราก (Chamrak)
13. วังกระแจะ (Wang krachae)
14. แหลมกลัด (Laem klat)

การปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องที่อำเภอเมืองตราดประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 14 แห่ง

ได้แก่

1. เทศบาลเมืองตราด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางพระทั้งตำบลและบางส่วนของตำบลวังกระแจะ
2. เทศบาลตำบลท่าพริกเนินทราย ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลเนินทรายและตำบลท่าพริกทั้งตำบล
3. เทศบาลตำบลตะกวด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตะกวดทั้งตำบล
4. เทศบาลตำบลชาราก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลชารากทั้งตำบล
5. เทศบาลตำบลหนองเสม็ด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองเสม็ดทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโสน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองโสนทั้งตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองคันทร้ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองคันทร้งทั้งตำบล
8. องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยน้ำขาว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลห้วยน้ำขาวทั้งตำบล
9. องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลอ่าวใหญ่ทั้งตำบล
10. องค์การบริหารส่วนตำบลวังกระแจะ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังกระแจะ (นอกเขตเทศบาลเมืองตราด)
11. องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยแร้ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลห้วยแร้งทั้งตำบล
12. องค์การบริหารส่วนตำบลเนินทราย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเนินทราย (นอกเขตเทศบาลตำบลท่าพริกเนินทราย)
13. องค์การบริหารส่วนตำบลท่ากุ่ม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่ากุ่มทั้งตำบล
14. องค์การบริหารส่วนตำบลแหลมกลัด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแหลมกลัดทั้งตำบล และในพื้นที่ตำบลท่าพริกและเนินทรายมีการปลุกมันเทศจำนวนมาก

#### อำเภอแหลมงอบ

ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภอแหลมงอบมีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอและจังหวัดข้างเคียง ดังนี้  
 ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอขลุ้ง (จังหวัดจันทบุรี) อำเภอเขาสมิง และอำเภอเมืองตราด  
 ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองตราด  
 ทิศใต้ ติดต่อกับอ่าวไทย (เขตอำเภอเกาะช้าง)  
 ทิศตะวันตก ติดต่อกับอ่าวไทย

ระบบการปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 4 ตำบล 25 หมู่บ้าน ได้แก่

1. แหลมงอบ (Laem ngop)
2. น้ำเชี่ยว (Nam chiao)
3. บางปัด (Bang pit)
4. คลองใหญ่ (Khlong yai)

ท้องที่อำเภอแหลมงอบประกอบด้วยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 5 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลแหลมงอบ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลแหลมงอบ
2. เทศบาลตำบลน้ำเชี่ยว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลน้ำเชี่ยวทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลแหลมงอบ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแหลมงอบ (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลแหลมงอบ)

4. องค์การบริหารส่วนตำบลบางปิด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางปิดทั้งตำบล
5. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองใหญ่ทั้งตำบล

ที่ว่าการอำเภอ ที่ตั้ง ที่ว่าการอำเภอแหลมฉบัง หมู่ที่ 1 ถนนตราด-แหลมฉบัง ตำบลแหลมฉบัง  
อำเภอแหลมฉบัง จังหวัดตราด 23120 หมายเลขโทรศัพท์ 0 3951 0490-1, 0 3959 7022 หมายเลข  
โทรสาร 0 3951 0491, 0 3959 7022

**บริบทพื้นที่จังหวัดจันทบุรี** (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี จังหวัดจันทบุรี, ม.ป.ป.)

**อำเภอแก่งหางแมว**

กิ่งอำเภอแก่งหางแมว ได้รับการจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2533 โดยการแยกพื้นที่ 5 ตำบลจากอำเภอท่าใหม่ ต่อมาเมื่อมีประชากรเพิ่มมากขึ้น ทางราชการจึงได้ยกฐานะขึ้นเป็น อำเภอแก่งหางแมว ในวันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2538 ที่ตั้งและอาณาเขต ติดต่อกับอำเภอข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอท่าตะเกียบ (จังหวัดฉะเชิงเทรา) และอำเภอวังสมบูรณ์ (จังหวัดสระแก้ว)

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอสอยดาวและอำเภอเขาคิชฌกูฏ

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอท่าใหม่และอำเภอนายายอาม

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอแก่ง อำเภอบางขัน (จังหวัดระยอง) และอำเภอบ่อทอง (จังหวัดชลบุรี)

การปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 5 ตำบล 63 หมู่บ้าน ได้แก่

1. แก่งหางแมว (Kaeng hang maeo) 22 หมู่บ้าน
2. ขุนซ่อง (Khun song) 17 หมู่บ้าน
3. สามพี่น้อง (Sam phi nong) 9 หมู่บ้าน
4. พวา (Phawa) 12 หมู่บ้าน
5. เขาวงกต (Khao wongkot) 4 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องที่อำเภอแก่งหางแมวประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลพวา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพวาทั้งตำบล
2. องค์การบริหารส่วนตำบลแก่งหางแมว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแก่งหางแมวทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลขุนซ่อง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลขุนซ่องทั้งตำบล
4. องค์การบริหารส่วนตำบลสามพี่น้อง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสามพี่น้องทั้งตำบล
5. องค์การบริหารส่วนตำบลเขาวงกต ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเขาวงกตทั้งตำบล

ที่ตั้งที่ว่าการอำเภอแก่งหางแมว หมู่ที่ 1 ถนนหนองกวาง-ขุนซ่อง ตำบลแก่งหางแมว อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี 22160 หมายเลขโทรศัพท์ 0 3930 8174 หมายเลขโทรสาร 0 3930 8174 ต่อ 20

**อำเภอขลุง**

เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดจันทบุรี คำว่าขลุง หมายถึง พื้นที่ลุ่มน้ำท่วมถึง เดิมชาวขลุงมีอาชีพทำนาและประมง ปัจจุบันมีการปลูกผลไม้ต่างเป็นล่ำเป็นสัน ตามตำนานเล่ากันว่าชาวพื้นเมืองมีเชื้อสาย



จากซอง มีภาษาพูดเป็นภาษาของซึ่งแตกต่างจากภาษาเขมรและไทย สมัยรัชกาลที่ 5 ในช่วงปี พ.ศ. 2436 (ร.ศ. 112) สยามเกิดกรณีพิพาทกับฝรั่งเศสซึ่งทำให้ต้องเสียดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงไปโดยได้ตกลงทำสัญญาว่าฝรั่งเศสจะยึดจันทบุรีไว้เป็นประกันนานถึง 11 ปีเศษ ในปี พ.ศ. 2440 (ร.ศ. 116) ได้มีการใช้พระราชบัญญัติปกครองท้องที่ คือ จัดตั้งอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านขึ้น ที่ทำงานของรัฐบาลในอำเภอ เรียกว่า "ที่ว่าการอำเภอ" ซึ่งมีผลทำให้ขลุ้งจัดตั้งขึ้นเป็น อำเภอขลุ้ง ในปี พ.ศ. 2441 (ร.ศ. 117) ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของจังหวัดจันทบุรี ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 26.45 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 756.038 ตารางกิโลเมตร หรือ 742,523.75 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอและจังหวัดข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอโป่งน้ำร้อน

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอบ่อไร่และอำเภอเขาสมิง (จังหวัดตราด)

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอแหลมงอบ (จังหวัดตราด) และอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอแหลมสิงห์ อำเภอเมืองจันทบุรี และอำเภอมะขาม

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอขลุ้งแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 12 ตำบล 90 หมู่ ได้แก่

- |                               |             |
|-------------------------------|-------------|
| 1. ชลุ้ง (Khlung)             | 6 หมู่บ้าน  |
| 2. บ่อ (Bo)                   | 10 หมู่บ้าน |
| 3. เกวียนหัก (Kwian hak)      | 10 หมู่บ้าน |
| 4. ตะปอน (Tapon)              | 6 หมู่บ้าน  |
| 5. บางชัน (Bang chan)         | 6 หมู่บ้าน  |
| 6. วันยาว (Wan yao)           | 8 หมู่บ้าน  |
| 7. ช้าง (Sueng)               | 11 หมู่บ้าน |
| 8. มาบไพ (Map phai)           | 6 หมู่บ้าน  |
| 9. วังสรรพรส (Wang sappharot) | 9 หมู่บ้าน  |
| 10. ตรอกนอง (Trok nong)       | 6 หมู่บ้าน  |
| 11. ตกพรม (Tok phrom)         | 11 หมู่บ้าน |
| 12. บ่อเวฬุ (Bo wen)          | 7 หมู่บ้าน  |

การปกครองท้องถิ่น ท้องที่อำเภอขลุ้ง ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 12 แห่ง ได้แก่

- เทศบาลเมืองขลุ้ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลขลุ้งทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลบ่อเวฬุ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ่อเวฬุทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลเกวียนหัก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกวียนหักทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลบ่อ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบ่อทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลตกพรม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตกพรมทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลวันยาว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวันยาวทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลช้าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลช้างทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตะปอนทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางชันทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลมาบไพ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลมาบไพทั้งตำบล

11. องค์การบริหารส่วนตำบลวังสรรพรส ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังสรรพรสทั้งตำบล
12. องค์การบริหารส่วนตำบลตรอกนอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตรอกนองทั้งตำบล

### อำเภอเขาคิชฌกูฏ

เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอมะขาม ทางราชการได้แบ่งพื้นที่การปกครองออกมาตั้งเป็นกิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2536 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ปีเดียวกัน และต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกาตั้งวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเขาคิชฌกูฏ โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน ปีเดียวกัน อำเภอเขาคิชฌกูฏ (เขา-คิด-ชะ-กูด) เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี อยู่ห่างจากตัวเมืองจันทบุรี 25.15 กิโลเมตร และห่างจากอำเภอมะขาม 18.84 กิโลเมตร ตั้งอยู่ทางตอนกลางของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสอยดาว

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอสอยดาว อำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอมะขาม

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอมะขาม อำเภอเมืองจันทบุรี และอำเภอท่าใหม่

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอท่าใหม่และอำเภอแก่งหาง

สถานที่สำคัญ ได้แก่

อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ อยู่ในบริเวณพื้นที่ป่าเขาคิชฌกูฏหรือเขาพระบาท ท้องที่อำเภอมะขามและอำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยภูเขา ทิวทัศน์ที่งดงาม มียอดเขาสูงสุดอยู่ในระดับความสูง 1,000 เมตร มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตกกระทิง และปรากฏการณ์ทางธรณีวิทยาที่เกี่ยวข้องกับตำนานทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะในด้านความเชื่อถือทางศาสนาเกี่ยวกับรอยพระพุทธรูปบนยอดเขาคิชฌกูฏ มีเนื้อที่ประมาณ 58.31 ตารางกิโลเมตร หรือ 36,444.05 ไร่

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี เป็นมหาวิทยาลัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 5 ตำบลพลวง อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี อยู่ติดกับอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ และค่ายลูกเสือจังหวัดจันทบุรี มีพื้นที่ 1,567 ไร่เศษ

รอยพระพุทธรูป วัดพลวง

วัดกระทิง

ข้อมูลสถิติเขาคิชฌกูฏมีพื้นที่ 830.2 ตารางกิโลเมตร ประชากร 28,819 คน (พ.ศ. 2559) ความหนาแน่น 34.71 คน/ตารางกิโลเมตร รหัสทางภูมิศาสตร์ 2210 รหัสไปรษณีย์ 22210

ที่ว่าการอำเภอ ที่ตั้งที่ว่าการอำเภอเขาคิชฌกูฏ หมู่ที่ 10 ถนนบาราคนราด ตำบลพลวง อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี 22210 พิกัด 12°48'16"N 102°6'53"E หมายเลขโทรศัพท์ 0 39 309116 หมายเลขโทรสาร 0 39309116

การปกครองส่วนท้องถิ่นเขาคิชฌกูฏ ประกอบด้วย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 5 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลพลวง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพลวงทั้งตำบล
2. เทศบาลตำบลชากไทย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลชากไทยทั้งตำบล
3. เทศบาลตำบลตะเคียนทอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตะเคียนทองทั้งตำบล
4. เทศบาลตำบลจันทเขลม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลจันทเขลมทั้งตำบล
5. เทศบาลตำบลคลองพลู ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองพลูทั้งตำบล

อำเภอเขาคิชฌกูฏแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 5 ตำบล 45 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ชากไทย (Chak thai) 8 หมู่บ้าน
2. พलग (Phluang) 10 หมู่บ้าน
3. ตะเคียนทอง (Takhian thong) 9 หมู่บ้าน
4. คลองพลู (Khlung phlu) 10 หมู่บ้าน
5. จันทเขลม (Chanthakhlem) 8 หมู่บ้าน

### อำเภอท่าใหม่

ท่าใหม่ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี อยู่ห่างจากตัวเมืองจันทบุรี 26.53 กิโลเมตร อำเภอท่าใหม่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอแก่งหางแมวและอำเภอเขาคิชฌกูฏ  
 ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเขาคิชฌกูฏและอำเภอเมืองจันทบุรี  
 ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองจันทบุรี อำเภอแหลมสิงห์ และอำเภอไทย  
 ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอนายายอาม

การแบ่งเขตการปกครองส่วนภูมิภาคอำเภอท่าใหม่แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 14 ตำบล 124 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ท่าใหม่ (Tha mai) - หมู่บ้าน
2. สองพี่น้อง (Song phi nong) 17 หมู่บ้าน
3. ยายร้า (Yai ra) - หมู่บ้าน
4. หุ่นเบญจา (Thung bencha) 14 หมู่บ้าน
5. สีพญา (Si phaya) 11 หมู่บ้าน
6. รำพัน (Ramphan) 10 หมู่บ้าน
7. บ่อพุ (Bo phu) 8 หมู่บ้าน
8. โขม่ง (Khamong) 6 หมู่บ้าน
9. พลอยแหวน (Phloi waen) 7 หมู่บ้าน
10. ตะกาดเง้า (Takat ngao) 10 หมู่บ้าน
11. เขาวัว (Khao wua) 9 หมู่บ้าน
12. คลองขุด (Khlung khut) 10 หมู่บ้าน
13. เขาบายศรี (Khao baisi) 12 หมู่บ้าน
14. เขาแก้ว (Khao kao) 10 หมู่บ้าน

ที่ตั้งที่ว่าการอำเภอท่าใหม่ เลขที่ 88 ถนนราชกิจ ตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี 22120 พิกัด 12°37'15"N 102°0'36"E หมายเลขโทรศัพท์ 0 3943 1090 หมายเลขโทรสาร 0 3943 1090 การปกครองส่วนท้องถิ่นท้องที่อำเภอท่าใหม่ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 13 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลเมืองท่าใหม่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าใหม่และตำบลยายร้าทั้งตำบล
2. เทศบาลตำบลเนินสูง ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลเขาวัว และบางส่วนของตำบลเขาบายศรี

3. เทศบาลตำบลหนองคล้า ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลทุ่งเบญจา
4. เทศบาลตำบลเขาบายศรี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเขาบายศรี (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลเนินสูง)
5. เทศบาลตำบลเขาหัว-พลอยแหวน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพลอยแหวนทั้งตำบล และตำบลเขาหัว (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลเนินสูง)
6. เทศบาลตำบลสองพี่น้อง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสองพี่น้องทั้งตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลสีพยา-ปอพู ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสีพยา และตำบลปอพูทั้งตำบล
8. องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งเบญจา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทุ่งเบญจา (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลหนองคล้า)
9. องค์การบริหารส่วนตำบลรำพัน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลรำพันทั้งตำบล
10. องค์การบริหารส่วนตำบลโขมง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโขมงทั้งตำบล
11. องค์การบริหารส่วนตำบลตะกาดเง้า ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตะกาดเง้าทั้งตำบล
12. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองขุด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองขุดทั้งตำบล
13. องค์การบริหารส่วนตำบลเขาแก้ว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเขาแก้วทั้งตำบล

#### สถานที่ท่องเที่ยว

สระแก้ว สระแก้วเป็นสระโบราณ มีขนาดกว้าง 6 เมตร ยาว 7 เมตร อยู่ในป่าที่ปกคลุมกับเขาสระแก้ว ตำบลพลอยแหวน น้ำในสระนี้ มาประกอบพิธีทำเป็นน้ำอภิเษกนับตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมา น้ำในสระใสบริสุทธิ์เต็มเปี่ยมตลอดเวลา มองเห็นเป็นสีมรกต ในสระปรากฏมีแสงสว่างเป็นวงเขียวคล้ายแก้วเป็นวงรอบสระ

วัดเขาสุกิม เป็นวัดที่มีทัศนียภาพสวยงามมาก ตั้งอยู่บนเขาในเขตตำบลเขาบายศรี ห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กิโลเมตร และแยกซ้ายตรงกิโลเมตรที่ 305 เข้าไป 13 กิโลเมตร สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2509 ด้วยแรงศรัทธาของพุทธศาสนิกชนที่มีต่อพระอาจารย์สมชาย สิววิริโย โดยมีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็นที่พักพิงภรรยาของพุทธศาสนิกชนทั่วไป บริเวณวัดกว้างขวางตั้งสูงขึ้นไปอยู่บนเชิงเขา มีพื้นที่ประมาณ 3,280 ไร่ ภายในวัดมีศาสนสมบัติ ศาสนวัตถุ และวัตถุโบราณล้ำค่าต่าง ๆ มากมาย ส่วนหนึ่งได้จัดเป็นพิพิธภัณฑ์เก็บรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับบริจาคจากผู้มีจิตศรัทธาล้วนแล้วแต่มีค่าทั้งทางด้านศิลปะและราคา มีร้านอาหารแก้มือที่มาวัดตลอด 24 ชั่วโมง และมีที่พักจัดไว้ให้ผู้ที่มาปฏิบัติกิจทางศาสนาได้พักหลับนอนอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนและโรงพยาบาลที่พระอาจารย์สมชายได้สร้างให้เป็นสมบัติของทางราชการด้วย

หาดแหลมเสด็จ อ่าวคังกระเบน เป็นหาดทรายขาวสะอาดยาวเหยียดสุดตา ในบริเวณนี้เป็นที่ตั้งของศูนย์การพัฒนาอ่าวคังกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ซึ่งมีการบริหารจัดการดำเนินการตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการพัฒนาอาชีพราษฎรที่อาศัยอยู่บริเวณอ่าวคังกระเบน เพื่อให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น โดยเน้นในเรื่องการประมงชายฝั่ง การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง และการเกษตรอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งและสิ่งแวดล้อม โดยมีสะพานทางเดินศึกษาธรรมชาติป่าไม้ชายเลน เพื่อให้ผู้มาท่องเที่ยวได้ศึกษาเกี่ยวกับนิเวศวิทยาป่าไม้ชายเลนอีกด้วย บริเวณหาดชายแหลมเสด็จมีบริการร้านอาหารทะเลพร้อมที่พัก

ศูนย์การศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระราชทานพระราชดำริไว้ เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2524 ตั้งอยู่บริเวณอ่าวคุ้งกระเบน ตำบลคลองขุด อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี มีเนื้อที่รอบชายฝั่งประมาณ 2,000 ไร่

### อำเภอนายายอาม

เดิมมีฐานะเป็นกิ่งอำเภอชื่อว่า กิ่งอำเภอนายายอาม แบ่งเขตการปกครองออกจากอำเภอท่าใหม่ โดยได้รับประกาศจัดตั้งเป็นกิ่งอำเภอตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2535 ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ลงวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2535 ได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ. 2539 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2539 ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอแก่งหางแมว

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอท่าใหม่

ทิศใต้ ติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอแกลง (จังหวัดระยอง)

การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 7 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลนายายอาม ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลนายายอาม
2. เทศบาลตำบลสนามไชย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสนามไชยทั้งตำบล
3. เทศบาลตำบลช้างข้าม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลช้างข้ามทั้งตำบล
4. องค์การบริหารส่วนตำบลนายายอาม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลนายายอาม (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลนายายอาม)
5. องค์การบริหารส่วนตำบลวังไตนอด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังไตนอดทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลกระแจะ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลกระแจะทั้งตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลวังใหม่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังใหม่ทั้งตำบล

ตามข้อมูลสถิติของอำเภอนายายอาม มีพื้นที่ 300.0 ตร.กม. ประชากร 33,976 คน (พ.ศ. 2559) ความหนาแน่น 113.25 คน/ตารางกิโลเมตร รหัสทางภูมิศาสตร์ 2209 รหัสไปรษณีย์ 22160 ที่ว่าการอำเภอที่ตั้งที่ว่าการอำเภอนายายอาม เลขที่ 500 หมู่ที่ 12 ตำบลนายายอาม อำเภอ นายายอาม จังหวัดจันทบุรี 22160 พิกัด 12°46'12"N 101°51'18"E หมายเลขโทรศัพท์ 0 3937 1257 หมายเลขโทรสาร 0 3937 1257

การปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 ตำบล 67 หมู่บ้าน ดังนี้

- |                          |             |
|--------------------------|-------------|
| 1. นายายอาม (Na yai am)  | 15 หมู่บ้าน |
| 2. วังไตนอด (Wang tanot) | 10 หมู่บ้าน |
| 3. กระแจะ (Krachae)      | 11 หมู่บ้าน |
| 4. สนามไชย (Sanam chai)  | 8 หมู่บ้าน  |
| 5. ช้างข้าม (Chang kham) | 13 หมู่บ้าน |
| 6. วังใหม่ (Wang mai)    | 10 หมู่บ้าน |

### อำเภอโป่งน้ำร้อน

อำเภอโป่งน้ำร้อน เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอมะขาม อยู่ห่างจากอำเภอเมืองจันทบุรี 42.8 กิโลเมตร ตั้งอยู่ทางตะวันออกของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสอยดาว

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดพระตะบองและเมืองไพลิน (ประเทศกัมพูชา)

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอบ่อไร่ (จังหวัดตราด) อำเภอขลุง และอำเภอมะขาม

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอเขาคิชฌกูฏ

การแบ่งเขตการปกครองแบบส่วนภูมิภาค อำเภอโป่งน้ำร้อนแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 5 ตำบล 47 หมู่บ้าน ได้แก่

- |                               |             |
|-------------------------------|-------------|
| 1. ทับไทร (Thap Sai)          | 9 หมู่บ้าน  |
| 2. โป่งน้ำร้อน (Pong nam ron) | 13 หมู่บ้าน |
| 3. นongตากง (Nong ta khong)   | 10 หมู่บ้าน |
| 4. เทพนimit (Thep nimit)      | 8 หมู่บ้าน  |
| 5. คลองใหญ่ (Khlong yai)      | 7 หมู่บ้าน  |

การปกครองส่วนท้องถิ่นของอำเภอโป่งน้ำร้อนประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 6 แห่ง ได้แก่

- เทศบาลตำบลโป่งน้ำร้อน ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลทับไทรและบางส่วนของตำบลโป่งน้ำร้อน
- เทศบาลตำบลหนองตากง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองตากงทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลคลองใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองใหญ่ทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลทับไทร ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทับไทร (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลโป่งน้ำร้อน)
- องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งน้ำร้อน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโป่งน้ำร้อน (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลโป่งน้ำร้อน)

6. องค์การบริหารส่วนตำบลเทพนimit ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเทพนimitทั้งตำบล สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอโป่งน้ำร้อน (eat drink travel, ม.ป.ป.) ที่น่าสนใจดังนี้

- ตลาดชายแดนไทย-กัมพูชา (ช่องฝักกาด) Thai-cambodia frontier market (Pong namron) ประเภทสถานที่ : แหล่งช้อปปิ้ง

ที่อยู่ : อำเภอโป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี

ตั้งอยู่ที่บ้านคลองใหญ่ หมู่ 4 ตำบลคลองใหญ่ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอโป่งน้ำร้อน 30 กิโลเมตร เป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค การข้ามแดนอนุญาตเฉพาะ ผู้ที่อยู่ในอำเภอโป่งน้ำร้อน และอำเภอสอยดาวเท่านั้น

2. ตลาดชายแดนไทย-กัมพูชา (บ้านแหลม) Thai-cambodia frontier market (Baan laem)
 

ประเภทสถานที่ : แหล่งช้อปปิ้ง

ที่อยู่ : อำเภอโป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี

ตั้งอยู่ที่บ้านแหลม หมู่ 4 ตำบลเทพนิมิต ห่างจากที่ว่าการอำเภอโป่งน้ำร้อน 46 กิโลเมตร เป็นตลาดที่มีการค้าขายสินค้าอุปโภคบริโภคตามแนวชายแดน มีการส่งเสริมอาชีพราษฎรในการทำเฟอร์นิเจอร์จากไม้ เพื่อจำหน่ายแก่บุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถเดินทางเข้าไปซื้อสินค้าบริเวณชายแดนของสองประเทศได้โดยสะดวกและปลอดภัย การข้ามแดนอนุญาตเฉพาะ ผู้ที่อยู่ในอำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอสอยดาวเท่านั้น
3. ยอดเขาสอยดาวใต้ (Yot khao soi dao tai)
 

ประเภทสถานที่ : ป่า-เขา

ที่อยู่ : อำเภอโป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี

บนเขาสอยดาวใต้ เป็นป่าดงดิบที่อุดมสมบูรณ์ สภาพป่าเป็นป่าโบราณที่มีต้นไม้ใหญ่ ขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ต้นไม้แต่ละต้นจะมีมอส และเฟิร์น ขึ้นปกคลุม บรรยากาศชุ่มชื้นตลอดทั้งปี การเดินทางขึ้นสู่ยอดดอยจะต้องใช้ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 7-8 ชั่วโมง และต้องมีเจ้าหน้าที่นำทางขึ้นไป เนื่องจากเป็นเส้นทางที่ชันและซับซ้อน มีเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่เคยพิชิตยอดเขาแห่งนี้
4. เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว (Khao soi daw wildlife sanctuary (A.Pong nam ron)
 

ประเภทสถานที่ : น้ำตก/ป่า-เขา

ที่อยู่ : อำเภอโป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว ตั้งอยู่ในท้องที่ตำบลทรายขาว ตำบลทับไทร อำเภอโป่งน้ำร้อน ตำบลตะเคียนทอง ตำบลฉนวน อำเภอมะขาม และตำบลแก้งหางแมว อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี มีพื้นที่ 745 ตารางกิโลเมตร หรือ 465,363 ไร่ มีสภาพป่าที่อุดมสมบูรณ์ เป็นป่าต้นน้ำลำธารของลำห้วย ลำธารหลายสาย สัตว์ป่าที่สำคัญได้แก่ ช้างป่า กระทิง วัวแดง อีเก้ง กระซัง เลียงผา เสือโคร่ง เสือดาว กวาง เสือดำ เสือไฟ แมวลายหินอ่อน เสือลายเมฆ หมิ่ ลิง ค่าง ชะนี ไก่ป่า นกชนิดต่าง ๆ อีกมากมาย
5. สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเขาสอยดาว (Sathani Pho Liao Sat Pa Khao Soi Dao)
 

ประเภทสถานที่ : ป่า-เขา

ที่อยู่ : อำเภอโป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี

สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าเขาสอยดาว เป็นสถานที่เพาะเลี้ยงสัตว์ป่าหายากใกล้สูญพันธุ์ ได้แก่ ไก่ฟ้าหน้าเขียว ไก่ฟ้าหลังขาวจันทบุรี ไก่ฟ้าพญาลอ นกแว่นนกกหว้า เป็ดกำ ส่วนสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม ได้แก่ กระทิง เนื้อทราย เป็นต้น
6. สถานโบราณคดีมนุษย์โบราณ (Satanborankadee manoosboran)
 

ประเภทสถานที่ : แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ วัฒนธรรม

ที่อยู่ : อำเภอโป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี

สถานโบราณคดีมนุษย์โบราณ อยู่ห่างจากอำเภอโป่งน้ำร้อน 25 กิโลเมตร กรมศิลปากรได้ดำเนินการสำรวจและขุดพบโครงกระดูกมนุษย์โบราณ เครื่องมือหินกะเทาะ เครื่องใช้ ภาชนะดินเผา

และเครื่องประดับต่าง ๆ อายุประมาณ 4,000 ปี ขณะนี้ได้เคลื่อนย้ายโครงกระดูกและโบราณวัตถุต่าง ๆ ออกจากหลุมแล้ว

#### 7. ล่องแก่งคลองโป่งน้ำร้อน (Rubber Boat Rafting At Klong Pong Nam Ron)

ประเภทสถานที่ : แม่น้ำ

ที่อยู่ : อำเภอโป่งน้ำร้อน จ.จันทบุรี

พบกับความสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจ กับแก่งวังขอน วังวน วังกะทะ วังยาว ตลอดลำน้ำ คลองโป่งน้ำร้อน โดยมีเจ้าหน้าที่ และอุปกรณ์ให้ความสะดวกครบครัน

#### อำเภอเมืองจันทบุรี

อำเภอเมืองจันทบุรีตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอท่าใหม่ อำเภอเขาคิชฌกูฏ และอำเภอมะขาม

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอมะขามและอำเภอขลุง

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอขลุงและอำเภอแหลมสิงห์

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอท่าใหม่

การปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 11 ตำบล 98 หมู่บ้าน ได้แก่

1. ตลาด (Talat)	21 หมู่บ้าน
2. จันทนิมิต (Chanthanimit)	9 หมู่บ้าน
3. วัดใหม่ (Wat mai)	- หมู่บ้าน
4. บางกะจะ (Bang kacha)	10 หมู่บ้าน
5. คลองนารายณ์ (Klong narai)	14 หมู่บ้าน
6. แสลง (Salaeng)	10 หมู่บ้าน
7. เกาะขวาง (Ko khwang)	9 หมู่บ้าน
8. นongบัว (Nong bua)	11 หมู่บ้าน
9. คมบาง (Khom bang)	10 หมู่บ้าน
10. พลับพลา (Phlapphla)	13 หมู่บ้าน
11. ท่าช้าง (Tha chang)	12 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมืองจันทบุรี ประกอบด้วย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 14 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลเมืองจันทบุรี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลตลาดและตำบลวัดใหม่ทั้งตำบล
2. เทศบาลเมืองท่าช้าง ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลท่าช้าง
3. เทศบาลเมืองจันทนิมิต ครอบคลุมพื้นที่ตำบลจันทนิมิตทั้งตำบล
4. เทศบาลตำบลบางกะจะ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลบางกะจะ
5. เทศบาลตำบลพลับพลา นารายณ์ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลคลองนารายณ์ และบางส่วนของตำบลพลับพลา
6. เทศบาลตำบลหนองบัว ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลหนองบัว
7. เทศบาลตำบลเกาะขวาง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกาะขวางทั้งตำบล



8. เทศบาลตำบลแสง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแสงทั้งตำบล
9. เทศบาลตำบลค่ายเนินวง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางกะจะ (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลบางกะจะ)
10. เทศบาลตำบลปลับพลา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลปลับพลา (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลปลับพลานารายณ์)
11. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองนารายณ์ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองนารายณ์ (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลปลับพลานารายณ์)
12. องค์การบริหารส่วนตำบลคมบาง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคมบางทั้งตำบล
13. องค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าช้าง (เฉพาะนอกเขตเทศบาลเมืองท่าช้าง)
14. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบัว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองบัว (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลหนองบัว)

ข้อมูลสถิติพื้นที่ 253.1 ตารางกิโลเมตร ประชากร 128,117 คน (พ.ศ. 2559) ความหนาแน่น 506.19 คน/ตารางกิโลเมตร รหัสทางภูมิศาสตร์ 2201 รหัสไปรษณีย์ 22000

ที่ว่าการอำเภอเมืองจันทบุรี เลขที่ 33 ถนนเลียบบเนิน ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี 22000 พิกัด 12°36'38"N 102°6'15"E หมายเลขโทรศัพท์ 0 3931 1028 หมายเลขโทรสาร 0 3931 1028

#### สถานที่ท่องเที่ยว

อาสนวิหารจันทบุรี อาสนวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมล จันทบุรี เป็นอาสนวิหารโรมันคาทอลิกเก่าแก่ประจำเขตมิสซังจันทบุรีตั้งอยู่ในบริเวณโรงเรียนสตรีมารดาพิทักษ์ ตำบลจันทนิมิต ถัดจากวัดไผ่ล้อมไปทางแยกขวา 2 กิโลเมตร มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าวัดจันทร์ ตามหลักฐานในเอกสารได้บันทึกไว้ว่าเริ่มสร้างโบสถ์ระหว่างปี พ.ศ. 2254-2285 โดยบาทหลวงชาวฝรั่งเศสและสัตบุรุษชาวญวนที่อาศัยอยู่ในเมืองจันทบุรีขณะนั้น และทำการปรับปรุงมาโดยตลอด ครั้งสุดท้ายได้บูรณะในปี พ.ศ. 2487-2528 ได้ชื่อว่าเป็นโบสถ์คาทอลิกที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีรูปทรงทางสถาปัตยกรรมแบบตะวันตกที่เรียกว่า ศิลปะกอทิก ตกแต่งด้วยกระจกสีติดผนัง เป็นภาพทางศาสนาคริสต์ที่สวยงามมาก วันเวลาเปิด-ปิด : จันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่ 8.30-16.30 น. (ปิดเที่ยง) วันอาทิตย์ ตั้งแต่ 12.00น.-16.30น.

อุต่อเรือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เชื่อว่าเป็นสถานที่ซึ่งสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ใช้เป็นที่ต่อเรือรบเมื่อครั้งเตรียมยกทัพไปตีพม่าเพื่อกู้เอกราชชาติไทยเมื่อปี พ.ศ. 2310 โดยทางหลวงโบราณคดีไต้หวัน กองโบราณคดี กรมศิลปากร ได้ทำการขุดค้นซากเรือและตรวจสอบชั้นดินทางโบราณคดีพบส่วนประกอบต่าง ๆ ของเรือโบราณและสันนิษฐานว่า น่าจะเป็นเรือสำเภาจีนแบบฝูเจี้ยนขนาดเล็ก มีใบสามเถา ใช้หางเสือเรือ ขนาดเรือยาว 24 เมตร กว้าง 5 เมตร และบริเวณรอบ ๆ มีแอ่งน้ำรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า อยู่ตามริมฝั่งอ่าว ลักษณะคล้ายอุต่อเรืออยู่หลายแห่ง การเดินทางอุต่อเรือสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีนี้ใช้เส้นทางเดียวกับทางไปหมู่บ้านเสม็ดงาม เลยไปวัดเสม็ดงาม เลี้ยวขวาตรงป้ายบอกทางเข้าไปอีกประมาณ 1 กิโลเมตรก็จะถึงอุต่อเรือสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี

ค่ายเนินวง เป็นโบราณสถานอันเก่าแก่ที่สำคัญแห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ที่บ้านเนินวง ตำบลบางกะจะ ห่างจากตัวเมืองไปตามถนนท่าแฉลบประมาณ 7 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายไปตามทางแยกอีก

400 เมตร ถูกสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2377 ในรัชสมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวซึ่งได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างค้ายที่บ้านเนินวง อำเภอท่าใหม่ (ปัจจุบันอยู่ในเขตอำเภอเมืองจันทบุรี) เพื่อใช้เป็นที่พักผ่อนสำหรับคนค้าขาย ต่อมาป้อมนี้ชำรุดทรุดโทรมไปมาก ปี พ.ศ. 2516 จึงได้มีการบูรณะตัวป้อมและประตูค่ายทางด้านทิศตะวันออกใหม่ เมื่อขึ้นไปยืนอยู่ตรงป้อมและมองออกไปจะสามารถมองเห็นทิวทัศน์ของท้องทะเลได้อย่างชัดเจน สองฟากของตัวป้อมเป็นกำแพงวัด ปัจจุบันทางกรมศิลปากรได้นำปืนโบราณมาตั้งแสดงไว้โดยหันกระบอกปืนสู่ทะเลอย่างเตรียมพร้อม ส่วนภายในบริเวณค่ายซึ่งปัจจุบันกลายเป็นสวนยางและสวนผลไม้ยังมีวัดที่สำคัญอีกวัดหนึ่ง ที่สร้างขึ้นมาพร้อมค่ายแห่งนี้ คือ วัดโยธานิมิต นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์การพาณิชย์นาวีตั้งอยู่ มีการจัดแสดงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์การเดินทางเรือ การค้าทางทะเล แสดงการสำรวจการขุดค้นพบโบราณคดีใต้น้ำ และแสดงเครื่องถ้วยชามสังคโลกที่ได้จากซากเรือโบราณที่จมในอ่าวไทย

### อำเภอมะขาม

อำเภอมะขามเดิมเรียกว่า อำเภอท่าหลวง ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2422 โดยมีพระพลสงครามเป็นนายอำเภอคนแรก ซึ่งก่อนหน้านั้นเป็นด่านสำหรับเก็บส่วยอากร ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำจันทบุรี ที่ตั้งตำบลท่าหลวงปัจจุบัน ต่อมาการค้าขายได้เจริญขึ้น มีการติดต่อค้าขายกับประเทศเขมร โดยใช้เส้นทางผ่านอำเภอมะขามไปยังอำเภอโป่งน้ำร้อน และข้ามไปประเทศเขมรกันมากขึ้น เพื่อความสะดวกต่อการเก็บส่วยอากร จึงได้ย้ายที่ว่าการอำเภอมาตั้งอยู่ ณ บ้านมะขามในปี พ.ศ. 2450 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น อำเภอมะขาม สาเหตุที่ได้ชื่อว่า "มะขาม" เล่าต่อกันมาว่าในขณะที่พื้นที่อำเภอมะขามเป็นป่าดงดิบมีสัตว์ร้ายใช้ป่าชุกชุม ทำให้ผู้ที่ผ่านไปมาประสบภัยอยู่เป็นเนือง ๆ การเดินทางไม่มีถนนเหมือนในปัจจุบัน การคมนาคมติดต่อกับในจังหวัดที่สะดวกที่สุดได้แก่ การใช้เส้นทางแม่น้ำจันทบุรีโดยทางเรือ ใช้เวลาเดินทางหลายชั่วโมง การเดินทางโดยทางบกต้องใช้ม้าหรือเกวียน เป็นพาหนะเดินทางผ่านเขาลาดเลาะไปตามแนวป่า กินเวลาเดินทางประมาณ 2 วัน จึงจะถึงตัวเมือง ทั้ง ๆ ที่ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตรเท่านั้น การเดินทางที่ยากลำบากเพราะยุคนั้นการตัดถนนยังไม่มีสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นป่าเขาจึงมีสัตว์ร้ายนานาชนิดชุกชุม รวมทั้งใช้ป่าหรือใช้มาลาเรีย ทำให้หมักมีการเสียชีวิตระหว่างเดินทาง ผู้ที่ไม่เคยมาเมื่อมาถึงแล้วหลังจากกลับก็ไม่กล้ามาอีก เพราะความขยาดต่อความทุรกันดาร และพากันขนานนามว่า "มาขาม" ต่อมาได้เลื่อนเป็น "มะขาม" เนื่องจากเป็นอำเภอที่มีอาณาเขตกว้างขวางมากการดูแลยากที่จะเข้าถึงทั้งหมด ภายหลังได้ถูกแบ่งการปกครองเป็นอำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอสอยดาว และอำเภอเขาศิษณุภูมิ อำเภอมะขามตั้งอยู่ทางตอนกลางค่อนข้างไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด มีลักษณะเป็นแผ่นดินทกเหลี่ยม ห่างจากตัวจังหวัดจันทบุรีประมาณทางทิศเหนือ 14 กิโลเมตร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 317 จันทบุรี-สระแก้ว หลักกิโลเมตรที่ 9 มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอเขาศิษณุภูมิและอำเภอโป่งน้ำร้อน

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอโป่งน้ำร้อนและอำเภอขลุง

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอขลุงและอำเภอเมืองจันทบุรี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอเมืองจันทบุรีและอำเภอเขาศิษณุภูมิ

การปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 6 ตำบล 56 หมู่บ้าน ได้แก่

1. มะขาม (Makham) 10 หมู่บ้าน
2. ท่าหลวง (Tha Luang) 8 หมู่บ้าน
3. ปัตถวี (Patthawi) 12 หมู่บ้าน

- |                         |             |
|-------------------------|-------------|
| 4. วังแซ้ม (Wang saem)  | 12 หมู่บ้าน |
| 5. ฉมัน (Chaman)        | 9 หมู่บ้าน  |
| 6. อ่างคีรี (Ang khiri) | 8 หมู่บ้าน  |

ท้องที่อำเภอมะขามประกอบด้วยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 7 แห่ง ได้แก่ เทศบาลตำบลมะขาม ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลมะขาม เทศบาลตำบลอ่างคีรี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลอ่างคีรีทั้งตำบล เทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลมะขาม (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลมะขาม) เทศบาลตำบลท่าหลวง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลท่าหลวงทั้งตำบล เทศบาลตำบลวังแซ้ม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังแซ้มทั้งตำบล เทศบาลตำบลฉมัน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลฉมันทั้งตำบล เทศบาลตำบลปฎิวี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลปฎิวีทั้งตำบล

#### อำเภอสอยดาว

อำเภอสอยดาว เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอโป่งน้ำร้อนอยู่ห่างจากตัวเมืองจันทบุรี 73.23 กิโลเมตร ที่ตั้งและอาณาเขตอำเภอสอยดาวตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอวังสมบูรณ์และอำเภอคลองหาด (จังหวัดสระแก้ว)

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดพระตะบอง (ประเทศกัมพูชา)

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอโป่งน้ำร้อน

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอเขาคิชฌกูฏและอำเภอแก่งหางแมว

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอสอยดาวแบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 5 ตำบล 68 หมู่บ้าน  
ได้แก่

- |                            |             |
|----------------------------|-------------|
| 1. ปะตง (Patong)           | 11 หมู่บ้าน |
| 2. ทุ่งขนาน (Thung khaman) | 16 หมู่บ้าน |
| 3. ทัพช้าง (Thap chang)    | 18 หมู่บ้าน |
| 4. ทรายขาว (Sai khao)      | 13 หมู่บ้าน |
| 5. สะตอน (Saton)           | 12 หมู่บ้าน |

การปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอสอยดาวประกอบด้วยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 6 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลตำบลทรายขาว ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลปะตงและตำบลทรายขาว
2. เทศบาลตำบลทัพช้าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทัพช้างทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลปะตง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลปะตง (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลทรายขาว)
4. องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งขนาน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทุ่งขนานทั้งตำบล
5. องค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทรายขาว (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลทรายขาว)

6. องค์การบริหารส่วนตำบลสะตอน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสะตอนทั้งตำบล

สถานที่ท่องเที่ยว

เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว ตั้งอยู่ตำบลทรายขาว มีพื้นที่ 465,637.5 ไร่ ห่างจากตัวจังหวัดจันทบุรีประมาณ 70 กิโลเมตร จากจังหวัดจันทบุรีเดินทางตามทางหลวงหมายเลข 317 ที่มุ่งสู่

จังหวัดสระแก้ว ป่าเขาสอยดาวมีสภาพภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับซับซ้อน ประกอบด้วยภูเขาน้อยใหญ่จำนวนมากมาย เช่น ยอดเขาสอยดาวมี 2 ยอด ยอดเขาสอยดาวได้สูงประมาณ 1,675 เมตร นอกจากนี้ยังมีเขาสิบห้าชั้น เขาตะพง เขาสูง และเขาทรายขาว ภูเขาเหล่านี้เป็นแหล่งกำเนิดของน้ำตกและห้วยน้ำลำธารหลายสาย นอกจากนี้ยังทำให้เกิดทิวทัศน์ที่สวยงามอีกด้วย

น้ำตกเขาสอยดาว อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาสอยดาว การเดินทางมาสู่น้ำตกสามารถเดินทางมาได้ 2 ทาง คือ เส้นทางที่ออกจากจังหวัดจันทบุรีตรงมายังหมู่บ้านปะตง ตำบลปะตง ระยะทาง 70 กิโลเมตร เส้นทางที่ออกจากจังหวัดสระแก้วมุ่งหน้าสู่มุขบ้านปะตง ตำบลปะตง ระยะทาง 75 กิโลเมตร และจากหมู่บ้านปะตงเข้าไปสู่ที่ทำการเขตอุทยานอีก 5 กิโลเมตร ทิวทัศน์ในระหว่างการเดินทางไปเขาสอยดาวจะเป็นสวนผลไม้มีนานาชนิดเขียวทึบไปตลอดทาง

### อำเภอแหลมสิงห์

ที่มาของชื่อ "แหลมสิงห์" มาจากหินธรรมชาติที่มีรูปลักษณะคล้ายกับสิงโตหมอบ 2 ตัวที่ปากอ่าวแหลมสิงห์ แต่ปัจจุบันเหลือเพียงตัวเพราะถูกทำลายไปในเหตุวิกฤตการณ์ ร.ศ. 112 อำเภอแหลมสิงห์ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอท่าใหม่และอำเภอเมืองจันทบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอขลุง

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอขลุงและอ่าวไทย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอ่าวไทย

แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 7 ตำบล 65 หมู่บ้าน ได้แก่

- |                                        |             |
|----------------------------------------|-------------|
| 1. ปากน้ำแหลมสิงห์ (Pak nam laem sing) | 16 หมู่บ้าน |
| 2. เกาะเปริด [เกาะ-เปริด] (Ko proet)   | 7 หมู่บ้าน  |
| 3. นหนองขี้ม (Nong chim)               | 10 หมู่บ้าน |
| 4. พลิ้ว (Phlio)                       | 12 หมู่บ้าน |
| 5. คลองน้ำเค็ม (Khlong nam khem)       | 6 หมู่บ้าน  |
| 7. บางสระแก้ว (Bang sa kao)            | 5 หมู่บ้าน  |
| 8. บางกะไชย (Bang kachai)              | 9 หมู่บ้าน  |

ท้องที่อำเภอแหลมสิงห์ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 6 แห่ง ได้แก่

- เทศบาลตำบลปากน้ำแหลมสิงห์ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลปากน้ำแหลมสิงห์ทั้งตำบล
- เทศบาลตำบลพลิ้ว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพลิ้วและตำบลคลองน้ำเค็มทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเปริด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกาะเปริดทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลหนองขี้ม ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองขี้มทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางสระแก้ว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางสระแก้วทั้งตำบล
- องค์การบริหารส่วนตำบลบางกะไชย ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางกะไชยทั้งตำบล

สถานที่ท่องเที่ยว

คุกกี้โก๋ สร้างเมื่อ พ.ศ. 2436 (ร.ศ. 112) อยู่บริเวณแหลมสิงห์ ก่อนถึงท่าเทียบเรือ 1 กิโลเมตร เมื่อฝรั่งเศสได้เข้ายึดจันทบุรีในกรณีพิพาทกันด้วยเรื่องดินแดนฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง ระหว่างนั้นฝรั่งเศสได้ยกกองทหารเข้าสู่เมืองจันทบุรีประมาณ 600 คน แยกกันอยู่สองแห่ง แห่งแรกตั้งอยู่ที่เมืองจันทบุรี

บริเวณที่เป็นค่ายทหารในปัจจุบัน อีกแห่งตั้งอยู่ที่ปากน้ำแหลมสิงห์ ฝรั่งเศสได้สร้างคุกขี้ไก่เพื่อใช้กักขังคนไทยที่ต่อต้านฝรั่งเศส มีลักษณะเป็นหอสี่เหลี่ยม หลังคาโปร่ง เล่ากันว่า เป็นคุกที่ทรมานมาก เพราะชั้นบนใช้เป็นที่เลี้ยงไก่ ซึ่งจะถ่ายมูลราดศีรษะคนนักโทษที่ถูกคุมขัง

อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว ตั้งอยู่ในเขตเขาสระบาป อำเภอแหลมสิงห์ ระยะทาง 17 กิโลเมตรจากตัวเมือง มีเนื้อที่ทั้งหมด 84,063 ไร่ สภาพโดยทั่วไปเป็นป่าดิบชื้น มี 3 ชั้น จากทางขึ้นไป 200 เมตร มีฉัตรเจดีย์ทางขวามือ เป็นเจดีย์ศิลาแลง รัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้พระยาจันทบุรีเป็นแม่กองสร้างเมื่อ พ.ศ. 2419 นอกจากนี้แล้วบริเวณใกล้เคียงกัน ยังมีพีระมิดอีกแห่งหนึ่งชื่อ "ปิรามิดพระนางเรือล่ม" หรือ "สถูปพระนางเรือล่ม" เป็นที่บรรจุพระอังคารของสมเด็จพระนางเจ้าสุนันทากุมารีรัตน์ (พระนางเรือล่ม) ซึ่งเคยเสด็จประพาสน้ำตกพลิ้วเมื่อ พ.ศ. 2417 และที่อุทยานแห่งนี้ยังมีสัตว์ป่าอาศัยอยู่อีกมากมาย

ไอเอซิส ซีเวิลด์ ฟาร์มเลี้ยงโลมาและสถานที่จัดแสดงโลมาที่มีชื่อเสียงของอำเภอแหลมสิงห์และเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักจากคนทั่วประเทศ

### ทฤษฎีวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการที่มีการรวมกลุ่มกันของชุมชนที่มีความคิดและการประกอบกิจการที่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในระบบเศรษฐกิจชุมชนที่ถูกนำมาใช้ในการตอบสนอง ต่อวิธีการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนซึ่งเปรียบเสมือนเป็นฐานที่มั่นหรือฐานรากทางเศรษฐกิจ เนื่องจากชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจอยู่มากมาย แต่เนื่องด้วยธุรกิจดังกล่าวยังมีขนาดเล็กไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือสหกรณ์ เป็นธุรกิจที่ผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนใน เศรษฐกิจจากหญ้า ทำให้ชุมชนมีความมั่นคงในการผลิตและการบริโภค มีกำลังซื้อในสิ่งที่จำเป็นต่อ การดำรงชีวิตก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินทุนช่วยให้เศรษฐกิจมหภาคสามารถขับเคลื่อนไปได้

โดยฐานของผู้คนในชุมชนกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นโอกาสในการพัฒนาชุมชน ให้ชุมชนได้เข้าใจ และสามารถค้นพบศักยภาพของตนเอง ค้นพบทุนของท้องถิ่น ได้มีโอกาส ในการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากรและทุนที่มีอยู่ก่อให้เกิดเป็นระบบเศรษฐกิจ ชุมชนที่เข้มแข็งขึ้นสร้างความเชื่อมั่นให้กับคนในชุมชน มีความภูมิใจในรากเหง้าของตนเอง ใน บรรพบุรุษในท้องถิ่น ในภูมิปัญญาที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน วิสาหกิจชุมชน จึงเป็นทิศทางใหม่ของ การพัฒนาอย่างแท้จริงที่จะช่วยให้ชุมชน และประเทศชาติเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน

วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นฐานรากของเศรษฐกิจชุมชน ที่ช่วยสร้างความมั่นคงในแบบชีวิตพื้นฐานที่พอเพียง มีกลไกกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง รู้จักแสวงหาความรู้มาพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการ อาศัยหลักความสามัคคีอันก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งสมาชิกและชุมชน มีการดำเนินการแบบบูรณาการโดยเป็นการประกอบการที่เชื่อมโยงเข้าสู่วงจรชีวิตของชุมชนเพื่อให้ คนในชุมชนบรรลุเป้าหมายของการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในท้ายที่สุด

หลักการของวิสาหกิจชุมชน เน้นในด้านของการดำเนินการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะ เข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริม พร้อมนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ช่วยเหลือซึ่ง กันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนา รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบ เศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น ซึ่ง มีนักวิชาการได้ให้

กล่าวถึงวิสาหกิจชุมชนไว้หลากหลาย อาทิ สุมิตรา อภิชัย (2549) กล่าวถึงระบบ วิสาหกิจชุมชนว่าเกิดขึ้นเมื่อองค์กรชุมชน หรือเครือข่ายองค์กรชุมชนพัฒนากิจกรรม และมีการ เชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ

โดยมีเป้าหมายสนับสนุนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดย ชุมชนเพื่อชุมชน แก่จุดอ่อนเสริมจุดแข็งให้ชุมชน ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและทุนทางสังคมอย่าง มีประสิทธิภาพและยั่งยืน สร้างกระบวนการเรียนรู้ และระบบการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเองของ ชุมชนให้ครอบคลุมการจัดการทุกด้านให้มีระบบการจัดการ ทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง

ซึ่งดำเนินการโดยองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนในการ วางแผนดำเนินการ และประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนเพื่อให้มีการพัฒนาระบบ เศรษฐกิจและสังคมของชุมชนที่มีอิสระพึ่งตนเองได้ มีระบบการจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถี ชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน มีต้นทุนการจัดการต่าง ๆ และเป็นสถาบันทางสังคมที่ชาวบ้านพึ่งพาอาศัยได้ ซึ่งไม่ใช่ระบบที่ให้โอกาสกับผู้ที่เหนือกว่าทางด้านเศรษฐกิจ หรือการเมือง สอดคล้องกับวิลาสนี ชูช่วง (2554) ที่กล่าวว่าการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องให้ชุมชนรู้จักวิถีคิดและกระบวนการ เรียนรู้ เนื่องจากปัญหาที่ผ่าน ๆ มาชุมชนสามารถผลิตสินค้าได้มากมาย แต่ไม่รู้จะนำสินค้าไปขายที่ ไหน

ดังนั้นจึงต้องปรับวิถีคิดใหม่ เช่น การเปลี่ยนจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยวมาเป็นเกษตรผสมผสาน โดยทำให้พอกินพอใช้ก่อน ทดแทนสิ่งที่ซื้อจากตลาดให้มากที่สุด เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง ได้สร้างรากฐานเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง ที่เหลือจึงนำไปขายเป็นการพัฒนาไปสู่การจัดการเชิงธุรกิจโดยมีฐานคิดอยู่บนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้วิสาหกิจชุมชนรู้จักการจัดการผลิต การตลาด และการบริโภคร่วมกัน ไม่ใช่ต่างคนต่างทำ เช่น การผลิตสินค้าชนิดหนึ่งชนิดใดเหมือนกันทั้งหมู่บ้าน แล้วมาแข่งกันขาย วิสาหกิจชุมชนต้องสร้างวงจรเศรษฐกิจชุมชนขึ้นมาใหม่ เชื่อมโยงศักยภาพชุมชน กับการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นการร่วมกันทำแบบประสานพลัง ทำให้เกิดการคิดและทำแบบวิวิธคุณ มีการจัดระบบการผลิต หลักการมีส่วนร่วม (Participation) และทุนทางสังคม (Social fund) ชุมชนผลิต

สินค้าคุณภาพดี มีมาตรฐาน ราคายุติธรรม มีช่องทางการจำหน่าย หรือตลาด การโฆษณาใช้จุดเด่น บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ทีมงานของชุมชนมีส่วนร่วม และใช้ฐานทุนทางสังคม เช่น วัตถุประสงค์ ทรัพยากร ภูมิปัญญา และการคืนกำไรให้ชุมชน ซึ่งการที่จะดำเนินการตามหลักการดังกล่าวได้

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล (2545) ได้ให้แนวคิดที่ว่า วิสาหกิจชุมชนต้องมีเป้าหมาย คือ การพัฒนา ตนเอง เลี้ยงตนเอง ใช้ของตัวเอง ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นคงพื้นฐานให้กับชุมชน และเมื่อสร้างขึ้นมา ก็จะเป็นหลักประกันทางสังคมได้เช่นเดียวกับดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์ (2548) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จำเป็นต้องตั้งอยู่บนหลักพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่

1. วิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการการประกอบกิจการของชุมชนเพื่อให้ชุมชน สามารถพึ่งตนเองได้
  2. การประกอบกิจการต้องมุ่งเน้นการใช้ภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของชุมชนเป็นหลัก
  3. มุ่งเน้นการสร้างโอกาสและเพิ่มรายได้ทั้งในระดับครัวเรือน กลุ่มองค์กร เครือข่ายและชุมชน
- กรมการพัฒนาชุมชน (2546) ได้อธิบายหลักการของวิสาหกิจชุมชนโดยอธิบายจากความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ดังนี้

1. หลักการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาทรัพยากรของชุมชน
2. หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
3. หลักการส่งเสริมเครือข่ายองค์กรและพัฒนาผู้นำ
4. หลักการบูรณาการทุนและสินทรัพย์ของชุมชน
5. หลักการเรียนรู้และการเชื่อมโยงการพัฒนา
6. หลักการบริหารจัดการและการตัดสินใจโดยชุมชน
7. หลักการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
8. หลักการหาผลประโยชน์ร่วมกัน
9. หลักการติดตาม ตรวจสอบให้โปร่งใสและยุติธรรม
10. หลักการต่อยอดและขยายผล
11. หลักการวิจัยและพัฒนา
12. หลักการพึ่งตนเอง

สำหรับองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนนั้น มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึง องค์ประกอบ ของวิสาหกิจชุมชนไว้ดังนี้

เสรี พงศ์พิศ, วิจิต นันทสุวรรณ และจันทน์ แรกพินิจ (2544) กล่าวว่าวิสาหกิจชุมชนมีองค์ประกอบที่เกิดจากการเชื่อมโยงกลุ่มกิจกรรมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของชุมชนเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการผลิตทางการเกษตร เพื่อการพึ่งตนเองและเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรขององค์กร ชุมชน หรือเครือข่ายองค์กรชุมชน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อ สุขภาพ ไวน์ผลไม้พื้นบ้าน การแปรรูปพืชผักผลไม้พื้นบ้านรูปแบบต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ยา สมุนไพร แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน พิพิธภัณฑสถานชุมชน เป็นต้น

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองขององค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ อาหารและยาสมุนไพร เป็นต้น

4. การพัฒนาระบบตลาด การบริการและสวัสดิการชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ลาน (ตลาด) ชุมชน ศูนย์สุขภาพพื้นบ้าน เป็นต้น

กรมการพัฒนาชุมชน (2546) อธิบายถึงองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนว่ามีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. เป็นกิจการของชุมชน หมายถึง เป็นการประกอบกิจการทั้งด้านการผลิต และบริการที่กลุ่มคนในชุมชนเป็นเจ้าของไม่ใช่ของผู้ใดผู้หนึ่ง

2. ดำเนินการโดยใช้ทุนของชุมชน และมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม หมายถึง กิจการที่ ดำเนินการโดยใช้ทุนของชุมชนเป็นหลัก อันได้แก่ เงิน แรงงาน ทรัพยากร ภูมิปัญญา เป็นต้น โดยมี การบริหารจัดการรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการผลิต หรือการให้บริการ ด้วยความคิด สร้างสรรค์ คิดค้นเองโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน เป็นการจัดการแบบประสานพลังทำกิจกรรม ทางเศรษฐกิจ และสังคมแบบเสริมกัน ไม่แยกแบบเดี่ยวหรือเป็นเรื่อง ๆ

3. ดำเนินการด้วยหลักสามัคคีธรรม หมายถึง หมู่คณะในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการ อย่างเป็นเอกภาพ ก่อให้เกิดผลประโยชน์ส่วนรวมแก่สมาชิกและชุมชน โดยไม่ส่งผลกระทบต่อ สาธารณะ อันหมายถึงความรวมถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย

4. เน้นกระบวนการเรียนรู้ในการดำเนินการ หมายถึง ในการดำเนินการจะก่อให้เกิด กระบวนการ เรียนรู้ ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองและชุมชน เรียนรู้ที่จะบริหารจัดการทุนชุมชน ด้วยการริเริ่ม สร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรม

5. มีเป้าหมายเพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชน หมายถึง การดำเนินกิจการมีเป้าหมายเพื่อการ พึ่งตนเองเป็นรากฐาน ทำให้พอกินพอใช้ในครัวเรือน ชุมชน และเครือข่าย เป็นลำดับแรก

เสรี พงศ์พิศ (2548) อธิบายว่าวิสาหกิจชุมชนที่พึงปรารถนาควรมี องค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ ได้แก่

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการเอง บุคคลภายนอกสามารถเข้ามามีส่วนร่วม ร่วมโดย การ ถือหุน ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือได้ แต่จะไม่ได้เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ

2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด และสามารถนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

3. ชุมชนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนเอง โดยไม่ ลอกเลียนแบบ หรือแสวงหาสูตรสำเร็จ

4. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ โดยปรับปรุงหรือประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย ผสมผสาน กับความรู้ ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น ๆ

5. ดำเนินการแบบบูรณาการ คือ ไม่ทำเพียงอย่างเดียวแต่มีการดำเนินหลาย ๆ กิจกรรม ประสาน ผันกันกำลัง และเกื้อกูลกัน

6. การเรียนรู้เป็นหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ช่วยให้ชุมชนสามารถคิด วิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง

7. การพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การมุ่งอยู่รอด ก่อนมุ่งแสวงหากำไร เพื่อให้การดำเนินกิจการมีความมั่นคงแน่นอนในการพัฒนารุรกิจสู่การเป็น วิสาหกิจ ขนาดกลางหรือขนาดย่อมต่อไป

ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์ (2548) ได้สรุปว่าปัจจัยและคุณค่าสำคัญของการประกอบการ วิสาหกิจ ชุมชนควรประกอบด้วย

1. การเรียนรู้ คือ หัวใจของการประกอบการ เพราะความรู้คือปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะทำให้ การประกอบการเป็นทุนทางปัญญาที่มีคุณค่ามากที่สุด และเป็นหลักประกันความสำเร็จและความยั่งยืน การเรียนรู้ดังกล่าวไม่แสวงหาแต่เพียงสูตรสำเร็จ แต่แสวงหาความรู้ใหม่ให้เป็นรากฐานของการสร้าง นวัตกรรมซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งของวิสาหกิจชุมชน

2. การพึ่งตนเอง คือ ความเป็นอิสระในการตัดสินใจ ความสามารถในการแก้ไขปัญหา พื้นฐาน สำคัญของตนเอง การจัดการชุมชนและทรัพยากรโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับ ความรู้สากล เพื่อตอบสนองต่อปัญหาและความจำเป็นขั้นพื้นฐานของท้องถิ่นได้ อย่างมีประสิทธิภาพ



3. ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ศาสตร์และศิลป์ของการดำเนินชีวิต ความรู้และคุณธรรม เหตุผล และจิตวิญญาณของท้องถิ่น ซึ่งถ่ายทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ทำให้สามารถจัดการชีวิต จัดการชุมชนและจัดการทรัพยากรในยุคสมัยและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ช่วยให้บรรพบุรุษจนถึงลูกหลาน ดำรงอยู่ได้ถึงทุกวันนี้

4. ชุมชน คือ ความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากร ผลผลิต และทุนทางสังคมหรือความเชื่อ บรรทัดฐานทางสังคม ระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่สืบทอดกันมาร่วมเป็นรากฐานความสัมพันธ์ความ ไว้วางใจ ความเป็นที่ เป็นนื่องของผู้คนในชุมชน

5. ความยั่งยืน คือ หัวใจของการพัฒนาที่ไม่ทำลายทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้คนกับความเป็นชุมชน โดยอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพต่อเนื่องและมั่นคง

6. ความเท่าเทียม คือ คุณลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างคน กลุ่มคน องค์กร ที่ร่วมมือกันทำงาน โดยให้เกียรติกัน เคารพในศักดิ์ศรีและศักยภาพของกันและกัน

7. ธรรมภิบาล คือ การบริหารจัดการที่โปร่งใส กระจายอำนาจ และตรวจสอบได้ ไม่รวบอำนาจ โดยคนกลุ่มเดียว แต่ชุมชนมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของเครือข่าย คือ วัฒนธรรมการทำงาน แนวราบแบบหนึ่ง เกิดจากการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับองค์กร ที่ทำให้แต่ละหน่วยมีความเป็น อิสระเป็นตัวของตัวเอง และมีความเข้มแข็ง มีการฉีกกำลังและช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกัน

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ได้แบ่งลักษณะ องค์ประกอบ ที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชน ไว้อย่างน้อย 7 ประการ คือ

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
2. ผลผลิตจากชุมชนโดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชนเป็นหลัก
3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
4. เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ
6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
7. มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย

แนวคิดและแนวทางในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย เป็นการประกอบกิจการของชุมชนโดยชุมชนเอง เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชน ด้วยวิธีการสร้างสรรค์ มีการเรียนรู้ มีการค้นคิด โดยเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน เอาทรัพยากรอันหลากหลายมาทำให้เกิดประโยชน์ เพื่อ การพึ่งตนเอง อันได้แก่ การทำให้พอกินพอใช้ในครอบครัว ชุมชนและเครือข่าย มีที่ร่วมกันเรียนรู้ ร่วมกัน จัดการร่วมกัน และบริโภคร่วมกัน ไม่มุ่งเน้นการเข้าสู่ตลาด ไม่เอาตลาดเป็นเป้าหมาย ไม่ขึ้นกับตลาด แต่เอาการพึ่งตนเอง เป็นเป้าหมาย หากมีเหลือหรือเกินความต้องการ จึงจะจำหน่ายออก นอกชุมชนหรือเครือข่าย เป็นกิจการของชุมชนที่เกิดขึ้นด้วยความคิดสร้างสรรค์ จากภูมิปัญญา ท้องถิ่นดั้งเดิม และสามารถพัฒนาก้าวไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ในอนาคต เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการที่มีความสอดคล้องกับลักษณะของชุมชน มีความต้องการในการ ดำเนินกิจการที่เรียบง่าย โดยใช้ผลผลิตที่ได้จากการผลิต การใช้วัตถุดิบ และทรัพยากรภายในชุมชนเพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และการพึ่งพาตนเอง โดยการใช้ ภูมิปัญญาภายในท้องถิ่นมาปรับใช้กับกิจการของวิสาหกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ พบว่าการบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยอยู่หลาย

ประการ อาทิ การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนจากภาครัฐ ภาวะผู้นำการมีส่วนร่วมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการเป็นผู้ประกอบการซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

### แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐ

ความหมายของแนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีให้กับวิสาหกิจชุมชน

งบประมาณ คือ แผนเบ็ดเสร็จ ซึ่ง แสดงออกมาในรูปของตัวเงิน แสดงโครงการดำเนินงาน ทั้งหมดในระยะเวลาหนึ่งขององค์กรที่รัฐให้ การสนับสนุน (นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์, 2556)

งบประมาณ เป็นแผนการใช้จ่ายของรัฐ ประกอบด้วย ขั้นตอนต่างๆเช่น การเตรียมแผน งบประมาณ ได้แก่ การจัดทำขั้นตอน อันประกอบไปด้วย โครงสร้าง การบริหาร การท าดารางเวลาและ การบริหารการควบคุมงบประมาณ ไพรัช ตระการศิริพันธ์ (2548) งบประมาณ หมายถึง เครื่องมืออย่าง หนึ่งของรัฐบาลที่เป็น เอกสาร แสดงถึงความต้องการของรัฐบาลหรือหน่วยงานต่างๆ ในภาครัฐ ซึ่ง ประกอบด้วยแผน ทางการเงินและโครงการที่จะดำเนินการในปีงบประมาณหนึ่งๆ ตามที่รัฐบาลได้สัญญา ไว้กับรัฐสภา และประชาชนที่จะใช้เงินภายใต้เงื่อนไขและแนวทางการบริหารงานที่กำหนดไว้ (ศุภวัฒน์ ปภัสสรากาญจน์, 2546)

งบประมาณแผ่นดิน หมายถึง แผนทางการเงินเกี่ยวกับ งบประมาณรายได้และรายจ่ายของ รัฐบาลในระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะต้องขออนุมัติจากรัฐสภา (พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์, 2550)

การประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ถือได้ว่าเป็นการประกอบการที่เป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนา ประเทศ เป็นวิธีการสร้างรากฐานในชุมชนให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ชุมชน สามารถพึ่งพาตนเอง ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน

การพัฒนาตามแนวกระแสหลักที่เป็นแนวคิดที่วางอยู่บนพื้นฐานการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่เน้นการนำทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานราคาถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์สนับสนุนการพัฒนา รวมทั้งการ ขยายฐาน การผลิตทำให้การพัฒนาประเทศตามแนวทางดังกล่าว

แม้ว่าจะสามารถสร้างความทันสมัย ซึ่งมีฐาน คิดของการพัฒนาแบบยั่งยืนที่เน้นการให้คนเป็น ศูนย์กลางของการพัฒนา โดยมีเป้าหมายเพื่อ สร้างสรรค์คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมุ่งพัฒนาปัจจัยภายใน ด้วยการสร้างสรรค์สังคม ให้สอดคล้องกับ สภาพท้องถิ่นของตนเองโดยอาศัยภูมิปัญญาและทรัพยากรของ ชุมชนเป็นสำคัญ ซึ่งมีกฎหมายและ ระเบียบที่หน่วยงานภาครัฐนำมาใช้ในการกำกับดูแลการประกอบ กิจการและการดำเนินงาน เพื่อให้ การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างเป็นระบบและเหมาะสม

### พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการ ส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน, 2548) เป็นพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและการดำเนินกิจการของ วิสาหกิจ ชุมชน โดยได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการประกอบกิจการและประเภทของวิสาหกิจ ชุมชนว่า ลักษณะ ของวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งแนวทางในการบริหารจัดการของวิสาหกิจ หน้าที่และความรับผิดชอบของการ ประกอบกิจการและคณะกรรมการในการทำงาน ซึ่งได้มีการกำหนด หลักเกณฑ์และแนวทางไว้ใน มาตราที่มาตรา 5 กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนใดที่จะขอรับการส่งเสริมตาม พระราชบัญญัตินี้ต้องยื่นคำขอ จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรตามระเบียบที่คณะกรรมการ ประกาศกำหนด รวมทั้งมาตรา 6

กำหนดแนวทางในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ที่ให้มีลักษณะและ วัตถุประสงค์ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่ คณะกรรมการประกาศกำหนด รวมทั้งมาตรา 21 ซึ่งได้กำหนด หน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจ ชุมชนจังหวัด

ในการเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ การ เกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ และแผนการพัฒนาและ ส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานคร หรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี ประสานงานกับหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ การส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือ ในจังหวัด แล้วแต่กรณี เป็นไปอย่างมี เอกภาพและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการส่งเสริมและช่วยเหลือ ในการขอจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น หรือการใดๆ เพื่อประโยชน์ ของกิจการวิสาหกิจ ชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี ส่วนในหมวด 4 เป็นหมวดของการ ส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน

โดยในมาตรา 25-มาตรา 29 วางหลักการเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน หรือ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการ เกษตรแล้วสามารถขอรับการส่งเสริม หรือ สนับสนุนจากคณะกรรมการได้ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด รวมทั้งการให้คณะกรรมการ จัดให้มี มาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการ วิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิในการ ประกอบกิจการ อย่างครบวงจร รวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสม กับกิจการ วิสาหกิจชุมชน และสภาพท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและการ บริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ไม่ว่าจะ การบริหารงานบุคคล การบัญชี การจัดหาทุน หรือการตลาด

ทั้งนี้เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ และ มาตรา 27 ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการ วิสาหกิจ ชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วตามมาตรา 26 อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความรู้และ การสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงขึ้นตามความพร้อมและความต้องการ ของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการวิสาหกิจชุมชน และการออกแบบ ที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด การร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัย เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านคุณภาพ การผลิต การจัดการ และ การตลาด เพื่อสร้างความพร้อม ให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้นและในมาตรา 28 การ รวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนหรือดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใด ๆ ให้ คณะกรรมการให้การสนับสนุนในการจัดตั้ง การตลาด รวมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน และในมาตรา 29 ส่งเสริมการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน เกี่ยวกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรองเกี่ยวกับ แหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้า หรือการรับรองเกี่ยวกับ สภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เป็นที่เชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลือ

### พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534

กระทรวงมหาดไทยมีหน้าที่ในการสนับสนุนการดำเนินงานของรัฐบาล ทั้งในฐานะที่เป็นหน่วยงานหนึ่งของระบบราชการ ที่มีภารกิจรับผิดชอบตามที่กำหนดไว้พระราชบัญญัติ ปรับปรุง กระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2534 มาตรา 19 และในฐานะที่เป็นผู้ประสานและกำกับ ดูแลการน า นโยบายของรัฐบาล ไปปฏิบัติในพื้นที่จังหวัดของผู้ว่าราชการจังหวัดตามอำนาจหน้าที่ ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 มาตรา 54 และ 57 โดยกำหนดให้ กระทรวงมหาดไทยจะดำเนินการ เพื่อสนับสนุนนโยบายของคณะรัฐมนตรี ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการบริหารที่นอกเหนือจาก ส่วนที่เป็นนโยบายเร่งด่วน

โดยกำหนดเป็นนโยบายของ กระทรวงมหาดไทย นโยบายด้านการแก้ไขปัญหาและฟื้นฟู เศรษฐกิจ ในระดับฐานล่างของประเทศ เกี่ยวกับด้านการแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจ ในระดับฐานล่าง ของประเทศ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินการเพื่อขจัดปัญหาความยากจน การเพิ่ม การสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน การให้การสนับสนุนการดำเนินการเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของ ชุมชนในการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับภาครัฐในการแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ สร้าง กระบวนการ ทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชน ในชุมชนในรูปของประชาคม เพื่อเป็น กระบวนการเรียนรู้ ที่จะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพของประชาชนและชุมชน ให้การสนับสนุนด้านความรู้ และทักษะในการบริหารจัดการที่จำเป็นแก่องค์กรชุมชน เพื่อให้มีขีดความสามารถในการบริหารงาน การแก้ไขปัญหา และฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนด้วยตนเอง พัฒนาชุมชนและสภาพแวดล้อมให้มีความพร้อม ในแง่ทักษะฝีมือแรงงานที่จะเป็นแหล่งรองรับการว่าจ้างการผลิตจากภาคธุรกิจเอกชน และที่จะเป็นแหล่ง การประกอบธุรกิจขนาดเล็กของคนในชุมชน การให้การสนับสนุนการดำเนินการพัฒนาเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตของชุมชน ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชนในรูปของ วิสาหกิจชุมชน หรือพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่แล้ว ให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตามตลอดจน การส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเป็นแหล่งรองรับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดการ เชื่อมโยงเครือข่าย การผลิตของชุมชน กับภาคธุรกิจเอกชน ด้วยการใช้บทบาทการท างานของ คณะกรรมการร่วมภาครัฐและ ภาคเอกชนในระดับจังหวัด หรือ กรออำเภอจังหวัด สนับสนุนให้ชุมชนที่เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้มี การพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับเป็นสินค้าหลักของชุมชนที่จะจัดจำหน่าย

ให้แก่นักท่องเที่ยวนำหลักการพัฒนาที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด เสริมสร้างศักยภาพทางการพัฒนาของพื้นที่ พัฒนาเศรษฐกิจในภาค การผลิตสาขาต่าง ๆ ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของพื้นที่ ด้วยการนำ นโยบายด้านการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและสังคมที่น่าอยู่ โดยกระทรวงมหาดไทยจะดำเนินการ ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคม การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคม การรักษาความสงบ เรียบร้อย และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ตลอดจนการเสริมสร้างความเป็นธรรม ในสังคมสนับสนุนการดำเนินการเพื่อเสริมสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง และมีศักยภาพในการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับ ภาครัฐในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสังคม สร้างกระบวนการเรียนรู้การมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริม การมีส่วนร่วมของประชาชน เสริมสร้าง ประสิทธิภาพการบริหารงาน ส่งเสริมและพัฒนาบทบาทของผู้นำ ในชุมชนกลุ่มต่าง ๆ สร้างความเสมอภาคเท่าเทียมกัน

### นโยบายรัฐบาล (พล.อำเภอประยุทธ์ จันทร์โอชา)

จากคำแถลงนโยบายรัฐบาลของคณะรัฐมนตรี พล.อำเภอประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันศุกร์ที่ 12 กันยายน 2557 โดยรัฐบาลมีนโยบายในเรื่องต่าง ๆ จำแนกเป็น 11 ด้าน ซึ่งรัฐบาลได้นำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศว่าด้วยการเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนาตามแนวทางพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นหลักสำคัญ ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งทรงเน้นความพอดีพอสมควรแก่ฐานะ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันมาเป็นแนวคิด ใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และ 12 แนวทางของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ และความต้องการของประชาชนมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย

โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามีส่วนเกี่ยวข้อง และผลักดันการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล โดยนโยบายที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในประเด็นนโยบายที่ 6.17 เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร ปรับโครงสร้างกลไกการสนับสนุนและการขับเคลื่อน วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้เป็นระบบและมีเอกภาพที่ชัดเจน ทั้งในด้านการเข้าถึงแหล่ง เงินทุนและบริการทางการเงินและ การลงทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดและโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ ประเด็นนโยบายที่ 6.18 ส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อนได้ อย่างจริงจัง ซึ่งจะทำให้ทุกภาคเศรษฐกิจก้าวหน้าไปได้ทันโลก และสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ ซึ่งหมายรวมถึงการผลิต และการค้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลโดยตรง ทั้งผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ ผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์

อุปกรณ์สื่อสารดิจิทัลอุปกรณ์โทรคมนาคมดิจิทัลรองรับการให้บริการของภาคธุรกิจการเงินและธุรกิจบริการอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาคสื่อสารและบันเทิงตลอดจนการใช้ดิจิทัลรองรับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปรับปรุงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงให้ดูแลและผลักดันงานสำคัญของประเทศชาติในเรื่องนี้ และจะจัดให้มีคณะกรรมการระดับชาติเพื่อขับเคลื่อนเรื่องนี้อย่างจริงจัง รวมทั้งเนื้อหาในนโยบายที่ 7 การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน ในประเด็นนโยบายที่ 7.2 พัฒนาศักยภาพในการ แข่งขันของผู้ประกอบการไทยทุกระดับ โดยสอดคล้องกับข้อตกลงในการเคลื่อนย้ายในด้านสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่เปิดเสรีมากขึ้น

โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับ ผู้ประกอบการ ในประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อนำไปสู่ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานตลาดโลกได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งฐานการผลิตสินค้าหลายชนิดและธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่ประเทศไทยได้เข้าไปลงทุนขยายฐานการผลิตในประเทศอื่นในอาเซียนมาเป็นเวลานานแล้ว

ตลอดจนกลุ่มการผลิตที่ผู้ประกอบการของไทยเตรียมที่จะขยายฐานการผลิตเพิ่มเติมอีกหลายชนิด ซึ่งช่วยให้ประเทศไทย มีฐานการผลิตสินค้าคุณภาพหลากหลายเพื่อขายในตลาดต่าง ๆ ได้มากขึ้น ทั้งในอาเซียนและใน ตลาดโลก และเป็น การ ช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้านในกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรม

เช่นเดียวกับ นโยบายที่ 10 การส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาล และการป้องกันปราบปรามการ ทูจจริต และประพฤติมิชอบในภาครัฐ ประเด็นนโยบายที่ 10.1 ปรับปรุงระบบราชการ

ในด้านองค์กร หรือหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาคและท้องถิ่น ทบพทวนการจัดโครงสร้าง หน่วยงานภาครัฐที่มีอำนาจหน้าที่ซ้ำซ้อนหรือล้าล้นกันหรือมีเส้นทางการ ปฏิบัติงานที่ยืดยาว ปรับปรุงวิธี ปฏิบัติราชการให้ทันสมัย โดยนำเทคโนโลยีมาใช้แก้ไขกฎระเบียบให้โปร่งใส ชัดเจน สามารถบริการประชาชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนจัดระบบอัตราค่าจ้างและปรับปรุงค่าตอบแทน บุคลากรภาครัฐ ให้ เหมาะสมและเป็นธรรม ยึดหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี การบริหารจัดการ ภาครัฐแบบใหม่ การ ตอบสนองความต้องการ ของประชาชน

ในฐานะเป็นศูนย์กลาง และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นวางใจ ในระบบราชการลดต้นทุนดำเนินการของภาค ธุรกิจ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับนานาประเทศ และการรักษาบุคลากรภาครัฐ ที่มีประสิทธิภาพไว้ในระบบราชการ โดยจะดำเนินการตั้งแต่ระยะเฉพาะหน้า ไปตามลำดับความจำเป็น และตามที่ กฎหมาย เอื้อให้สามารถดำเนินการได้

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า รัฐเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้ สามารถดำเนินการเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน โดยภาครัฐจะให้การสนับสนุนชุมชนในการ สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ สร้างกระบวนการ ทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชนในชุมชนในรูปของประชาคม เพื่อเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่จะ นำไปสู่การเพิ่มศักยภาพของประชาชนและชุมชน ให้การสนับสนุนด้าน ความรู้ และทักษะในการบริหาร จัดการที่จำเป็นแก่องค์กรชุมชน เพื่อให้มีขีดความสามารถในการ บริหารงาน และสามารถสร้างเครือข่าย กับชุมชนข้างเคียง เพื่อเป็นพันธมิตรในการทำให้วิสาหกิจ ชุมชนสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

### แนวคิดที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำความหมายของผู้นำ

ในการบริหารจัดการองค์กร ควรมีการวางหลักเกณฑ์ในและแนวทางต่าง ๆ เพื่อให้องค์กร ประสบความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อการเติบโตและพัฒนา ผู้นำขององค์กรมีส่วนสำคัญในการกำหนด แนวทางความแตกต่างขององค์กรในลักษณะของการประกอบธุรกิจ โครงสร้างองค์กรที่มี ความแตกต่าง ไปในแต่ละองค์กร ส่งผลให้การบริหารจัดการบุคลากรในองค์กร มีความแตกต่างกัน ผู้นำองค์กรมี ส่วนสำคัญที่ต้องคำนึงถึง และสอดคล้องกับการบริหารจัดการภายในองค์กร ซึ่งมี นักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายไว้มากมาย ดังต่อไปนี้

Simon, Smithburg, and Thompson (1971) กล่าวว่าผู้นำคือ ผู้ที่สามารถรวมคนให้เป็น น้าหนึ่งใจเดียวกันเพื่อสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้ได้

Dejnozka (1983) กล่าวว่าผู้นำ คือ บุคคลที่ได้รับแต่งตั้งให้นำกลุ่ม และมีอิทธิพลต่อกิจกรรม ต่าง ๆ ของกลุ่มเพื่อการบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม และเพื่อทำหน้าที่เป็นหัวหน้าของกลุ่ม

Bennis and Nanus (2003) กล่าวว่าผู้นำ คือ บุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้าง ความคิดสร้างสรรค์ เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในสังคม ผู้นำเป็นผู้ที่จะนำกลุ่มให้พ้น จากความทุกข์ยาก ขจัดปัญหา ขจัดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในกลุ่ม และฟันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ จนสามารถ บรรลุตามเป้าหมายของสังคมที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ (2540) กล่าวว่าผู้นำ คือ บุคคลที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งอาจโดยการ เลือกลง หรือแต่งตั้ง เป็นที่ยอมรับของสมาชิกให้มีอิทธิพล และบทบาทเหนือกลุ่ม สามารถที่จะจูงใจชักนำหรือ ชี้แนะให้สมาชิกของกลุ่มรวมพลังเพื่อปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ของกลุ่มให้สำเร็จ

กล่าวโดยสรุปในมุมมองของผู้วิจัย ผู้นำ หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลที่มีความสามารถและรูปแบบของการใช้วิธีการในการโน้มน้าวหรือรูปแบบอิทธิพลระหว่างบุคคล ก่อให้เกิดการกระทำ กิจกรรมหรือการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งภาวะผู้นำ มีทั้งที่ได้รับการแต่งตั้งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง องค์การที่เป็นสมาชิก หรือได้รับการเลือกตั้งจากสมาชิก ในกลุ่ม

### ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์/ผู้บริโภค

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer behavior) ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค Engle, Blackwe และ Miniard กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง “กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ ค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง” (เสรี วงษ์มณฑา, 2548) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออก ของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

พฤติกรรมผู้บริโภค จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

#### 1. การจัดหา (Obtaining)

หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการมาใช้ กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้า และบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้ก็วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

#### 2. การบริโภค (Consuming)

หมายถึง การติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ที่ไหน อย่างไร ภายใต้สถานการณ์อย่างไร รวมตลอดไปถึงการดูด้วยว่าการใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบ หรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

#### 3. การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing)

หมายถึง การติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการ และหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไป และที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วยรวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์

แนวคิดทฤษฎีความต้องการ 5 ชั้น (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow, 1970) (Maslow's hierarchical theory of motivation) Maslow เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มี ความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพ ของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (Wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะ ไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนา ที่จะได้รับ ความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจ สิ่งอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ

Maslow กล่าวว่าความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับชั้นของความปรารถนา ตั้งแต่ชั้นแรกไปสู่ความปรารถนาชั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ (The Need-hierarchy conception of human motivation) Maslow เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปได้เป็นลำดับดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs)
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs)
5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs)

ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ มีการเรียงลำดับชั้นความต้องการที่อยู่ในขั้นต่ำสุด จะต้องได้รับความพึงพอใจเสียก่อนบุคคลจึงจะสามารถผ่านพ้นไปสู่ความต้องการที่อยู่ในขั้นสูงขึ้นไปตามลำดับดังจะอธิบายโดยละเอียดดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีอำนาจมากที่สุดและสังเกตเห็นได้ชัดที่สุด จากความต้องการทั้งหมดเป็นความต้องการที่ช่วยการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม ออกซิเจน การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศ ความต้องการความอบอุ่น ตลอดจนความต้องการที่จะถูกกระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส แรงขับของร่างกายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของร่างกายและของอินทรีย์ ความพึงพอใจที่ได้รับ ในขั้นนี้จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่าและถ้าบุคคลใดประสบความล้มเหลวที่จะสนองความต้องการพื้นฐานนี้ก็จะไม่ได้รับการกระตุ้นให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นอย่างไรก็ตาม ถ้าความต้องการอย่างหนึ่งยังไม่ได้รับความพึงพอใจ บุคคลก็จะอยู่ภายใต้ความต้องการนั้นตลอดไป

ซึ่งทำให้ความต้องการอื่น ๆ ไม่ปรากฏหรือกลายเป็น ความต้องการระดับรองลงไป เช่น คนที่อดอยากหิวโหยเป็นเวลานานจะไม่สามารถสร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ต่อโลกได้ บุคคลเช่นนี้จะหมกมุ่นอยู่กับการจัดหาบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้มีอาหารไว้รับประทาน Maslow อธิบายต่อไปว่าบุคคลเหล่านี้จะมีความรู้สึกเป็นสุขอย่างเต็มที่เมื่อมีอาหารเพียงพอสำหรับเขา และจะไม่ต้องหาสิ่งอื่นใดอีก ชีวิตของเขา กล่าวได้ว่าเป็นเรื่องของการรับประทาน สิ่งอื่น ๆ นอกจากนี้จะไม่มีมีความสำคัญไม่ว่าจะเป็นเสรีภาพ ความรัก ความรู้สึกต่อชุมชน การได้รับการยอมรับ และปรัชญาชีวิต บุคคล เช่นนี้มีชีวิตอยู่เพื่อที่จะรับประทานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ตัวอย่าง การขาดแคลนอาหารมีผลต่อพฤติกรรม ได้มีการทดลองและการศึกษาชีวประวัติเพื่อแสดงว่าความต้องการทางด้านร่างกายเป็นเรื่องสำคัญที่จะเข้าใจ พฤติกรรมมนุษย์ และได้พบผลว่าเกิดความเสียหายอย่างรุนแรงของพฤติกรรมซึ่งมีสาเหตุจากการขาดอาหารหรือน้ำติดต่อกันเป็นเวลานาน ตัวอย่างคือ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ในค่าย Nazi ซึ่งเป็นที่กักขังเชลย เชลยเหล่านั้นจะละทิ้งมาตรฐานทางศีลธรรมและค่านิยมต่าง ๆ ที่เขาเคยยึดถือภายใต้สภาพการณ์ปกติ เช่น ขโมย อาหารของคนอื่น หรือใช้วิธีการต่าง ๆ ที่จะได้รับอาหารเพิ่มขึ้นอีก

ตัวอย่างหนึ่งในปี ค.ศ. 1970 เครื่องบินของสายการบิน Peruvian ตกลงที่ฝั่งอ่าวอเมริกาใต้ ผู้ที่รอดตายรวมทั้งพระนิกาย Catholic อาศัยการมีชีวิตอยู่รอดโดยการกินซากศพของผู้ที่ตายจากเครื่องบินตกจากปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อมนุษย์เกิดความหิวขึ้น จะมีอิทธิพลเหนือระดับศีลธรรม



จรรยา จึงไม่ต้องสงสัยเลยว่ามนุษย์มีความต้องการทางด้านร่างกายเหนือความต้องการอื่น ๆ และแรงผลักดันของความต้องการนี้ได้ เกิดขึ้นกับบุคคลก่อนความต้องการอื่น ๆ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับความพึงพอใจแล้วบุคคลก็จะพัฒนาการไปสู่ขั้นใหม่ต่อไป ซึ่งขั้นนี้เรียกว่าความต้องการความปลอดภัย หรือ ความรู้สึกมั่นคง (Safety or security) Maslow กล่าวว่าความต้องการความปลอดภัยนี้จะสังเกตได้ง่ายในทารก และในเด็กเล็ก ๆ เนื่องจากทารกและเด็กเล็ก ๆ ต้องการความช่วยเหลือและต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น ตัวอย่าง ทารกจะรู้สึกกลัวเมื่อถูกทิ้งให้อยู่ตามลำพังหรือเมื่อเขาได้ยินเสียงดัง ๆ หรือเห็นแสงสว่างมาก ๆ แต่ประสบการณ์และการเรียนรู้จะทำให้ความรู้สึกกลัวหมดไปดังคำพูดที่ว่า “ฉันไม่กลัวเสียงฟ้าร้องและฟ้าแลบอีกต่อไปแล้ว เพราะฉันรู้ธรรมชาติในการเกิดของมัน” พลังความต้องการความปลอดภัยจะเห็นได้ชัดเจนเช่นกันเมื่อเด็กเกิดความเจ็บป่วย ตัวอย่างเด็กที่ประสบอุบัติเหตุขาหักก็ตระรู้สึกกลัวและอาจแสดงออกด้วยอาการผื่นร้ายและความต้องการที่จะได้รับความปกป้องคุ้มครองและการให้กำลังใจ

Maslow กล่าวเพิ่มเติมว่าพ่อแม่ที่เลี้ยงดูลูกอย่างไม่กวัดขั้นและตามใจมากเกินไปจะไม่ทำให้เด็กเกิดความรู้สึกว่าได้รับความพึงพอใจจากความต้องการความปลอดภัยการ ให้อนอนหรือให้กินไม่เป็นเวลา ไม่เพียงแต่ทำให้เด็ก สับสนเท่านั้นแต่ยังทำให้เด็กรู้สึกไม่มั่นคงในสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเขา สัมพันธภาพของพ่อแม่ที่ไม่ดีต่อกัน เช่น ทะเลาะกันทำร้ายร่างกายซึ่งกันและกัน พ่อแม่แยกกันอยู่ หย่า ตายจากไป สภาพการณ์เหล่านี้จะมี อิทธิพลต่อความรู้ที่ดีของเด็ก ทำให้เด็กกลัวว่า สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ไม่มั่นคง ไม่สามารถคาดการณ์ได้และนำไปสู่ความรู้สึกไม่ปลอดภัยความต้องการความปลอดภัยจะยังมีอิทธิพลต่อบุคคลแม้ว่าจะผ่านพ้นวัยเด็กไปแล้ว

แม้ในบุคคลที่ทำงานในฐานะเป็นผู้คุ้มครอง เช่น ผู้รักษาเงิน นักบัญชี หรือทำงานเกี่ยวกับการประกันต่าง ๆ และผู้ที่ทำหน้าที่ให้การรักษาพยาบาลเพื่อความปลอดภัยของผู้อื่น เช่น แพทย์ พยาบาล คนชรา บุคคล ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะเฝ้าหาความปลอดภัยด้วยกันทั้งสิ้น ศาสนาและปรัชญาที่มนุษย์ยึดถือทำให้เกิด ความรู้สึกมั่นคง เพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้บุคคลรู้สึก “ปลอดภัย” ความต้องการความปลอดภัยในเรื่องอื่นๆ จะเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ สงคราม อาชญากรรม น้ำท่วม แผ่นดินไหว การจลาจล ความสับสนไม่เป็นระเบียบของสังคม และเหตุการณ์อื่น ๆ ที่ คล้ายคลึงกับสภาพเหล่านี้

Maslow ได้ให้ความคิดต่อไปว่าอาการโรคประสาทในผู้ใหญ่ โดยเฉพาะโรคประสาทชนิด ย้ำ คิด-ย้ำทำ (Obsessive-compulsive neurotic) เป็นลักษณะเด่นชัดของการค้นหาความรู้สึกปลอดภัย ผู้ป่วยโรคประสาทจะแสดงพฤติกรรมว่าเขากำลังประสบเหตุการณ์ที่ร้ายกาจและกำลังมีอันตรายต่าง ๆ เขาจึงต้องการมี ใครสักคนที่ปกป้องคุ้มครองเขาและเป็นบุคคลที่มีความเข้มแข็งซึ่งเขาสามารถจะพึ่งพาอาศัยได้

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ เป็นความต้องการขั้นที่ 3 ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้วบุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่นความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือกับผู้อื่น สมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้ง ไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคมไม่มีเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำนวนเพื่อน ๆ ญาติพี่น้อง สามี

หรือภรรยา หรือลูก ๆ ได้ลดน้อยลงไป นักเรียนที่เข้าโรงเรียนที่ห่างไกลบ้านจะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของอย่างยิ่ง และจะแสวงหาอย่างมากที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน Maslow คัดค้านกลุ่ม Freud ที่ว่าความรัก เป็นผลมาจากการเทิดทูลสัญลักษณ์ทางเพศ (Sublimation) สำหรับ Maslow ความรักไม่ใช่สัญลักษณ์ของเรื่องเพศ (Sex) เขาอธิบายว่า ความรักที่แท้จริงจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ดี ความสัมพันธ์ของความรักระหว่างคน 2 คน จะรวมถึงความรู้สึกนับถือซึ่งกันและกัน การยกย่องและความไว้วางใจแก่กัน นอกจากนี้ Maslow ยังย้ำว่าความต้องการความรักของคนจะเป็นความรักที่เป็นไปในลักษณะทั้งการรู้จักให้ความรักต่อผู้อื่นและรู้จักที่จะรับความรักจากผู้อื่น การได้รับความรักและได้รับการยอมรับจากผู้อื่นเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคล เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า บุคคลที่ขาดความรักก็จะรู้สึกชีวิตไร้ค่ามีความรู้สึกอ้างว้างและเคียดแค้น กล่าวโดยสรุป Maslow มีความเห็นว่าบุคคลต้องการความรักและความรู้สึกเป็นเจ้าของ และการขาดสิ่งนี้มักจะเป็นสาเหตุให้เกิดความข้องคับใจและทำให้เกิดปัญหาการปรับตัวไม่ได้ และความยินดีในพฤติกรรม หรือความเจ็บป่วยทางด้านจิตใจในลักษณะต่าง ๆ สิ่งที่ควรสังเกตประการหนึ่ง ก็คือมีบุคคลจำนวนมากที่มีความลำบากใจที่จะเปิดเผยตัวเองเมื่อมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกับเพศตรงข้ามเนื่องจากกลัวว่าจะถูกปฏิเสธความรู้สึกเช่นนี้

Maslow กล่าวว่าสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ในวัยเด็ก การได้รับความรักหรือการขาดความรักใน วัยเด็ก ย่อมมีผลกับการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะและการมีทัศนคติในเรื่องของความรัก Maslow เปรียบเทียบว่าความต้องการความรักก็เป็นเช่นเดียวกับบรรณยนต์ที่สร้างขึ้นมาโดยต้องการก๊าซหรือน้ำมัน นั่นเอง (Maslow, 1970)

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-Esteem needs) เมื่อความต้องการได้รับความรักและการให้ความรักแก่ผู้อื่นเป็นไปอย่างมีเหตุผลและทำให้บุคคล เกิดความพึงพอใจแล้ว พลังผลักดันในขั้นที่ 3 ก็จะลดลงและมีความต้องการในขั้นต่อไปมาแทนที่ กล่าวคือมนุษย์ต้องการที่จะได้รับความนับถือยกย่องออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from others)

4.1 ความต้องการนับถือตนเอง (Self-respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น และมีความเป็นอิสระ ทุกคนต้องการที่จะรู้สึกว่าเขามีคุณค่าและมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในงานภารกิจต่าง ๆ และมีชีวิตที่เด่นดัง

4.2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem from others) คือ ความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับยกย่อง ได้รับการยอมรับได้รับความสนใจ มีสถานภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ยอมรับยินดี มีความต้องการที่จะได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขากระทำซึ่งทำให้รู้สึกว่าเขาเองมีคุณค่าว่าความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง ก็เป็นเช่นเดียวกับธรรมชาติของลำดับขั้นในเรื่องความต้องการด้านแรงจูงใจตามทัศนะของ Maslow ในเรื่องอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นภายในจิตนั้นคือ บุคคลจะแสวงหาความต้องการได้รับการยกย่องก็เมื่อภายหลังจากความต้องการความรัก และความเป็นเจ้าของได้รับการตอบสนองความพึงพอใจของเขาแล้ว และ Maslow กล่าวว่ามันเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ที่บุคคลจะย้อนกลับจากระดับขั้นความต้องการในขั้นที่ 4 กลับไปสู่ระดับขั้นที่ 3 อีกถ้าความต้องการระดับขั้นที่ 3 ซึ่งบุคคลได้รับไว้แล้วนั้นถูกระทบกระเทือนหรือสูญสลายไปทันทีทันใด

ดังตัวอย่างที่ Maslow นำมาอ้างคือหญิงสาวคนหนึ่งซึ่งเธอคิดว่าการตอบสนองความต้องการความรักของเธอได้ดำเนินไปด้วยดี แล้วเธอจึงทุ่มเทและเอาใจใส่ในธุรกิจของเธอ และได้ประสบความสำเร็จเป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียงและอย่างไม่คาดฝันสามปีได้ผลจากเธอไป ในเหตุการณ์เช่นนี้ปรากฏว่าเธอวางมือจากธุรกิจต่าง ๆ ในการที่จะส่งเสริมให้เธอได้รับความยกย่องนับถือ และหันมาใช้ความพยายามที่จะเรียกรังสามปีให้กลับคืนมา ซึ่งการกระทำเช่นนี้ของเธอเป็นตัวอย่างของความต้องการความรักซึ่งครั้งหนึ่งเธอได้รับแล้ว และถ้าเธอได้รับความพึงพอใจในความรักโดยสามปีหวนกลับคืนมาเธอก็จะกลับไปเกี่ยวข้องในโลกธุรกิจอีกครั้งหนึ่ง ความพึงพอใจของความต้องการได้รับการยกย่องโดยทั่ว ๆ ไป เป็นความรู้สึกและทัศนคติของความเชื่อมั่นในตนเอง ความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า การมีพลังกำลัง การมีความสามารถ และความรู้สึกว่ามีชีวิตอยู่อย่างมีประโยชน์และเป็นบุคคลที่มีความจำเป็นต่อโลก

ในทางตรงกันข้ามการขาดความรู้สึกต่าง ๆ ดังกล่าวนี้ย่อมนำไปสู่ความรู้สึกและทัศนคติของปมด้อยและความรู้สึกไม่พอใจเพียง เกิดความรู้สึกอ่อนแอและ ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็น การรับรู้ตนเองในทาง นิเสธ (Negative) ซึ่งอาจก่อให้เกิด ความรู้สึกขลาดกลัวและรู้สึกว่าตนเองไม่มีประโยชน์และสิ้นหวังในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของชีวิต และประเมินตนเองต่ำกว่าชีวิตความเป็นอยู่กับการได้รับการยกย่อง และยอมรับจากผู้อื่นอย่างจริงจังมากกว่าการมีชื่อเสียงจากสถานภาพ หรือการได้รับการประจบประแจง การได้รับความนับถือยกย่อง เป็นผลมาจากความเพียรพยายามของบุคคล และความต้องการนี้อาจเกิดอันตรายขึ้นได้ถ้าบุคคลนั้นต้องการคำชมเชยจากผู้อื่นมากกว่าการยอมรับความจริงและเป็นที่ยอมรับกันว่าการได้รับความนับถือยกย่อง มี พื้นฐานจากการกระทำของบุคคลมากกว่าการควบคุมจากภายนอก

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs) ถึงลำดับขั้นสุดท้าย ถ้าความต้องการลำดับขั้นก่อน ๆ ได้ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้น Maslow อธิบายความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่าเป็นความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้รับอย่างเหมาะสมบุคคลที่ประสบผลสำเร็จในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของเขาและมีความปรารถนาที่จะปรับปรุงตนเอง พลังแรงขับของเขาจะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตน

กล่าวโดยสรุปการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคลที่จะบรรลุถึงจุดสูงสุดของศักยภาพ เช่น “นักดนตรีก็ต้องใช้ความสามารถทางด้านดนตรี ศิลปินก็ต้องวาดรูป กวีจะต้องเขียนโคลงกลอน ถ้าบุคคลเหล่านี้ได้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตน ตั้งไว้ก็เชื่อได้ว่าเขาเหล่านั้นเป็นคนที่รู้จักตนเองอย่างแท้จริง” Maslow (1970) ความต้องการที่จะเข้าใจ ตนเองอย่างแท้จริงจะดำเนินไปอย่างง่ายหรือเป็นไปได้โดยอัตโนมัติโดยความเป็นจริงแล้ว Maslow เชื่อว่าคนเรามักจะกลัวตัวเองในสิ่งเหล่านี้ “ด้านที่ดีที่สุดของเราความสามารถพิเศษของเรา สิ่งที่ดีงามที่สุดของเรา พลังความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์” Maslow (1962) ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงมิได้มี แต่เฉพาะในศิลปินเท่านั้น คนทั่ว ๆ ไป เช่น นักกีฬา นักเรียน หรือแม้แต่กรรมกรก็สามารถจะมีความเข้าใจ ตนเองอย่างแท้จริงได้ถ้าทุกคนสามารถทำในสิ่งที่ตนต้องการให้ดีที่สุด รูปแบบเฉพาะของการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงจะมีความแตกต่างกันอย่างกว้างขวางจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง กล่าวได้ว่ามันเป็นระดับความ ต้องการที่แสดงความแตกต่างระหว่างบุคคลอย่างยิ่งใหญ่ที่สุด

Maslow ได้ยกตัวอย่างของความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ในกรณีของนักศึกษาชื่อ Mark ซึ่งเขาได้ศึกษาวิชาบุคลิกภาพเป็นระยะเวลายาวนานเพื่อเตรียมตัวเป็นนักจิตวิทยาคลินิก นักทฤษฎีคนอื่น ๆ อาจจะอธิบายว่าทำไมเขาจึงเลือกอาชีพนี้ ตัวอย่าง เช่น Freud อาจกล่าวว่ามันสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับสิ่งที่เขาเก็บกด ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศไว้ตั้งแต่วัยเด็ก ขณะที่ Adler อาจมองว่ามันเป็นความพยายามเพื่อชดเชยความรู้สึกด้อยบางอย่างในวัยเด็ก Skinner อาจมองว่าเป็นผลจากการถูกวางเงื่อนไขของชีวิตในอดีต ขณะที่ Bandura สัมพันธ์เรื่องนี้กับตัวแปรต่าง ๆ ทางการเรียนรู้ทางสังคม และ Kelly อาจพิจารณาว่า Mark กำลังจะพุ่งตรงไปเพื่อที่จะเป็นบุคคลที่เขาต้องการจะเป็นตัวอย่างที่แสดงถึงการมุ่งตรงไปสู่เป้าประสงค์ใน อาชีพโดยความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงและถ้าจะพิจารณากรณีของ Mark ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ถ้า Mark ได้ผ่านกาเรียนวิชาจิตวิทยาจนครบหลักสูตรและได้เขียนวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกและในที่สุดก็ ได้รับปริญญาเอกทางจิตวิทยาคลินิก สิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ Mark ต่อไปก็คือเมื่อเขาสำเร็จการศึกษา

ดังกล่าวแล้วถ้ามีบุคคลหนึ่งได้เสนองานให้เขาในตำแหน่งตำรวจสืบสวน ซึ่งงานในหน้าที่นี้จะได้รับค่าตอบแทนอย่างสูงและได้รับผลประโยชน์พิเศษหลาย ๆ อย่างตลอดจนรับประกันการว่าจ้างและความมั่นคงสำหรับชีวิต เมื่อประสบเหตุการณ์เช่นนี้ Mark จะทำอย่างไร ถ้าคำตอบของเขาคือ “ตกลง” เขาก็จะย้อนกลับมาสู่ความต้องการระดับที่ 2 คือ ความต้องการความปลอดภัย สำหรับการวิเคราะห์ความเข้าใจ ตนเองอย่างแท้จริง Maslow กล่าวว่า “อะไรที่มนุษย์สามารถจะเป็นได้เขาจะต้องเป็นในสิ่งนั้น” เรื่องของ Mark เป็นตัวอย่างง่าย ๆ ว่าถ้าเขตกลงเป็นตำรวจสืบสวนเขาก็จะไม่มีโอกาสที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ทำไมทุกคนจึงไม่สัมฤทธิ์ผลในการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Why can't all people achieve Self-actualization) ตามความคิดของ Maslow ส่วนมากมนุษย์แม้จะไม่ใช้ทั้งหมดที่ต้องการแสวงหาเพื่อให้เกิด ความสมบูรณ์ภายในตน จากงานวิจัยของเขาทำให้ Maslow สรุปว่าการรู้ถึงศักยภาพของตนนั้นมาจากพลัง ตามธรรมชาติและจากความจำเป็นบังคับ ส่วนบุคคลที่มีพรสวรรค์มีจำนวนน้อยมากเพียง 1 เปอร์เซ็นต์ของประชากร

ที่ Maslow ประเมิน Maslow เชื่อว่าการนำศักยภาพของตนออกมาใช้ เป็นสิ่งที่ยากมาก บุคคลมักไม่รู้ว่า ตนเองมีความสามารถและไม่ทราบว่าศักยภาพนั้นจะได้รับการส่งเสริมได้อย่างไร มนุษย์ส่วนใหญ่ยังคงไม่ มั่นใจในตัวเองหรือไม่มั่นใจในความสามารถของตนจึงทำให้หมดโอกาสเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง และยังมีสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มาขัดขวางพัฒนาการทางด้านความต้องการของบุคคลดังนี้ อิทธิพลวัฒนธรรม ตัวอย่างหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของสังคมมีต่อการเข้าใจตนเอง คือ แบบพิมพ์ของวัฒนธรรม (Cultural stereotype) ซึ่งกำหนดว่าลักษณะเช่นไรที่แสดงความเป็นชาย (Masculine) และลักษณะใดที่ไม่ใช่ความเป็นชาย เช่น จิตพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความเมตตา กรุณา ความสุภาพและความอ่อนโยน สิ่งเหล่านี้วัฒนธรรมมีแนวโน้มที่จะพิจารณาว่า “ไม่ใช่ลักษณะของความเป็นชาย” (Unmasculine) หรือความเชื่อถือของวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ไม่มีคุณค่า เช่น ยึดถือว่าบทบาทของผู้หญิง ขึ้นอยู่กับจิตวิทยาพัฒนาการของผู้หญิง เป็นต้น การพิจารณาจากเกณฑ์ต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้เป็นเพียงการเข้าใจ “สภาพการณ์ที่ดี” มากกว่าเป็นเกณฑ์ของการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ประการสุดท้าย Maslow ได้สรุปว่าการไม่เข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเกิดจากความพยายามที่ไม่ถูกต้องของการแสวงหาความมั่นคงปลอดภัย เช่น การที่บุคคลสร้างความรู้สึกให้ผู้อื่นเกิดความพึงพอใจของตน โดยพยายามหลีกเลี่ยงหรือขจัดข้อผิดพลาดต่าง ๆ ของตน บุคคลเช่นนี้จึงมีแนวโน้มที่จะพิทักษ์

ความมั่นคง ปลอดภัยของตน โดยแสดงพฤติกรรมในอดีตที่เคยประสบผลสำเร็จ แสวงหาความอบอุ่น และสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่นซึ่งลักษณะเช่นนี้ย่อมขัดขวางวิถีทางที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

## ทฤษฎีกลยุทธ์ทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2550) ประกอบด้วยส่วนประกอบ 7 ประการ หรือ 7P's คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายผลิตภัณฑ์โดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่จ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) คือ ช่องทางหรือสถานที่ที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบ การขนส่ง การคลังสินค้า และสถานที่จำหน่ายสินค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อ สื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมทางการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No person selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือ หลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

5. บุคลากร (People) จะมองในส่วนของพนักงานในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการพูดจา มารยาท การแต่งกาย สีหน้า ท่าทางที่อ่อนน้อม

6. กระบวนการให้บริการ (Process) จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตของธุรกิจบริการ ซึ่งก็คือ กระบวนการ/ขั้นตอน/ประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า โดยคำนึงถึงความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพภายนอก (Physical Evidence) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่สัมผัสจับต้องได้ ของการให้บริการและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ของพื้นที่ให้บริการ ซึ่งจะมีผลต่อความประทับใจของลูกค้า เช่น การมีป้ายโฆษณาติดอยู่หน้าร้านในตำแหน่งที่โดดเด่น

การที่เลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการเพราะ จะนำมาใช้เกี่ยวกับการบริการให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจมากที่สุดโดย และเกิดความประทับใจจนมาบริการของร้านเป็นประจำ โดยทั้ง 7P นี้จะนำมาใช้และปรับปรุงให้เหมาะสมกับร้านบริการที่ทำ

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ โดยที่เราสามารถแบ่งปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรม ของผู้บริโภค ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยภายใน (Internal factors) ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิด และการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบ ต่าง ๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะคติ การรับรู้

1. ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desires) ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่า ความต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจขึ้น บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้นๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market concepts)

2. แรงจูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่รุนแรง เขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ใส่ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใด ๆ แต่หากปัญหานั้น ๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้นๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่ต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

3. บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่าง ๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบใน การสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออก หรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็นที่มีความเป็นตัวเองสูง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

4. ทักษะคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทักษะคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ดังนั้นเมื่อเราต้องการให้บุคคลใด ๆ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทักษะคติของเขาก่อน แต่ในความเป็นจริงทักษะคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้นการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลา ดำเนินการที่ยาวนาน

5. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อนโดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

6. การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้ แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างจะคงที่ ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้ ปัจจัยภายนอก (External factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมี อิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

6.1 สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (Purchasing power) ของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

6.2 ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่น ๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำ (Habits) ของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

6.3 สังคม (Social) กลุ่มสังคมรอบ ๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นในทิศทางเดียวกัน เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social values) และความเชื่อ (Believes) ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

6.4 วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิธีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับปฏิบัติ เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behaviors) จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้วัตถุหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

6.5 การติดต่อธุรกิจ (Business contact) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อย ๆ ก็จะมี ความคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็นได้รู้จัก สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ (Exposure) มากเท่าใดก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้นก่อให้เกิดความรัก

6.6 สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ El Ninyo และ La Nina เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

**ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของการบริการ**

### แนวคิดการจัดการคุณภาพของการบริการ

Lovelock (ธีระกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547) ได้ให้ความหมายการจัดการคุณภาพของการบริการ คือ ปัญหาที่มักจะเกิดขึ้นอยู่เสมอในการให้บริการโดยทั่วไปก็คือ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการ ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากการที่นำเสนอการบริการของกิจการที่ลูกค้ารับรู้ ไม่ตรงกับการบริการ ที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งเราเรียกปัญหานี้ว่า “ช่องว่างของคุณภาพ” (Quality gap) ซึ่งช่องว่างนี้เป็นสาเหตุที่ทำให้การบริการลูกค้าไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นความสำเร็จของกิจการบริการ โดยทั่วไปจึงอยู่ที่ “การจัดการคุณภาพของการบริการ” (Service quality gap)

การศึกษาช่องว่างของคุณภาพบริการ (The service quality gap) หมายถึง การค้นหาสาเหตุที่ทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถทราบสาเหตุที่แท้จริง ปัญหาการบริการ และแนวทางที่ถูกต้องในการแก้ไขปัญหา ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล Parasuraman and et. al. (ธีระกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547) ได้เสนอแนวคิดว่าความล้มเหลวของการบริการโดยทั่วไปมักจะเกิดจากสาเหตุที่สำคัญ 5 ประการ

ช่องว่างที่ 1 ฝ่ายบริหารไม่รู้ถึงความคาดหวังที่แท้จริงของลูกค้า

ช่องว่างที่ 2 มาตรฐานคุณภาพของการให้บริการที่บริษัทกำหนดขึ้นไม่ตรงกับความคาดหวัง

ช่องว่างที่ 3 การให้บริการของพนักงานไม่เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ (Service quality specifications) ที่บริษัทได้กำหนดไว้

ช่องว่างที่ 4 บริการที่นำเสนอให้กับลูกค้าไม่เป็นไปตามที่ได้ให้สัญญากับลูกค้าไว้

ช่องว่างที่ 5 บริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived service) หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected service)

ผู้วิจัยกลุ่มเดียวกันพบว่ามีการวิจัยกำหนดคุณภาพการบริการ 5 ชนิด เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการตามพันธะสัญญาอย่างถูกต้องและไว้วางใจได้ เช่น ระยะเวลาในการจัดส่งพัสดุจะต้องตรงตามเวลาที่ระบุไว้

2. การตอบสนอง (Responsiveness) ความเต็มใจช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการโดยฉับพลัน เช่น การได้รับบริการจากพนักงานที่รวดเร็ว ไม่มีข้อผิดพลาด

3. การสร้างความเชื่อมั่น (Assurance) พนักงานมีความรู้ อธิบายดี และสามารถในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์และความเชื่อมั่น

4. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การให้ความเอาใจใส่และสนใจดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคลเมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการต่างๆ พนักงานสามารถให้การช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาได้

5. สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) คุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสารที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์และเครื่องมืออำนวยความสะดวกต่าง ๆ

การลดช่องว่างของคุณภาพการบริการ (Closing the service quality gap) หมายถึง การหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการแนวทางที่ถูกต้องในการแก้ปัญหาดังกล่าวนั้น จะมาจากการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในการให้บริการทั้ง 5 สาเหตุดังกล่าวนั่นเอง เพื่อช่วยลดปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

### ทฤษฎีการพัฒนา



การพัฒนาประเทศนั้นจะต้องมีกรอบแนวคิดทฤษฎีเป็นแนวทางในการพัฒนา ทฤษฎีการพัฒนาที่สำคัญมี 3 ทฤษฎี (ปกรณัม ปรียากร. ม.ป.ป.) คือ ทฤษฎีภาวะทันสมัย (Modernization theory) ทฤษฎีพึ่งพา (Dependency theory) ทฤษฎีความจำเป็นพื้นฐาน (Basic needs theory)

### ทฤษฎีภาวะทันสมัย (Modernization theory)

ทฤษฎีนี้อาศัยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก (Neo-classic theory) และทฤษฎีสังคมศาสตร์ของอเมริกันมาประยุกต์เป็นกรอบการวิเคราะห์ปัญหา ซึ่งจุดเน้นของแนวคิดทฤษฎีนี้ คือ การที่จะพัฒนาประเทศให้ทันสมัยนั้นต้องมีการดำเนินไปในทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม การเมือง ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ของคนในสังคมจะขาดด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ เพราะแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันตลอดจนส่งผลซึ่งกันและกัน

ทฤษฎีภาวะทันสมัย เน้นในเรื่องต่อไปนี้ คือ

1. เน้นการสร้างความเร็วเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยอุตสาหกรรมเป็นตัวนำในการพัฒนา
2. เน้นบทบาทของรัฐในการวางแผนจากส่วนกลาง (Top-down planning)
3. เน้นพัฒนาสังคมเมือง (Urbanization) โดยสร้างสังคมเมืองให้ทันสมัย
4. เน้นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งนี้เพราะทฤษฎีนี้เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรม
5. เน้นการใช้ทุนเข้มข้นจากภายนอกประเทศ

### ทฤษฎีพึ่งพา (Dependency theory)

ทฤษฎีนี้เกิดจากปัญหาความด้อยพัฒนาในกลุ่มประเทศละตินอเมริกา โดยเป็นการศึกษาถึงปัญหารากเหง้าของความด้อยพัฒนาในประเทศโลกที่สาม โดยมีขอบข่ายที่ครอบคลุมถึงการพัฒนาแบบพึ่งพา (Self-dependency) ชาตินิยม (Nationalism) โครงสร้างนิยม (Structuralism) และพัฒนานิยม (Developmentalism) แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ต่อต้าน ลัทธิจักรวรรดินิยม (Imperialism) ซึ่งนักพัฒนาของประเทศด้อยพัฒนา และประเทศที่มีความเจริญแล้วต่างก็พยายามหาความหลุดพ้นจากสภาพความด้อยพัฒนา โดยการปรับปรุงโครงสร้าง ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การเมืองระหว่างประเทศที่พัฒนา และประเทศที่ด้อยพัฒนา การปรับปรุง ความสัมพันธ์ทางการผลิตเพื่อเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงทางคุณภาพของเศรษฐกิจและสังคม ใหม่ Frank, Cardoso , Doossantos ได้เสนอแนวคิดทฤษฎีพึ่งพาเอาไว้ ดังนี้ คือ

1. ถ้าพัฒนาตามทฤษฎีภาวะทันสมัย ประเทศตะวันตกที่เจริญจะเป็นศูนย์กลางทุกอย่าง ในขณะที่ประเทศด้อยพัฒนาจะเป็นบริวาร หรือต้องพึ่งพาทันทีอยู่ตลอดเวลา
2. ควรมีการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และสังคมเสียใหม่ เพื่อที่จะนำไปสู่การกระจายผลของการพัฒนาอย่างเป็นธรรม
3. กระบวนการที่สามารถกระทำได้คือ การลดการพึ่งพาทันทีจากภายนอก และการที่ประเทศพยายามเพิ่มขีดความสามารถในการพึ่งตนเองให้มากขึ้น

### ทฤษฎีความจำเป็นพื้นฐาน (Basic needs theory)

เกิดจากแนวคิดของนักวิชาการกลุ่ม องค์การกรรมระหว่างประเทศ (ILO = International Labour Organization) และนักเศรษฐศาสตร์ เช่น ดัดเลย์ ซีเยร์, (Duley Seer) พอล สตรีทเทิน (Paul Streeten), กุนนาร์ ไมด์ดัล (Gunnar Myrdal) ซึ่งเรียกร้องให้มีการดำเนินการวิเคราะห์เพื่อกำหนดเงื่อนไขทางสังคม และการจัดเตรียมสถาบันต่าง ๆ ก่อนการพัฒนา ตามทฤษฎีนี้แนวทางการพัฒนามาจากกรอบความคิดในการวางแผนจากส่วนกลาง ไปสู่การวางแผนจากระดับล่าง (Bottom-up planning) ตามความต้องการ ความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประเทศจุดเน้นสำคัญของทฤษฎีความจำเป็นพื้นฐาน คือ

1. เน้นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการที่จำเป็นพื้นฐานของประชาชน
2. เน้นการกระจายอำนาจ (Decentralization) และความเจริญไปยังพื้นที่เป้าหมายทั่วถึง
3. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรม และพื้นที่ชนบทมาก
4. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (Appropriate technology)
5. เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต (Quality of life) ของประเทศ
6. เน้นการพัฒนาทุก ๆ ด้านไปพร้อม ๆ กันแบบบูรณาการ (Integration) ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การบริหาร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
7. สนับสนุนการใช้แรงงาน และทุนภายในประเทศ (Labour & Capital)
8. เน้นการมีส่วนร่วม (Participation) ของประชาชนในชุมชน

### ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด จะต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด ถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลง การซื้อ การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารหายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่า กลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด ซึ่งจะขอกเล่าเป็นตอน ๆ ดังนี้

#### ความหมายและประเภทของผู้บริโภค

##### ความหมายของผู้บริโภค

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุปัญญา ไชยชาญ (2550) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สนวนพลู (2552) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือ บริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนภุต วันตะเมธ (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค

ชูชัย สมितिไกร (2554) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ปณิศา มีจินดา (2553) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้อง กับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผล ในสินค้าหรือบริการ จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคนี้ สามารถแยก ได้ดังนี้

มีการแสดงกิริยาอาการของบุคคล ด้วยการเดินทางไปจับจ่ายหาซื้อและใช้สินค้าหรือบริการตาม ความต้องการของบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การพิสูจน์ความต้องการ การตรวจสอบ การแสวงหาข่าวสาร การจับจ่าย และการพูดคุยเพื่อค้นหาคำยืนยัน

บุคคลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นครอบครัวแม่บ้าน หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้บุคคลอื่น

กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมิ 3 รูปแบบ

พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อม ภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของ ผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้ พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัย ภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรม เพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

สุปัญญา ไชยชาญ (2550) ให้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า อาการที่แสดงออกในการซื้อ ของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการซื้อแบบเป็นปกติกิจ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่จะต้องซื้อถี่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทั่วไป มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวางจำหน่ายทั่วไป ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อโดยไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด

พฤติกรรมการซื้อแล้วลดความกังวลใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภค รู้จักดี และรู้ว่ามี ความแตกต่างระหว่างตรา ยี่ห้อ น้อยมาก แต่ผู้บริโภคก็ยังคงตัดสินใจได้ยากในการซื้อ เพราะเป็นประเภทที่มีราคาและ ความเสี่ยงสูง มีการซื้อเป็นครั้งคราว

พฤติกรรมการซื้อแบบซับซ้อน (Complex buying behavior) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผู้บริโภคมีความ ค่อนข้าง มีราคาสูง มีความเสี่ยงสูง แต่มีความถี่ในการซื้อต่ำมาก บางครั้งมีการซื้อเพียงครั้งเดียวตลอดอายุ ของผู้บริโภค ก่อนการลงมือซื้อผู้บริโภคต้องเสาะแสวงหาสารสนเทศ เพิ่มเติมอีกจำนวนมากเกี่ยวกับ ประเภทและตราผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น บริโภคที่จะลงมือซื้อ เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมาใช้ เป็นต้น

พฤติกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคบางกลุ่มเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความ ยุ่งยากน้อย ก็ยังถือว่าตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ ไม่อยากซื้อตราเดิม พฤติกรรมการซื้อจึงมี การเปลี่ยนเป็นตราใหม่เสมอ ๆ เพราะอยากหลุดพ้นจากความจำเจ ซ้ำซากอยากลองของใหม่

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ “การแสดงอาการที่เป็น กระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การประเมินผลสินค้าหรือบริการ จากการได้มาตามความต้องการ และคาดหวังของผู้บริโภค” โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### **ประเภทของผู้บริโภค สามารถจำแนกได้ 4 กลุ่มดังนี้**

1. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและองค์กร
  - 1.1 ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลมักจะซื้อสินค้าไปใช้ในครัวเรือนของเขา เช่น ซื้อแปรง สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก หรือซื้อไปเป็นของขวัญให้กับคนรัก การซื้อและใช้นี้ต้องเป็นบุคคลสุดท้าย มิได้นำไปผลิตหรือขายต่อ
  - 1.2 องค์กรในที่นี้คือ นิติบุคคลที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหากำไร หรือไม่แสวงหากำไร จัดซื้อสินค้าหรือบริการไว้ใช้ในกิจการของตนเอง
2. ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง ผู้บริโภคที่มีศักยภาพและผู้บริโภคที่ไม่แท้จริง
  - 2.1 ผู้บริโภคที่เป็นบุคคลที่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าใด ร้านค้าหนึ่งเป็นประจำสม่ำเสมอ
  - 2.2 ผู้บริโภคมีศักยภาพในการซื้อ หมายถึง บุคคลที่พร้อมจะซื้อสินค้าหรือบริการแต่ยังได้รับการจูงใจหรือข้อมูลในสินค้าหรือบริการยังไม่เพียงพอ
  - 2.3 ผู้บริโภคไม่แท้จริง หมายถึง บุคคลที่ไม่มีความต้องการในสินค้าหรือบริการ ทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต
3. ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรมและเป็นครัวเรือน
  - 3.1 ผู้บริโภคที่เป็นอุตสาหกรรม หมายถึง ธุรกิจที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปขายต่อหรือผลิตต่อ อีกทอดหนึ่งประกอบด้วยพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนจัดจำหน่ายหรือเป็นหน่วยงานรัฐบาล ธุรกิจที่ผลิต ต่อประกอบด้วย โรงงานอุตสาหกรรม งานเกษตรกรรม ซื้อวัตถุดิบนำไปผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปอีกทอด
  - 3.2 ผู้บริโภคที่เป็นครัวเรือน หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจซื้อสินค้าหรือบริการไว้ให้สมาชิก ในครอบครัวใช้ เช่น แม่บ้าน

4. ผู้บริโภคที่ เป็นผู้คาดหวัง ในที่นี้คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่นักการตลาดต้อง การจะเข้าถึง ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยหลายประการที่สอดคล้องกับสินค้าของเขา

ลักษณะการประเมินการซื้อ การแลกเปลี่ยนทรัพยากรของผู้บริโภค

ลักษณะการประเมินการซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่นักการตลาดต้องประเมินในที่นี้คือ พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีพื้นฐานอยู่ 5 ข้อดังนี้

1. ผู้บริโภคจะซื้อหรือไม่ซื้อ ก่อนทำการผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการ นักธุรกิจต้องสำรวจ ตลาดก่อนว่าผู้บริโภคต้องการมากน้อยเพียงใดก่อนผลิต การจัดจำหน่ายต้องสร้างแรงกระตุ้นในการซื้อ ทั้งนี้ อาจใช้การโฆษณาถึงเหตุผลของความจำเป็นต้องใช้ คุณภาพและราคาเหมาะสมมากน้อยเพียงใด สินค้าที่ เสนอควรเป็นสินค้าหรือบริการที่เฉพาะตัวของลูกค้าเท่านั้นจะช่วยกระตุ้นได้

2. ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการอะไร นักการตลาดจะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ทราบถึงปัญหา ความต้องการให้แน่ชัดว่าคืออะไร พร้อมกับผลิตหรือสรรหาสินค้าหรือบริการ มาเสนอขายให้เพื่อใช้แก้ไขปัญหาคือตอบสนองความต้องการนั้น ๆ สิ่งที่นักการตลาดต้องการทำคือ สร้างความพึงพอใจและผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับให้มากที่สุด

3. ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการจากที่ไหน นักการตลาดต้องทราบพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละ ประเภท มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอย่างไร โดยทั่วไปผู้บริโภคจะหาซื้อสินค้า Convenience goods ในบริเวณใกล้ที่พักอาศัย สินค้า Shopping goods ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบในคุณภาพ ราคา ก่อนตัดสินใจซื้อ นักการตลาดควรตั้งร้านค้าอยู่ใกล้ ๆ กันเป็นกลุ่ม ส่วนสินค้า Special goods นักการตลาดควรเน้นที่ความ หายากหรือมีลักษณะที่พิเศษไปจากสินค้าอื่นๆ โดยทั่วๆ ไป จนผู้บริโภคยอมเสียเวลาแสวงหาสถานที่ซื้อ

4. ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการเมื่อไร สิ่งที่นักการตลาดจะต้องตัดสินใจให้ได้ว่า สินค้าที่ขาย อยู่ผู้บริโภคซื้อและใช้เมื่อไร ทั้งนี้อาจเป็นเทศกาล ฤดูกาล และตามโอกาสซื้อ

5. ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการโดยวิธีใด การซื้อสินค้าของผู้บริโภคมักขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ ความสะดวกสบาย ความใหม่สดในสินค้า เช่น สภาพเศรษฐกิจไม่ดี ผู้บริโภคมักซื้อด้วยเงินผ่อนมากกว่า เงินสด ส่วนความสะดวกสบายผู้บริโภคมักซื้อสินค้าด้วยเงินสด และซื้อในปริมาณมาก ๆ เพื่อให้ได้ส่วนลด และประหยัดค่าขนส่ง อีกทั้งไม่ต้องทำสัญญาให้ยุ่งยาก การซื้อเพื่อ ให้ได้ของใหม่สดมักซื้อจากแหล่งผลิต โดยตรง อีกทั้งราคามักจะถูกกว่าผ่านพ่อค้าคนกลางอีกด้วย

การแลกเปลี่ยนทรัพยากรของผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนเกิดจากนักธุรกิจต้องการจะขายสินค้า หรือบริการของตน ส่วนผู้บริโภคก็ต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อมาใช้แก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคเอง การแลกเปลี่ยนของผู้บริโภคไม่ใช่ใช้เงินเพียงแต่อย่างเดียว แต่จะใช้เวลา ความรู้ความเข้าใจ ดังต่อไปนี้

1. เงินที่นำมาใช้จ่าย เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคนี้ รวมถึงรายได้ ทรัพย์สินสมบัติ เครดิต ความมั่นใจในรายได้ของผู้บริโภคด้วย ดังต่อไปนี้

1.1 ความมั่นใจในรายได้ของผู้บริโภค เกิดจากความคาดหวังในรายได้อันมาจากความมั่นคง ในอาชีพ

1.2 รายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค ถ้ามีรายได้มากต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก มากขึ้น และถ้ามีรายได้น้อยผู้บริโภคต้องการเฉพาะสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น

1.3 ทรัพย์สินสมบัติ เกิดจากทรัพย์สิน หักด้วยหนี้สินทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นทรัพย์สินสมบัติ สามารถนำไปใช้จ่ายในการแสวงหาดอกเบี้ย หรือใช้จ่ายไปกับเครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์การบันเทิง การท่องเที่ยว การใช้จ่ายประเภทนี้จะมีมากกว่าบุคคลที่มีฐานะต่ำกว่า

1.4 เครดิต เป็นหลักฐานที่เชื่อถือได้ที่ใช้ทางการเงิน มักประกอบด้วยความเสี่ยง มีเกียรติยศ มีบุณยบารมี มีตำแหน่งที่สูงศักดิ์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถนำมาใช้ในการซื้อหาสินค้า หรือบริการได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ เครดิตจึงมีต้นทุนที่จะต้องนำมาหักกับทรัพย์สิน

2. เวลา มีความสำคัญต่อการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้เพราะเวลาส่วนใหญ่ของผู้บริโภคต้องไปใช้กับการทำงาน การเดินทาง ในครอบครัวปัจจุบันสมาชิกทั้งครอบครัวต้องออกไปทำงาน การมีเวลาใช้จ่ายใช้สอยก็ลดลงตามไปด้วย ถ้าพิจารณาเรื่องเวลาแล้ว สามารถวิเคราะห์ได้ว่าบุคคลต้องใช้เวลากับการทำงาน การนอน การพักผ่อน เช่น การดูหนังฟังเพลง ท่องเที่ยว ฯลฯ การใช้ชีวิตนี้เรียกว่า การดำเนินชีวิตของมนุษย์ Life style ปัจจุบันค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้บริโภคต้องทำงานมากขึ้น เวลาพักผ่อนจึงน้อยลง นักธุรกิจจึงหาโอกาสขายสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาสั้น ๆ ด้วยการปรับกลยุทธ์การให้ข่าวสารหรือการโฆษณา ให้เป็นเสมือนการให้ความบันเทิงแก่ผู้บริโภคไปในตัวด้วย สินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการซื้อประกอบด้วย

2.1 ใช้เวลามากหรือใช้ตลอดเวลา กับการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ส่วนใหญ่เป็นการซื้อบริการเพื่อการพักผ่อนมากกว่า เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นกีฬา ท่องเที่ยว ฯลฯ มักเป็นไปตามความพึงพอใจของผู้บริโภคแต่ละบุคคล

2.2 ใช้เวลาน้อยกับการซื้อสินค้า เพื่อเพิ่มเวลาพักผ่อนของผู้บริโภคมากขึ้น ด้วยการซื้อสินค้าจากพนักงานขายที่ขายตามบ้าน ขายทางอินเทอร์เน็ต ขายทางจดหมายขาย หรือซื้อสินค้าที่อยู่ใกล้บ้าน

3. ความรู้ความเข้าใจ มักเกี่ยวข้องกับข่าวสารของผู้บริโภคที่เก็บไว้ในความทรงจำ หรือความเข้าใจที่บรรจุไว้ในความทรงจำ ความรู้จึงประกอบด้วยข้อเท็จจริงกับความเข้าใจที่จะนำข้อเท็จจริงไปใช้ ข้อเท็จจริงเกิดจากความเชื่อของบุคคลในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น เชื่อว่าคนที่มีการศึกษาสูงต้องเป็นคนดีจากความเชื่อนี้ นักการตลาด นำไปใช้กับผู้บริโภคด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ภาพพจน์ของสินค้าหรือบริการ ความเชื่อ (Beliefs) ของผู้บริโภคเป็นตัวกำหนดภาพพจน์ของกิจการและสินค้า นักการตลาดจะวางตำแหน่งสินค้าหรือบริการ มักทำการตรวจสอบความเชื่อของผู้บริโภค เป็นไปตามการวางตำแหน่งสินค้าหรือบริการของกิจการหรือไม่ การตรวจสอบมักตรวจสอบความรู้ในด้านคุณสมบัติทางวัตถุของผู้บริโภค การตรวจสอบและให้ผู้บริโภคเป็นผู้ตอบแบบสอบถามในคุณสมบัติที่ผู้บริโภคสนใจ ทั้งนี้อาจเป็นการตรวจสอบการให้บริการหรือเกี่ยวกับตัวสินค้าก็ได้

3.2 วิเคราะห์ความรู้ตัวของผู้บริโภค โดยการสอบถามถึงการให้ผู้บริโภคหวนระลึกถึงสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ใดสิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคจำได้ เช่น ขอให้ท่านช่วยระบุตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันของท่านมีอะไรบ้าง

3.3 วิเคราะห์การนึกเห็นภาพสินค้าผิดของผู้บริโภคเป็นการค้นหาข้อบกพร่องของกิจการในการให้ข่าวสารข้อมูล จนทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ที่ผิดไปจากข้อเท็จจริง โดยหาทางแก้ไขเพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

3.4 การวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและราคาของผู้บริโภคดังกล่าวมาแล้วว่าความรู้ความเชื่อกับภาพพจน์ของสินค้าหรือบริการ มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ความรู้ที่นักการตลาดควรตรวจสอบ คือ คำศัพท์ที่เกี่ยวกับ สินค้า ตรายี่ห้อ ลักษณะจำพวก ขนาด และราคาของสินค้า โดยเฉพาะการตัดสินใจที่จะใช้ราคาแบบใดนั้น จะมีผลต่อเมื่อผู้บริโภคมีความรู้เรื่องราคาของสินค้านั้น ๆ เป็นอย่างดี การเปลี่ยนแปลงราคาของนักการตลาดจึงจะเกิดผล

3.5 วิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการซื้อสินค้าของผู้บริโภค นักการตลาดจะต้องทราบว่าผู้บริโภคของตนซื้อสินค้าหรือบริการที่ไหนและซื้อเมื่อใด ทั้งนี้กิจการจะได้วางแผนในการหาทำเลที่ตั้งจำหน่ายสินค้าได้ หรือสามารถกำหนดการส่งเสริมการตลาดได้ ในช่วงที่มีการซื้อกันมาก ๆ เช่น ในช่วงเทศกาลหรือฤดูกาล

3.6 วิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับการใช้สินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ความรู้ที่นักการตลาดควรทราบ คือ ใช้สินค้าอย่างไร มีอุปกรณ์เสริมอะไรบ้าง ที่จะทำให้สินค้าทำงานได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น การมีความรู้จึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งมีลักษณะดังนี้

1) ผู้บริโภคจะไม่เห็นความสำคัญ หรือไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีความรู้ไม่เพียงพอหรือขาดข่าวสารที่สำคัญ

2) ผู้บริโภคจะไม่ซื้อสินค้าที่มีข่าวสารไม่ครบถ้วนบริบูรณ์ ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจซื้อใน 2 ข้อ ดังกล่าวจะมีความเสี่ยงเกิดขึ้นนั่นเอง

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับศาสตร์อื่น ๆ ดังนี้

1. จิตวิทยา เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ ทักษะคิด บุคลิกภาพ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้นักการตลาดนำมาใช้สร้างความต้องการให้เกิดขึ้นในสินค้าหรือบริการของตนเองในอนาคต

2. เศรษฐศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการใช้จ่าย การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

3. มานุษยวิทยา เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันเป็นสังคม มีการเลียนแบบ มีค่านิยม มีวัฒนธรรมสืบทอดจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

4. สังคมวิทยา เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างของครอบครัว อิทธิพลของสมาชิกภายในกลุ่มชั้นทางสังคม

5. จิตวิทยาสังคม เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลภายในกลุ่มเป็นอย่างไร ได้รับอิทธิพลจากใคร เช่น ผู้นำทางความคิด ผู้ที่ได้รับการยกย่องนับถือ

ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค มีลักษณะดังนี้

1. เกิดจากการจูงใจ การแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค มักมีจุดมุ่งหมาย คือ ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของตนเอง เช่น แรงจูงใจเกิดจากความสะดวกสบายในการเดินทางไปทำงานด้วยการซื้อรถยนต์นั่ง จะแสดงพฤติกรรมด้วยการขยันทำงานเก็บเงินหรือสรรหาแหล่งเงินผ่อนมาซื้อ เพื่อให้ได้สิ่งของที่ต้องการ ลักษณะการแสดงพฤติกรรมอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้

1.1 ทำหน้าที่ให้เสร็จ เช่น ต้องการซื้อช่อดอกไม้เพื่อแสดงความยินดีเมื่อเพื่อนสำเร็จการศึกษา หรือซื้อสิ่งของบำรุงสุขภาพให้คนไข้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นห่วงเป็นใยเมื่อไปเยี่ยม

1.2 มีจุดมุ่งหมายมากกว่าหนึ่ง เช่น ต้องการซื้อรถยนต์ต่อเนกประสงค์ที่สามารถปรับเป็นห้องสำนักงานและใช้บรรทุกสิ่งของได้ หรือต้องการเครื่องปั้นอาหารที่สามารถใช้ได้หลาย ๆ ลักษณะ

1.3 มีจุดมุ่งหมายสลับซับซ้อน เช่น นักศึกษาต้องการขอเงินผู้ปกครองไปเที่ยวด้วยการช่วยผู้ปกครองทำงานบ้านแทน เพื่อให้ผู้ปกครองเห็นใจและยินดีจ่ายเงินให้หรือ ร้านค้าหาบเร่แผงลอยยอมจ่ายเงินค่าคุ้มครอง เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำมาหากิน

2. เกิดจากบทบาทของผู้บริโภคในหลาย ๆ ลักษณะดังนี้

2.1 เป็นผู้ซื้อ ในที่นี้อาจซื้อจากคำสั่งจากคนอื่น หรือซื้อเพื่อใช้เอง หรือซื้อเพื่อใช้เป็นของขวัญให้แก่คนรัก

2.2 เป็นผู้ใช้ ในที่นี้คือมีบุคคลอื่นซื้อมาให้ เช่น พ่อ-แม่ ซื้อของมาให้ลูกใช้ ซึ่งผู้ใช้อาจไม่มีอำนาจซื้อก็ได้

2.3 ผู้ริเริ่ม คือ ผู้สร้างแนวคิดในสินค้าหรือบริการให้ตลาดยอมรับ โดยให้คำแนะนำหรือทำให้เกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.4 ผู้นำหรือผู้มีอิทธิพลในการชักจูงใจให้มีการตัดสินใจซื้อ คือ ผู้มีอำนาจหรือมีอิทธิพลจูงใจให้ผู้อื่นได้ปฏิบัติในการซื้อตามผู้นำ โดยการแนะนำหรือใช้ข้อความข่าวสาร หรือสร้างแรงกระตุ้นชักจูงให้ปฏิบัติตามกลุ่มมีการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.5 ผู้ตัดสินใจซื้อในระบบครอบครัว ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ในบ้านมักเป็นแม่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้ในครัว ของใช้สำหรับเด็กเล็กหรือแม้แต่เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายของพ่อบ้านด้วย ก็มีแต่ถ้าเป็นสินค้าใหญ่ๆ ราคาแพง

3. เกิดจากกิจกรรมหลายอย่างจากการซื้อดังนี้

เกิดความสนใจจากการดูภาพยนตร์โฆษณา หรือการจัดแสดงสินค้า หรือเพื่อนแนะนำให้ซื้อ และใช้สรรหาข้อมูลจากการเยี่ยมชมร้านค้าด้วยการพูดคุย หรืออภิปรายกับพนักงานขายในร้านค้า หรือพูดคุยในครอบครัว หรืออภิปรายกับเพื่อน ๆ ประเมินทางเลือกโดยตอบปัญหาในหัวข้อต่อไปนี้ คือ ซื้อสินค้าอะไร ที่ไหน เมื่อใด วิธีใด ใช้ตราอะไร สินค้าชนิดไหน จากผู้ขายรายใด และต้องจ่ายเงินอย่างไร

ตัดสินใจซื้อด้วยการตกลงในรายละเอียดต่าง ๆ เช่น การชำระเงิน สถานที่ส่งมอบสินค้าหรือบริการ ปฏิบัติหลังการซื้อ ทดลองใช้สินค้า จัดการเกี่ยวกับที่เก็บรักษาสินค้า การบำรุงรักษา จัดการเตรียมซื้อในครั้งต่อไป การจัดการกับขยะมูลฝอยที่เกิดจากการใช้สินค้า

4. เกิดจากปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อให้ง่ายขึ้น ดังนี้

4.1 เลือกสินค้าหรือบริการที่น่าพอใจมากกว่าเลือกสิ่งที่ดีที่สุด

4.2 เชื่อในคำแนะนำในการซื้อสินค้าหรือบริการจากศูนย์อิทธิพล

4.3 เชื่อถือในตรายี่ห้อหรือชื่อสตัยในการซื้อสินค้าหรือบริการ

5. เกิดจากความแตกต่างระหว่างบุคคล บุคคลแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ลักษณะ เช่น บุคลิกภาพ วิธีการดำเนินชีวิต สถานภาพ เพศ อายุ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันด้วย เช่น บุคคลที่มีความทะเยอทะยานจะใฝ่หาความสะดวกสบาย ที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมากกว่าบุคคลอื่น ๆ

6. เกิดจากการลงทุน การตัดสินใจของผู้บริโภคมีลักษณะคล้าย ๆ กับนักธุรกิจ คือ มีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหาผลประโยชน์จากการลงทุน ดังนี้

6.1 ลักษณะการลงทุนจากการซื้อประกอบด้วย

1) ต้องใช้เวลาในการเสาะแสวงหาสินค้าที่ต้องกา ต้องใช้แรงกายในการเดินทาง



2) ต้องการให้สังคมรับรู้ว่าคุณซื้อสินค้าจากร้านที่มีระดับ เช่น ซื้อสินค้าในร้านค้าที่มีชื่อเสียงมากกว่าร้านหาบเร่แผงลอย ราคาแพงกว่าทั้ง ๆ ที่สินค้าเหมือนกัน

3) ต้องใช้จิตใจ เช่น ความอดทนในการเดินทาง ความอดทนในการเสาะแสวงหา ความอดทนในการรอคอยสินค้า

#### 6.2 มีวัตถุประสงค์มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ ดังนี้

- 1) ความพึงพอใจที่ได้รับสูงสุดจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ
- 2) คุ่มค่า คุ่มราคาจากการตัดสินใจซื้อ
- 3) ความสะดวกสบายหลังจากใช้สินค้า หรือพึงพอใจมากกว่าที่คาดหวัง
- 4) ได้รับการยกย่องนับถือจากสังคม จากการเลือกซื้อสินค้าให้ห้างที่มีความหรูหราและมีระดับการลงทุนในภาคธุรกิจอาจมีการขาดทุนได้ คือ ลงทุนไปแล้วแต่ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนไม่คุ้มค่า การบริโภคของผู้บริโภคก็เหมือนกัน อาจได้รับการขาดทุนในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

(1) ซื้อสินค้าหรือบริการมาแล้วได้ประโยชน์น้อย หรือไม่ได้ประโยชน์เลย ทำให้เสียเงินโดยเปล่าประโยชน์

(2) ได้รับความอันตรายจากการใช้สินค้าหรือบริการ เช่น มีสารพิษตกค้างในร่างกายจากการบริโภคสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ยากต่อการทำลาย หรือเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

(3) ได้รับการประณามจากสังคม หรือถูกสังคมเหยียดหยามจากการใช้สินค้า หรือบริการ เช่น การซื้อยาเสพติด หรือซื้อบริการทางเพศกับเด็ก ๆ

(4) เกิดความวิตกกังวลในการใช้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เช่น ซื้อบ้านมาหลังหนึ่งมาอยู่ ภายหลังว่าโครงสร้างฐานที่เป็นเสาเข็มไม่มีคุณภาพ ต้องวิตกกังวลกลัวว่าหลังคาจะหล่นมาทับเมื่อไรก็ตามเมื่อนั้น

#### ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวคิดที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ความหมายของการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทาง จิตวิทยาเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการ บริหาร ความคิดเห็นถูกรับฟังและนำไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาเครือข่าย และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมี ความรู้สึกเป็นเจ้าของงานนั้น ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุดโดย มีผู้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ไว้ดังนี้

Cohen and Uphoff (1980) ได้จำแนกการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน คือการมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการวางแผน เป็นขั้นเริ่มต้นของการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับความสำคัญ ตั้งเป้าหมายกำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธี ติดตามและประเมินผล และการร่วมตัดสินใจ

2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการและการบริหารการใช้ทรัพยากร มีความรับผิดชอบในการประสานงาน จัดสรรควบคุมทางการเงินและบริการ

3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ประชาชนจะต้องได้รับการแจกจ่ายผลประโยชน์จากชุมชน ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ส่วนตัวหรือส่วนร่วมก็ได้

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการควบคุมและตรวจสอบ กิจกรรมทั้งหมดภายในขอบเขตที่เหมาะสม

White (1982) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วม แบ่งออกได้เป็น 4 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

มิติที่ 2 มีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนาและลงมือปฏิบัติการ ตามที่ตัดสินใจ

มิติที่ 3 มีส่วนร่วมในผลประโยชน์จากการดำเนินงาน

มิติที่ 4 มีส่วนร่วมในการ ประเมินผล

Creighton (2005) กล่าวว่า เงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 3 ประการ คือ ต้องมีอิสรภาพมีอิสระที่จะเข้าร่วมหรือไม่ก็ได้ การเข้าร่วมต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจต้องมีความเสมอภาค ที่เข้าร่วมในกิจกรรมอย่างเท่าเทียมต้องมีความสามารถเข้าร่วมในกิจกรรมต้องเสริมสร้าง ความสามารถของประชาชนให้มีความสามารถเข้าร่วมได้ โดยองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมมี 3 ด้าน คือมีวัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายชัดเจน ต้องมีกิจกรรมเป้าหมาย มีกลุ่มเป้าหมาย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545) ได้เขียนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (2545-2549) ให้ ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นความสัมพันธ์กับปัญหาและความต้องการของการมีส่วนร่วม โดยอธิบายได้ในหลายมิติประกอบด้วย

1. การมีส่วนร่วมในความหมายที่แคบ คือ การพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมช่วยเหลือโดยสมัครใจโดย ประชาชนต่อโครงการใดโครงการหนึ่งของโครงการสาธารณะต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการพัฒนาชาติแต่ ไม่ได้หวังว่าจะให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงโครงการ หรือวิจารณ์เนื้อหาของโครงการ

2. การมีส่วนร่วมในความหมายที่กว้าง หมายถึง การให้ประชาชนในชนบทรู้สึกตื่นตัว เพื่อที่จะ ทราบถึงการรับความช่วยเหลือและตอบสนองต่อโครงการพัฒนา ขณะเดียวกันก็สนับสนุนความคิดริเริ่ม ของคนในท้องถิ่น

3. ในกรณีของการพัฒนาชนบท การมีส่วนร่วม คือ การให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการ ตัดสินใจ กระบวนการดำเนินการ และร่วมรับผลประโยชน์

การมีส่วนร่วมในชุมชน หมายถึง การที่ประชาชนจะมีทั้ง สิทธิ และหน้าที่ ที่จะเข้าร่วมในการ แก้ปัญหาของเขามีความรับผิดชอบมากขึ้นที่จะสำรวจตรวจสอบความจำเป็นในเรื่องต่าง ๆ การระดม ทรัพยากรท้องถิ่น และเสนอแนวทางแก้ไขใหม่ ๆ เช่นเดียวกับการก่อตั้งและดำรงรักษาองค์กรต่าง ๆ ในท้องถิ่น เป็นกระบวนการดำเนินการมีความริเริ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็ง

อภิญา กังสนารักษ์ (2544) ได้นำเสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าชุมชนต้องมี ส่วนร่วมใน 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการริเริ่มโครงการร่วมค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชน ร่วมตัดสินใจกำหนดความต้องการและร่วมลำดับความสำคัญของความต้องการ

2. การมีส่วนร่วมในขั้นการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน รวมถึง ทรัพยากร และแหล่งวิทยากรที่จะใช้ในโครงการ

3. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินโครงการที่ ประโยชน์ให้แก่โครงการโดยรวม ช่วยเหลือ ด้านทุนทรัพย์ วัสดุอุปกรณ์ และแรงงาน

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ เพื่อให้รู้ว่าผลจากการดำเนินงานบรรลุ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยสามารถกำหนดการประเมินผลเป็นระยะต่อเนื่อง หรือประเมินผล รวมทั้งโครงการในคราวเดียวกันได้

โกวิทย์ พวงงาม (2545) เสนอขั้นตอนการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการร่วมมือกัน เพื่อการพัฒนาองค์การตั้งแต่เริ่มต้นจนบรรลุวัตถุประสงค์มี 4 ขั้นตอน

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น ถ้าหากสมาชิก ยังไม่สามารถทราบถึงปัญหาและเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหาในท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดีแล้ว การดำเนินงาน ต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาของท้องถิ่นย่อมจะไม่เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เพราะการวางแผนดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่ จะช่วยให้สมาชิกในองค์การรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการนำเอาปัจจัยข่าวสาร ข้อมูล ต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนเพื่อให้สามารถร่วมกันนำพาองค์การไปสู่จุดมุ่งหมาย

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน การที่สมาชิกส่วนใหญ่แม้จะมีฐานะยากจน แต่ก็มีแรงงานของตนเองที่สามารถใช้เข้าร่วมได้ การร่วมลงทุนและปฏิบัติงาน จะทำให้ชาวชนบท สามารถคิดต้นทุน ดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนิน กิจกรรมอย่างใกล้ชิด

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงานและ ประเมินผลงาน ขาดการมีส่วนร่วมแล้วสมาชิกย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่างานที่ทำไปนั้นได้รับผลดี ได้รับประโยชน์ หรือไม่อย่างไร การดำเนินกิจกรรมขององค์การที่จะดำเนินการในโอกาสต่อไป จึงอาจจะประสบความสำเร็จลำบากใน การที่จะได้รับความร่วมมือร่วมใจในด้านต่าง ๆ

สำนักงานคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ (2546) กล่าวถึง การมีส่วนร่วม ว่าหมายถึง

1. การที่ประชาชนหรือชุมชนสามารถเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจ
2. มีส่วนในการกำหนด นโยบายพัฒนาท้องถิ่น
3. มีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากบริการที่เกิดขึ้นจากผลการดำเนินงาน
4. มีส่วนในการควบคุมประเมินผลโครงการต่างๆ ของท้องถิ่น

รวมถึงได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ ประชาชน มีส่วนร่วมในการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ ได้แก่ การร่วมกันค้นหาปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากรและเทคโนโลยีท้องถิ่น การบริหารจัดการ

อรพินท์ สฟโซคชัย (2550) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้องมีโอกาสได้เข้าร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา/ ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ร่วมคิดแนวทาง ร่วมแก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการตัดสินใจ และร่วม กระบวนการพัฒนาในฐานะหุ้นส่วนการพัฒนา

ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (2551) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า เป็นผลจากการเห็นพ้อง ต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางเปลี่ยนแปลง ความเห็นพ้องต้องกันนั้นจะมีมากพอจนเกิด ความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติการ กล่าวคือ ต้องเป็นการเห็นพ้องต้องกันของคนส่วน ใหญ่ที่จะเข้าร่วม

กับปฏิบัติการนั้น โดยจะต้องตระหนักว่าการปฏิบัติการทั้งหมดโดยกลุ่ม หรือในนามของกลุ่มหรือกระทำการผ่านองค์กร

ทำนอง ภูเกิตพิมพ์ (2551) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพความคิด ความเชื่อ และความยึดมั่นของแต่ละบุคคล แต่ละหน่วยงาน แต่ละองค์กร อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับกาลเวลาแต่ละยุคแต่ละสมัยอีกด้วยการมีส่วนร่วมเป็นหัวใจของการเสริมสร้างพลังการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม (Teamwork) ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนา เพราะการมีส่วนร่วมทำให้ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนร่วมเข้าใจสถานการณ์และอุทิศตนมากยิ่งขึ้น เพื่อ การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิภาพร มีขำนาญ (2554) การวิจัยเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับกรณีศึกษาหมู่บ้านดงบัง อำเภอมะนัง จังหวัดปราจีนบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 140 คน ใช้การสุ่มแบบเจาะจงและแบบง่าย ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบ Independent samples t-test ผลการศึกษา พบว่าด้านประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-51 ปี มีสถานภาพสมรสอยู่ด้วยกัน การศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดินจำนวน 11-20 ไร่ มีจำนวนแรงงานที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 คน ราคาอยู่ที่ 1,001-5,000 บาท นิยมปลูกไม้ใหญ่ ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และช่องทางจำหน่าย ด้านราคา ด้านส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ

นราเขต ยิ้มสุข (2552) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็ของผู้ประกอบการกิจการขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจดอกไม้ประดับในอำเภองครักษ์ จังหวัดนครนายก พบว่าผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ และความกล้าเสี่ยงอยู่ในระดับสูง สำหรับความเชื่ออำนาจในตนเอง ความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

อัญชัญ จงเจริญ (2555) ทำการวิจัยเรื่อง พัฒนารูปแบบ และมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ และรูปแบบการจัดการธุรกิจของร้านค้าจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง และเพื่อพัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อนำไปเป็นต้นแบบการจัดการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญภาครัฐและเอกชน จำนวน 3 ท่าน และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชนจังหวัดระนอง 6 ร้าน จำนวน 6 คน และผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณจากการสอบถามลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าจากร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชนจังหวัดระนอง จำนวน 400 คน จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการประชุมกลุ่มย่อยผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชนจังหวัดระนอง พบว่าด้านการผลิตมีลักษณะคล้ายคลึงกันเกือบทุกร้าน คือ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ กะปิ และอาหารทะเลแห้ง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์อยู่ที่ความสดใหม่ และความสะอาด ด้านราคาอยู่ที่ความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่ายร้านจำหน่ายสินค้าสะอาด มีการจัดวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม และสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้า

มีการสื่อสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีเนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าหน้าร้านด้วยตนเอง

นිරนาท ศรีชุมพร (2550) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดดอกไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดดอกไม้ระดับมีระดับความคิดเห็นในการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่า เพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-44 ปี สถานภาพสมรส

ชูชาติ เผ่าหนอง (2548) เรื่อง กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กรณีศึกษาสินค้าเสื้อผ้า ทำการศึกษาโดยการนำงานวิจัยอื่น ๆ มาศึกษาเพื่อการประกอบ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ เสื้อผ้าโอท็อป เป็นการเลือกแบบแบ่งกลุ่ม โดยการสุ่มเลือกแบบสะดวก พบว่ากิจการมีการตั้งเป็นรูปแบบกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มชาวบ้าน มีการดำเนินกิจการมานานกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่มีสภาพคล่อง และไม่มีสภาพคล่อง มีเป้าหมายทางการตลาด คือ การให้กิจการของตนเองดำรงอยู่ได้เท่านั้น มีกลยุทธ์ทางการตลาด คือ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนใหญ่มุ่งตลาดเฉพาะส่วนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สุนีย์ คำตา (2549) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อดอกไม้ประดับของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานในหน่วยงานราชการ มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อที่ความสวยงาม ด้านวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมทางการตลาด

ธนากรกรุงศรีอยุธยา (2546) ทำการศึกษาปัจจัยหรือสภาพแวดล้อมภายนอกที่ก่อให้เกิดโอกาส (Opportunity) และแรงจูงใจ (Attractiveness) สำหรับผู้ประกอบการโอท็อป คือ ต้องเป็นโครงการที่รัฐบาลต้องการแก้ไขปัญหาคความยากจนท้องถิ่นด้วยการสนับสนุนให้เกิดธุรกิจชุมชน โดยการให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นจุดแข็ง (Strength) ในการสร้างศักยภาพเพื่อการพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่น แต่ให้คนในชุมชนมีความสามารถในการสร้างตัวได้เพื่อให้เป็นกำลังในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจไทยต่อไป

ศุนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด (2546) ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการโดยให้ความเห็นว่า ควรให้ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนผลิตออกมาควรให้ความสำคัญที่คุณภาพ และมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตควรมีการสร้างนวัตกรรมของสินค้าตนเองให้มีความแตกต่างกันหรือสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านนั้น ๆ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันในส่วนบรรจุภัณฑ์หีบห่อก็ควรมีการออกแบบให้เป็นที่สะดุดตาของผู้ซื้อ

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ (2545) ทำการศึกษาโครงการโอท็อป พบว่าโครงการก่อให้เกิดกระบวนการตลาด และส่งผลให้เกิดกระบวนการทางธุรกิจที่เรียกว่า ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) กระบวนการทางการธุรกิจจะเริ่มตั้งแต่ขั้นต้นตอน การจัดหาวัตถุดิบ การออกแบบ การผลิต การจัดเก็บ การนำส่งสินค้า หรือคุณค่า การให้บริหารทั้งก่อนและหลังการขาย ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของรัฐบาลเป็น 1 ใน 3 กลุ่มหลักที่รัฐบาลกำหนดไว้ คือ กลุ่มสินค้าเกษตรกรรมแปรรูป ทั้งการแปรรูป สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ สมุนไพรไทยที่อาศัยจุดแข็งทางทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีอยู่ในเกิดประโยชน์โดยวิสาหกิจ หรือผู้ผลิตชุมชนต้องรู้จักใช้เทคโนโลยีเข้าไปพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มไม่ว่าจะเป็นการทำตลาดผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) กับต่างประเทศรวมทั้งการสร้างเชื่อมโยงทางธุรกิจระหว่างธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่

มีกลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ 1) เน้นความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ และความเป็นไทยลงไป เช่น วัฒนธรรมศิลปะหัตถกรรมที่มีความแตกต่างสูงมาก แต่อาจมีข้อด้อยที่ผลิตได้น้อยเพราะต้องใช้แรงงานมีฝีมือ 2) เน้นการออกแบบ รูปลักษณ์ รูปแบบ สมัยนิยมสวยงาม เช่น เครื่องประดับ ภาชนะ บรรจุภัณฑ์ หีบห่อ ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าข้างในดูมีราคา 3) เน้นการนำเทคโนโลยีมาช่วย 4) เน้นรูปแบบการบริหารต่าง ๆ เพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจหรือการสร้างมูลค่าเพิ่ม 5) สร้างตราสินค้า (Brand) และช่องทางการตลาด การสร้างตราสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความคุ้นเคย การสร้างมาตรฐานต่าง ๆ สร้างยอดขายด้วยการหาช่องทางการขายหลากหลายขึ้น เช่น ร้านค้าสหกรณ์ ศูนย์แสดงสินค้า ร้านสะดวกซื้อ สนามบิน แหล่งท่องเที่ยว ศูนย์การค้าปลีก



**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี**