

Received: 27-09-2022

Revised: 28-12-2022

Accepted: 18-01-2023

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุจังหวัดอุบลราชธานี: การศึกษาด้านการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการตลาดภายในองค์กร

Promoting the Local Products of an Elderly Group in Ubonratchathanee Province: A Study of Product Improvement and Internal Marketing in Organization

อัญชลี โกกะนุช^{*1}

Anchalee Kokanuch

anchalee.kok@lru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้บริหารในพื้นที่ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง และบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง อำเภอลือโขง จังหวัดอุบลราชธานี วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ การสนทนากลุ่มเฉพาะ การฝึกปฏิบัติการ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการตีความหมายปรากฏการณ์ที่เป็นข้อค้นพบ และอภิปรายผล

ผลการวิจัยปรากฏว่า แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุประกอบด้วยการใช้หลักการวงจรคุณภาพ PDCA ประกอบด้วย (1) การวางแผนโดยการค้นหาสภาพที่เป็นปัญหา การกำหนดเป้าหมายที่ต้องการ และปัจจัยสนับสนุนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (2) การลงมือปฏิบัติ (3) การตรวจเช็ค และ (4) การดำเนินการอย่างเหมาะสม สำหรับแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร เป็นปัจจัยส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: วงจรคุณภาพ, วิสาหกิจชุมชน, บรรยากาศการทำงาน, วัฒนธรรมองค์กร, ปัจจัยความสำเร็จ

* Corresponding Author

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research included two endeavors: 1) to study effective direction for product development for a community enterprise of the elderly group of Yangkeenok subdistrict, Kuengnai district, Ubonratchathane province; and 2) to study internal marketing in the Subdistrict Administrative Organization of Kuengnai, Ubonratchathane province. Key informants included the elderly population and members of administrative organization consisting of the President of Subdistrict Administrative Organization, and relevant personnels in charge of the addressed elderly group. Data collections were implemented through focus group discussion, participatory workshop, non-participatory observation, and the utilization of structured interview. The data analysis was conducted based on the examination of the findings. The elaboration and explanation of the studied phenomenon were synthesized through educated interpretation.

The study found that the local product development endeavors of the elderly group were directed based on the PDCA quality cycle hosted (1) a realistic planning based on existing problematic issues the assignment of desirable target and the identification of relevant supporting resources required for product development process, (2) the implementation of the established plan, (3) the assessment of outputs, and (4) conduction of suitable continual improvement. The research exploration of internal marketing in organization for promoting products of an elderly group showed that effective measures included suitable delegation which assigned right people to the right job, the empowerment of human resource development, the establishment of encouraging working context, and the cultivation of constructive organizational culture. Together, the mentioned measures encouraged positive awareness among the organization's personnels to realize the significance of product development among the local community enterprise, the elderly group, which promoted further reputation of the products of the studied elderly group among its customers.

Keywords: quality cycle, community enterprise, working context, organizational culture, Key success factor

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบ (Completed aged society) สะท้อนได้จากสัดส่วนของผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 19 ของประชากรทั้งประเทศ (Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute, 2021) สำหรับสถานการณ์การเลี้ยงชีพของกลุ่มผู้สูงอายุพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุได้รับการสนับสนุนค่าเลี้ยงดูจากบุคคลในครอบครัวเป็นหลัก (Manasatchakun, Roxberg, & Asp, 2018) อย่างไรก็ตาม จากการประชุมสมัชชาผู้สูงอายุระดับชาติประจำปี 2560 นำมาซึ่งข้อสรุปเป็นมติด้านการขยายโอกาสในการทำงานของแรงงานผู้สูงอายุในระบบเข้าสู่วิสาหกิจชุมชน โดยขอให้กรมกิจการผู้สูงอายุพัฒนาศักยภาพศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุและกลุ่ม/ชมรมผู้สูงอายุ ให้เข้มแข็งและมีกิจกรรมต่อเนื่อง ขอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ประสานเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด เพื่อเอื้ออำนวยต่อการรวมกลุ่มแรงงานผู้สูงอายุเป็นวิสาหกิจชุมชน (Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute, 2016) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่า ศักยภาพในการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนหนึ่งควรมีคุณลักษณะที่สำคัญได้แก่การมีส่วนร่วมและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและการมีศักยภาพในการเรียนรู้ (Thanakwang, Isaramalai, & Hatthakit, 2014)

ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกิดจากภูมิปัญญาของผู้สูงอายุคือผลผลิตที่เกิดจากองค์ความรู้ที่ฝังในตัวบุคคล (Tacit knowledge) แต่การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดบริโภคและก่อให้เกิดรายได้จำเป็นต้องมีการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ วงจรการปรับปรุงคุณภาพ (Quality improvement) PDCA ซึ่งประกอบด้วยหลักการวางแผน การปฏิบัติ การตรวจเช็ค และการปรับปรุงดำเนินการอย่างเหมาะสม และการพัฒนาวงจร PDCA ตามแนวคิดของ Deming มักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงคุณภาพและการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มชุมชนได้แก่ การพัฒนาการจัดการการเงินของกลุ่มผักอินทรีย์ตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ด้วยวงจรคุณภาพ PDCA ส่งผลให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดการการเงินของกลุ่มที่เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มได้เป็นอย่างดี Chaipinchana, 2016) เช่นเดียวกับการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานบ้านปากคลองบางกระพี้ ตำบลหัวไผ่ อำเภอเมืองจังหวัดสิงห์บุรีสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำวงจรคุณภาพ PDCA มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบลวดลายและสีสันให้มีความหลากหลาย มีประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างจากเดิมและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และเหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Tekhanmag & Thampramaun, 2020) นอกจากนี้วงจรคุณภาพ PDCA ยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเป็นเครื่องมือกำกับกระบวนการสร้างกลยุทธ์ต้นแบบแบรนด์พื้นที่ท่องเที่ยวรองในเมืองหลักของอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น (Na Nakorn, 2021)

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดภายในองค์กร (Internal marketing) นั้นเป็นหลักการสำคัญของการจัดการภายในองค์กรที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานผ่านการทำงานของบุคลากรในองค์กร (Kananurak, 2010) นอกจากนี้ Sirinam & Wongsarnsri (2013) ได้กล่าวไว้ว่า การตลาดภายในองค์กรว่าหมายถึง การปลูกฝังด้านความรู้ ทักษะและความสามารถของบุคลากรให้มีผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศและมุ่งเน้นความสำคัญของลูกค้า โดยแสดงออกถึงพฤติกรรมในการเป็นตัวแทนขององค์กร โดยองค์กรมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กรผ่านกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์เช่น การพัฒนา การมอบหมายอำนาจหน้าที่ในงานที่รับผิดชอบ การสร้างแรงจูงใจ และการทำงานเป็นทีม เพื่อส่งมอบคุณภาพของสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป (Kananurak, 2010) ในขณะเดียวกันแนวคิดการมุ่งเน้นตราสินค้ามีความเชื่อมโยงกับทฤษฎีความสามารถในการปรับตัวตามพลวัต (Dynamics capabilities theory) และทฤษฎีฐานทรัพยากรองค์กร (Resources-based view theory) (Amornpatipat, & Anantachart, 2021) ซึ่งจากผลงานดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างมุมมองทางด้านการจัดการภายในองค์กรกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรเช่นกัน

บริบทในพื้นที่ตำบลยางซึ้ง อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานีตั้งมานานกว่า 100 ปี สาเหตุที่มีชื่อว่าตำบลยางซึ้ง เพราะบริเวณแถบนี้มีต้นยางนาขึ้นอยู่เป็นจำนวนมากและประกอบกับพื้นที่หนองน้ำที่อยู่บริเวณนี้คือห้วยตาด และบริเวณทุ่งนามีนกกระยางมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงได้พร้อมใจกันตั้งชื่อตำบลว่าตำบลยางซึ้งกันตั้งแต่นั้นมาต่อมาอำเภอได้ขยายการปกครองออกเป็นตำบลคือ ตำบลยางซึ้งแบ่งการปกครองออกเป็น 10 หมู่บ้าน และแบ่งเป็น 5 ชุมชน หน่วยงานที่ดูแลท้องถิ่นได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลยางซึ้ง โดยภารกิจที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้สูงอายุที่สำคัญคือการเปิดให้มีโรงเรียนผู้สูงอายุยางซึ้ง จากการดำเนินงานโครงการกับกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุจากโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลยางซึ้ง ที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกันจนคณะทำงาน ทีมวิจัยชุมชน และคณะทำงานโครงการด้านการพัฒนาวัฒนธรรมและการนำใช้ข้อมูลได้ร่วมกันถอดบทเรียนจากการดำเนินงาน จนได้หลักสูตรภูมิปัญญาท้องถิ่นโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลยางซึ้ง ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทำกิจกรรมและการถอดบทเรียนตามโครงการ รวมถึงศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านและอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาบูรณาการในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้กับผู้สูงอายุจากโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลยางซึ้ง โดยในกระบวนการของการพัฒนาหลักสูตร ได้คำนึงถึงบริบทของท้องถิ่นเป็นหลัก และนำเอาภูมิปัญญาชาวบ้าน ศิลปะวัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่น มาเป็นสื่อการเรียนรู้และเนื้อหาในการจัดการเรียนการสอน โดยการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุและประชาชนชาวบ้านที่มีความรู้ ความสามารถ ซึ่งผลผลิตที่เป็นที่รู้จักดีของกลุ่มผู้สูงอายุตำบลยางซึ้งคือ การจักสานเครื่องชุดหรือถาดวัลย์แดง และการทอผ้าก๊วย (Yang Khi Nok Sub-District Administration, 2017)



อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมธุรกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านสร้างความสามารถในการแข่งขันและผลักดันให้ผู้สูงอายุเป็นพลังในการขับเคลื่อนประเทศผ่านภูมิปัญญาชุมชน การพัฒนาหรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ จึงไม่ได้มุ่งเน้นเพียงผลผลิตเท่านั้นแต่ควรมุ่งสร้างความยั่งยืนทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการจัดการ นอกจากนี้แม้ผลงานวิจัยทางด้านการตลาดภายในองค์กรจะมุ่งเน้นศึกษาภายใต้บริบทของธุรกิจบริการและองค์กรขนาดใหญ่ แต่การศึกษาแนวคิดการตลาดภายในขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีไม่มาก ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และศึกษาแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรงในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยครั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงสังคมโดยส่งเสริมให้กลุ่มผู้สูงอายุที่มีภูมิปัญญาได้เรียนรู้กระบวนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และก่อให้เกิดโอกาสในเชิงเศรษฐกิจของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ดังกล่าวผ่านกระบวนการตลาดภายในองค์กรขององค์กรบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมาได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ขององค์กรบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

นิยามศัพท์

แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมการวางแผนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การลงมือปฏิบัติ การตรวจเช็ค และการดำเนินการอย่างเหมาะสมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้แก่ ผ้าทอและการจักสานเครื่องชุด บนพื้นฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่นของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา

การตลาดภายในองค์กร หมายถึง การส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา เห็นคุณค่าและมีส่วนร่วมในการสนับสนุนรวมทั้งส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. กลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมาซึ่งมีภูมิปัญญาและศักยภาพทางด้านงานทอผ้าและงานจักสาน จะสามารถนำแนวทางการจัดการกิจกรรมที่เหมาะสมมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ในพื้นที่มาสร้างรายได้ ก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจแก่กลุ่มผู้สูงอายุในการดำรงไว้ พัฒนา ต่อยอดและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านภูมิปัญญาและทักษะให้กับคนรุ่นใหม่ต่อไป
2. บุคลากร และผู้บริหารองค์กรส่วนตำบลในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านการตลาดภายในองค์กรไปใช้กับการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ โดยเป็นการนำผลผลิตที่เป็นความภาคภูมิใจของกลุ่มผู้สูงอายุมาสู่การพัฒนาและปรับปรุงตามกระบวนการจัดการ การส่งเสริมการตลาดภายใน และนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายนอก เป็นต้นแบบของการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ
3. ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการนำหลักการทางวิชาการทางด้านการปรับปรุงคุณภาพที่เป็นศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลมาสู่การประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนได้จริง นอกจากนี้การศึกษาแนวทางการตลาดภายในเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน จะเป็นแนวปฏิบัติที่สำคัญที่ส่งเสริมให้กิจกรรมการสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ยางซึกและพื้นที่ต่อไป

วิธีการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้จำนวนรวม 18 คนประกอบด้วยบุคคลสามกลุ่มได้แก่ (1) กลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 12 คน ทั้งนี้โดยสามารถจำแนกเป็นสองกลุ่มอาชีพที่มีความพร้อมและยินดีที่จะเข้าร่วมโครงการวิจัยได้แก่ กลุ่มทอผ้าและกลุ่มจักสานเถาวัลย์เครือซูด (2) ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่เข้าร่วมโครงการวิจัยคือ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 1 คน และ (3) กลุ่มบุคลากรประจำองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึกที่รับผิดชอบโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี จำนวน 5 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ (1) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group discussion) เป็นการพูดคุยกับสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผ้าทอและจักสานเถาวัลย์เครือซูด (2) การฝึกปฏิบัติการ (Participatory workshop) จากการทดลองปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยในระหว่างการทดลองปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอและจักสานเถาวัลย์เครือซูด สมาชิกกลุ่มสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหารือร่วมกันได้อย่างเป็นอิสระ (3) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory observation) โดยทำการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุระหว่าง การฝึกปฏิบัติการเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริหารและกลุ่มบุคลากรในช่วงที่ผู้วิจัยดำเนินการสนทนากลุ่มและฝึกปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดภายในองค์การรวมถึงปัจจัยที่สนับสนุนที่ทำให้ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์บรรลุตามเป้าหมายที่กลุ่มผู้สูงอายุต้องการ และ (4) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุจากหลักการบริหารงานของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทาง ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้า (Triangular check) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกันได้แก่ ผู้บริหาร กลุ่มบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก และกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึก อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุดรธานี หลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้หลักวิธีสรค์วิทยา (Constructionism) โดยการตีความหมายปรากฏการณ์เพื่อเป็นข้อค้นพบและอภิปรายผล (Sawangdee, 2015)

ผลการวิจัย

1. แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ จากการสนทนากลุ่มเฉพาะ และการฝึกปฏิบัติการ พบว่า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับหลักการวงจร PDCA ของ Deming ได้แก่

1.1) การวางแผนปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Plan) เป็นกิจกรรมที่สมาชิกของกลุ่มผู้สูงอายุได้พูดคุยเพื่อค้นหาสภาพที่เป็นปัญหา ค้นหาเป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่ม และค้นหาปัจจัยสนับสนุนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

จากผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่สำคัญของกลุ่มทอผ้าได้แก่ การขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการออกแบบลวดลายผ้าและทักษะทางด้านการมัดหมี่ และการขาดการพัฒนาลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้ขาดความภาคภูมิใจเวลาไปร่วมกิจกรรมประเพณีต่างๆ ในชุมชนและระหว่างชุมชนใกล้เคียง ในขณะที่ปัญหาของกลุ่มจักสานเถาวัลย์เครือซูดได้แก่ การไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายใหม่ ทำให้สินค้าจักสานเถาวัลย์เครือซูดจำหน่ายได้ในวงแคบภายในชุมชนเช่นเดียวกัน สำหรับเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้แก่ การออกแบบลวดลายการทอผ้ามัดหมี่ตามอัตลักษณ์ของตำบลยางซึก จังหวัดอุดรธานี ซึ่งประกอบด้วยลูกยาง นกกระสา หนองน้ำ และดอกบัว ในขณะที่งานจักสานเถาวัลย์เครือซูดได้แก่ การจัดสานลวดลายนกกะยาง

นอกจากนี้ จากการสังเกตระหว่างการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยยังได้ค้นพบปัจจัยที่สนับสนุนให้การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุผ้าทอและจักสานแถววัลย์เครือชูดประกอบด้วยสามปัจจัยได้แก่ (1) ปัจจัยด้านทรัพยากร/วัตถุดิบในการผลิต ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น เช่น กลุ่มทอผ้าสมาชิกในกลุ่มจะเลี้ยงหม่อนไหมและการปลูกฝ้ายเอง ในกรณีที่มีวัตถุดิบไม่เพียงพอที่จะสั่งซื้อวัตถุดิบจากพื้นที่ใกล้เคียง สำหรับกลุ่มจักสานแถววัลย์เครือชูด วัตถุดิบที่สำคัญคือแถววัลย์เครือชูดซึ่งหาได้ง่ายในพื้นที่ป่าในชุมชนที่มีตลอดทั้งปี (2) ปัจจัยด้านกำลังคน ซึ่งหมายถึงสมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุที่มีภูมิปัญญาหรือทักษะพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้า การจักสาน เป็นต้น และควรเป็นบุคคลที่มีความเต็มใจ สนใจ และสามารถรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง และ (3) ปัจจัยการสนับสนุนจากผู้บริหารในพื้นที่ จากผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมกิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ นั้น ต้องได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติจากผู้บริหารในพื้นที่

1.2) การลงมือปฏิบัติ (Do) หลังจากการวางแผนปรับปรุงผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุทั้งสองกลุ่มให้ความสนใจในการทดลองฝึกปฏิบัติเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบร่วมกันระหว่างประธานกลุ่มทอผ้าซึ่งเป็นผู้สูงอายุ ประธานกลุ่มจักสานแถววัลย์เครือชูด และนักวิชาการทางด้านงานศิลปกรรมท้องถิ่นที่เป็นวิทยากรกระบวนการในการฝึกปฏิบัติการ โดยกลุ่มผู้สูงอายุนำลวดลายต้นแบบมาทดลองทอผ้าฝืน และทดลองทำลายจักสานเครือชูด ซึ่งในการทดลองปฏิบัตินี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 4-5 เดือน เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุเป็นผู้สูงอายุมีอาชีพหลักคือ การทำเกษตรกรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตเพื่อค้นหาปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การลงมือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเป้าหมาย

ผู้วิจัยยังได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญที่ทำให้การลงมือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการในระหว่างการสังเกตในขณะดำเนินการวิจัยควรประกอบด้วย (1) ปรากฏในชุมชน หมายถึง บุคคลที่เป็นชาวบ้านที่อาศัยในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียงและเป็นบุคคลที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น มีทักษะที่สามารถออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้รู้มีส่วนสำคัญอย่างมากในการแสดงบทบาททางด้านการเรียนรู้และสร้างสรรค์ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้รู้จะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนเนื่องจากเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำกลุ่มผู้สูงอายุในการทดลองทำผลิตภัณฑ์ (2) วิทยากรกระบวนการ ที่เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ไปสู่กลุ่มผู้สูงอายุได้ บทบาทหลักของวิทยากรกระบวนการนี้เน้นที่การระดมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้สูงอายุ การร่วมออกแบบและถ่ายทอดกระบวนการปฏิบัติเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน และ (3) สถานที่ควรเป็นสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุสามารถเดินทางมาได้สะดวก ไม่ไกลเกินไป ต้องไม่เดินขึ้นบันไดหลายชั้น มีอากาศระบายปลอดโปร่ง และมีเก้าอี้ที่นั่ง เพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมกลุ่มซึ่งอาจใช้ระยะเวลา และไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสุขภาพร่างกาย



ภาพที่ 1 การหารือการพัฒนาลวดลายบนผ้าทอระหว่างกลุ่มผู้สูงอายุและวิทยากรกระบวนการ
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกกษานุช

1.3) การตรวจเช็ค (Check) เมื่อสมาชิกกลุ่มสามารถผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อมากลุ่มผู้สูงอายุจึงนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามลวดลายที่กำหนดไว้ให้วิทยากรกระบวนการและสมาชิกกลุ่มร่วมรับฟังข้อวิพากษ์และแสดงความคิดเห็น ในขั้นตอนนี้หลักสำคัญคือ การแสดงความคิดเห็นจากกลุ่มสมาชิกเกี่ยวกับผลผลิตที่ได้โดยตรงไปตรงมา ในขณะที่วิทยากรกระบวนการมีบทบาทในการให้กระตุ้นให้กลุ่มสมาชิกคิดวิเคราะห์ถึงปัญหาที่แต่ละกลุ่มมี และค้นหาแนวทางแก้ไข

ผลการวิจัยปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มทอผ้าเมื่อได้เรียนรู้การมัดหมี่จากปราชญ์ชุมชนด้านงานมัดหมี่ผ้าทอมือที่อยู่ในชุมชนตามลวดลายที่ได้ออกแบบไว้ จึงพยายามเรียนรู้ที่จะทดลองทำ โดยผลการทดลองการทอในครั้งแรกปรากฏว่า ลวดลายที่ออกแบบลายไม่ชัดเจน จึงได้มีการปรับแก้ไขการทอผ้ามัดหมี่ใหม่ ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุจักสานเถาว์วัลย์เครือชูดได้ทดลองสานเถาว์วัลย์เครือชูดด้วยลวดลายนกระยางเช่นกัน แต่ปัญหาคือทักษะในการสานของสมาชิกแต่ละคนไม่เหมือนกัน และลวดลายที่สานไม่ออกมาชัดเจน ต่อมาจึงได้มีการปรับแก้ไขโดยการออกแบบลวดลายใหม่เป็นลายดอกบัว ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีความซับซ้อนของลวดลายที่น้อยกว่า

1.4) การดำเนินการอย่างเหมาะสม (Act) ภายหลังจากการรับฟังความคิดเห็นแล้ว สมาชิกกลุ่มทั้งสองกลุ่มจึงนำข้อมูลไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์อีกครั้งเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบตามข้อเสนอแนะ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้สูงอายุกลุ่มทอผ้าสามารถทอผ้า ลวดลายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นที่มีความชัดเจนและเป็นที่ยังพอใจของทั้งสมาชิกกลุ่ม วิทยากรกระบวนการ และบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล ในขณะที่ผู้สูงอายุกลุ่มจักสานเถาว์วัลย์เครือชูดได้ปรับเปลี่ยนลวดลายจากเดิมลายนกระยางเป็นลายดอกบัว และเนื่องจากสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นหัวหน้ากลุ่มจึงมอบหมายให้สมาชิกแต่ละคนทำงานในสิ่งที่ถนัด เช่น การเตรียมเถาว์วัลย์เครือชูด การสานลวดลายพื้นฐาน เป็นต้น

ผลการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อให้เกิดผลผลิตที่เกิดจากการปรับปรุงกระบวนการผลิตจำนวน 2 รายการได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวยางขึ้นก โดยสมาชิกผู้สูงอายุในกลุ่มได้ข้อตกลงในการออกแบบลวดลายในผ้าทอที่มีสัญลักษณ์ที่สำคัญได้แก่ นกกระสา ลูกยางจากต้นยางนา หนองใหญ่ และดอกบัว (ภาพที่ 2) ทั้งนี้ลวดลายผ้าอย่างขึ้นกได้รับการรับรองการจดลิขสิทธิ์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาประเภทผลงานศิลปกรรม ลักษณะงานจิตรกรรม ชื่อผลงาน ลวดลายผ้าอย่างขึ้นก ทะเบียนข้อมูลเลขที่ ศ.1050093 และ (2) ผลิตภัณฑ์เถาว์วัลย์เครือชูด ได้ร่วมพัฒนาพานขันโตกลวดลายกลีบดอกบัว ซึ่งดอกบัวเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของจังหวัดอุบลราชธานี (ดังภาพที่ 2-3)



ภาพที่ 2 ผ้าทอลวดลายอย่างขึ้นกจดลิขสิทธิ์
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกทะนุช



ภาพที่ 3 ผลผลิตผ้าทอลวดลายขี้กนกและจักสานเถาวัลย์เครือชูด
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกเกนุช

2. แนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ ผลวิจัยพบว่า แนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุของผู้บริหารองค์การ ประกอบด้วย

2.1 การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ (Suitable delegation) หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้เข้าพบผู้บริหารองค์การเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกระบวนการวิจัยแล้ว ผู้บริหารองค์การได้รับทราบข้อมูลและมอบหมายให้บุคลากรภายในองค์กรในระดับหัวหน้างานและระดับปฏิบัติการรับผิดชอบโครงการวิจัยร่วมกับผู้วิจัย โดยเป็นบุคลากรที่ดำรงตำแหน่งรองผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นกหลักมีหน้าที่รับผิดชอบและเป็นบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ และวางแผนการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นก บุคลากรที่เป็นระดับหัวหน้างานได้รับมอบหมายให้ประสานความร่วมมือระหว่างผู้วิจัย วิทยากรกระบวนการ และกลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งประสานความร่วมมือในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ในขณะที่บุคลากรฝ่ายปฏิบัติการเช่น เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ในการเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้วิจัย ติดตามประสานความก้าวหน้าของการลงมือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ร่วมกระตุ้นให้กลุ่มผู้สูงอายุได้แสดงความคิดเห็นในระหว่างการประชุมเชิงปฏิบัติการ และเมื่อผู้วิจัยสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรในพื้นที่และความก้าวหน้าของการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บุคลากรในองค์การสามารถให้ข้อมูลและให้ความร่วมมือในการประสานงาน การทำความเข้าใจในกระบวนการวิจัย และการเข้าร่วมกระบวนการวิจัย ตลอดจนโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

2.2 การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร (Human resource development) จากการสังเกตพบว่า ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นกได้ส่งเสริมบุคลากรที่ได้รับมอบหมายงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กลุ่มผู้สูงอายุทำการประสานกับหน่วยงานในพื้นที่เพื่อประสานและวางแผนขยายผลวิจัยผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุให้มีมาตรฐาน และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บุคลากรที่ได้รับมอบหมายในระดับหัวหน้างานและบุคลากรฝ่ายปฏิบัติในองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างขึ้นกและกลุ่มตัวแทนผู้สูงอายุร่วมประชาสัมพันธ์กิจกรรมการผลิตและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในงานมหกรรมการวิจัยแห่งชาติ ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร (ภาพที่ 4) โดยการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวส่งผลให้ตัวแทนผู้สูงอายุและบุคลากรของหน่วยงานได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้กระบวนการวิจัยกับนักวิจัยชุมชนจังหวัดอื่นเพื่อนำข้อมูลกลับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้แก่ การวางแผนพัฒนาแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ การวางแผนยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการยื่นขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป



ภาพที่ 4 ตัวแทนกลุ่มผู้สูงอายุและบุคลากรตำบลยางขึ้นเข้าร่วมนิทรรศการมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกทะนุช

2.3 การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน (Encouraging working context) จากการสังเกตพบว่า เนื่องจากผู้บริหารองค์การ บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางขึ้นและผู้สูงอายุกลุ่มทอผ้าและจักสานแถววัลย์เครือชูมีความคุ้นเคย ใกล้ชิด โดยผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลยางขึ้นได้มีการพูดคุยสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความก้าวหน้าของโครงการวิจัยกับบุคลากรขององค์การส่วนตำบลยางขึ้นอย่างเป็นกันเอง ดังนั้นการสื่อสารและติดตามผลโครงการจึงเป็นไปอย่างราบรื่น ประกอบกับการให้ความสนใจและส่งเสริมกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้บริหารและบุคลากรจึงให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ โดยพิจารณาได้จากบรรยากาศการจัดเวทีคืนข้อมูลและเวทีนำเสนอผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุที่ผู้บริหารและบุคลากรในองค์การให้ความร่วมมือร่วมเดินแบบ ทำให้บรรยากาศของการคืนข้อมูลเป็นไปอย่างชื่นมื่นและกลุ่มผู้สูงอายุมีความสุข ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ผู้บริหารและบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลยางขึ้นร่วมเวทีคืนข้อมูลผลงานวิจัย
ที่มา: ถ่ายภาพโดย อัญชลี โกทะนุช

2.4 การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร (Encouraging organizational culture) จากการสังเกตพบว่า ผู้บริหารองค์กรได้มีการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรด้วยการให้ความสำคัญกับการสร้างค่านิยมด้านความรักและความผูกพันในชุมชนให้กับบุคลากรและกลุ่มผู้สูงอายุ การส่งเสริมให้บุคลากรแต่งกายโดยใช้ผ้าทอในการทำงานในองค์กร และการเข้าร่วมประเพณีต่างๆ ในชุมชน และใช้ผลิตภัณฑ์ตะกร้าจักสานแถววัลย์เครือชูดจากกลุ่มผู้สูงอายุ พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรตระหนักและเห็นความสำคัญ และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกิจกรรมขององค์กรไปสู่สายตาภายนอกองค์กรได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

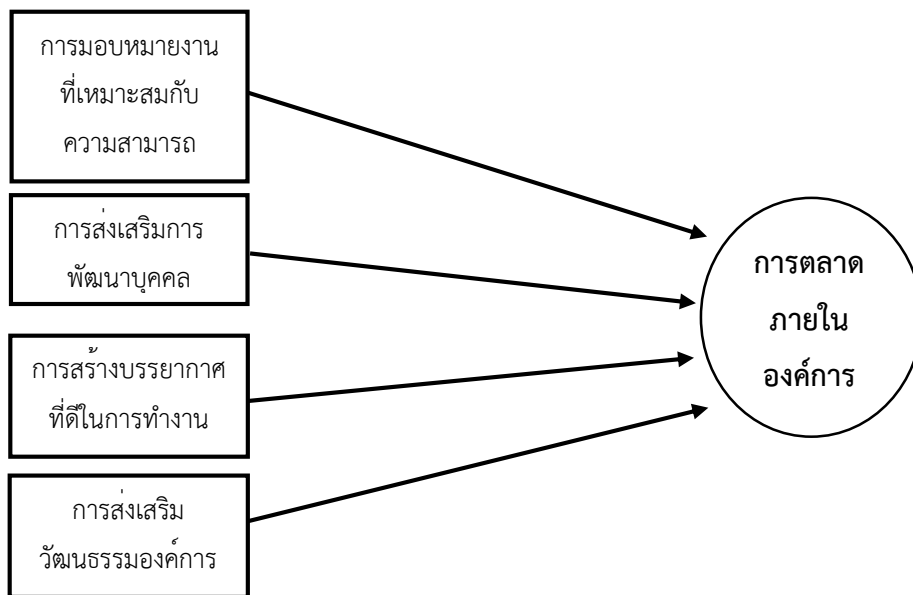
1. แนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แนวทางการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลยางซึ้ง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา คือ การนำหลักการปรับปรุงคุณภาพ PDCA ซึ่งเป็นการออกแบบวิธีการปรับปรุงคุณภาพที่ประกอบด้วย การวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการระบุปัญหาและเป้าหมาย การปฏิบัติที่สอดคล้องกับแผน การตรวจเช็คและศึกษาถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น และทิศทางการดำเนินการต่อไปเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญสี่ประการได้แก่ (1) การวางแผน (Plan) (2) การปฏิบัติ (Do) (3) การตรวจสอบ (Check) ผลที่เกิดขึ้น และ (4) การปรับปรุงดำเนินการอย่างเหมาะสม (Act) ย้อนกลับไปสู่การวางแผนเมื่อผลงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ แนวทางในการปรับปรุงคุณภาพดังกล่าวสอดคล้องกับการขับเคลื่อนจากโครงการสู่การปฏิบัติโดยเป้าหมายสำคัญคือการปรับปรุงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนเชิงพื้นที่ (SDC Localization) (National Economic and Social Development Council, 2022) ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรมได้

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีผลงานวิจัยที่ทำการวิเคราะห์บทความวิจัยที่ถูกนำมาตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ และเป็นบทความที่นำแนวคิด PDCA มาใช้ช่วงปี ค.ศ.2015-2022 ผลงานดังกล่าวชี้ชัดว่า แนวคิด PDCA สามารถนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ก่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องทั้งในองค์กร และสามารถเพิ่มผลผลิตในกลุ่มธุรกิจการผลิตได้เป็นอย่างดี (Isniah, Purba, & Debora, 2020) นอกจากนี้ยังมีผลงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการนำแนวคิด PDCA มาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการของธุรกิจ ในการจัดการกับปัญหาทางด้านการผลิตและการได้รับข้อร้องเรียนจากลูกค้า (Malega, Daneshjo, Rudy, & Drábok, 2021) ผลงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Dudin, Smirnova, Vysotskaya, Frolova, & Vilkova (2017) ที่ทำการวิจัยการประยุกต์ใช้แนวคิด PDCA เพื่อการปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แนวคิด PDCA สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกระบวนการปรับปรุงคุณภาพผลผลิตทางการเกษตรร่วมกับเครื่องมืออื่นได้เป็นอย่างดี และผลงานวิจัยของ Phakthong (2020) ที่ทำการศึกษาประสิทธิภาพการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพพื้นที่โดยใช้กระบวนการกลุ่มใน กระบวนการวงจรคุณภาพ PDCA อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยทำให้กลุ่มมีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการกองทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวทางการตลาดภายในองค์กรเพื่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้บริหารและบุคลากรองค์กรบริหารส่วนตำบลยางซึ้งได้มีการนำหลักการทางด้านการจัดการมาประยุกต์ใช้กับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ได้แก่ 1) การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ 2) การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร 3) การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และ 4) วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายตามแนวคิดการตลาดภายในองค์กรได้ว่าการจัดการภายในองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดภายในองค์กร (Internal marketing) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนกลยุทธ์และการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร ถึงแม้การตลาดภายในองค์กรเน้นที่งานบริการ แต่ก็นำการตลาดภายในองค์กรมาใช้อกับองค์กรที่ผลิตสินค้า (Rehman, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sirinam & Wongsamsri (2013) ที่กล่าวว่าการตลาดภายในองค์กรมุ่งส่งเสริมความสามารถของบุคลากรให้มีผลการปฏิบัติงาน มุ่งเน้นความสำคัญของลูกค้า และมีพฤติกรรมในการเป็นตัวแทนขององค์กร

สำหรับผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการตลาดภายในองค์กรประกอบด้วย 1) *การมอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถ* ได้แก่ การสรรหาทีมงานและการมอบหมายงานที่สอดคล้องกับความสามารถของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ทักษะ และทัศนคติที่หน้าที่ความรับผิดชอบที่ดีและตระหนักถึงความสำคัญกับการปฏิบัติงานส่งเสริมภารกิจของตนเอง ดังที่ Sirinam & Wongsarnsri (2013) ได้กล่าวไว้ว่า การมอบหมายอำนาจหน้าที่ในงานที่รับผิดชอบให้กับบุคลากรที่มีความเหมาะสม จะเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคลากรตระหนักและสามารถส่งมอบคุณภาพของสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่อไป (Kananurak, 2010) อาจกล่าวได้ว่าการมอบหมายงานที่เหมาะสมกับบุคลากรจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับบุคลากร เป็นกิจกรรมหนึ่งของการสร้างการตลาดภายในองค์กร 2) *การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร* ผลงานวิจัยของ Imami, foroudi, Seyyedamiri, & Dehghani (2020) และ Sriyothin (2021) ชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมที่สำคัญกิจกรรมหนึ่งของการตลาดภายในองค์กรด้วยการพัฒนาและการฝึกอบรม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดการการตลาดภายในองค์กร โดยการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพ และสร้างโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจ เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ (Thanarungreang, & Benjarongrat, 2020) ยังได้นิยามความสำคัญของการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรเช่นเดียวกัน และการพัฒนาบุคลากรดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งของการตลาดภายใน 3) *การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน* ผลการวิจัยเชื่อได้ว่าฝ่ายบริหารสามารถสนับสนุนการทำงานเพื่อเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมในการส่งเสริมกิจกรรมขององค์กรได้ด้วยวิธีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Alomari, Al-Zouzi, & Darabseh (2018) ที่ระบุไว้ว่า การตลาดภายในองค์กรเป็นกระบวนการทางสังคมที่องค์กรจำเป็นต้องจัดการให้มีการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการทางสังคมในด้านมิตรภาพในการทำงานร่วมกันระหว่างกัน ดังนั้น การสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานจึงเป็นการจัดการที่ส่งเสริมการตลาดภายในองค์กร ซึ่งเป็นผลทำให้พนักงานเกิดความไว้วางใจในตัวผู้บริหารและความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน (Iam-aram, 2016) และ 4) *การส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร* โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นระดับบรรทัดฐานที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติ และค่านิยมที่ส่งเสริมให้บุคลากรเห็นความสำคัญและมุ่งปฏิบัติ (Vongtharawat, 2019) จากผลงานวิจัยเกี่ยวกับการตลาดภายในของศูนย์บริการรถยนต์แห่งหนึ่ง ยืนยันว่าวัฒนธรรมองค์กรทางด้านการบริการมีผลต่อการตลาดภายในองค์กร เช่นเดียวกับแนวทางการตลาดภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรได้แก่ การสร้างค่านิยมร่วมกันของบุคลากรในองค์กร และการเสริมสร้างและพัฒนาคุณธรรมให้กับบุคลากร (Sirinam & Wongsarnsri, 2013)

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปการศึกษาแนวทางการตลาดภายในเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลยางซึก ซึ่งเป็นองค์การบริหารจัดการท้องถิ่นที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 แนวทางการตลาดภายในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงการบริหาร

1. คณะผู้บริหารองค์กรส่วนตำบลยางขึ้นก สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปสู่การพัฒนาแผนแม่บททางการส่งเสริมกลุ่มสัมมาชีพในพื้นที่ให้เป็นเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง โดยแผนแม่บทดังกล่าวควรเกิดจากการระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงฐานทรัพยากรที่มีในชุมชน ภูมิปัญญา การออกแบบการบริหารจัดการ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการวางแผนทางการตลาด เพื่อต่อยอดหรือขยายผลผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้โดยให้คงอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดความรัก ความภาคภูมิใจและความสามัคคีระหว่างกัน

2. คณะผู้บริหารองค์กรส่วนตำบลยางขึ้นก สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปสู่การกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการบริหารจัดการท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเช่น 1) การหนุนเสริมการสร้างเครือข่ายขององค์กรชุมชนและกลุ่มทางสังคมด้วยกระบวนการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการเรียนรู้แบบข้ามพื้นที่ 2) การออกข้อบัญญัติการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยสนับสนุนให้ทุกกลุ่มในชุมชนท้องถิ่นมีการจัดสวัสดิการ โดยเฉพาะสวัสดิการที่เกิดจากการรวมกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อนำรายได้มาสู่การพัฒนาชุมชน และ 3) จัดทำแผนพัฒนาชุมชนท้องถิ่นโดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สนใจสามารถศึกษาแนวทางยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในชุมชนด้วยการตลาดดิจิทัลที่กลุ่มผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงและใช้งานได้ง่าย

2. ผู้สนใจสามารถศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยกลุ่มคนสามวัย ได้แก่ กลุ่มคนสูงอายุที่มีภูมิปัญญา กลุ่มคนกลางคนที่เป็นกลุ่มคนทำงานและเชื่อมต่อกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ และกลุ่มคนหนุ่มสาวที่เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสนใจกับเทคโนโลยีการสื่อสาร

บรรณานุกรม

- Alomari, M., Al-Zoubi, A.F., & Darakseh, F.M. (2018). Impact of Factors Affecting Internal Marketing on The Quality of Health Services Provided by Public Hospitals in AMMAN: An Applied Study. *British Journal of Marketing Studies*, 6(1), 58-78.
- Amornpatipat, K., & Anantachart, S. (2021). Brand Orientation Concept: a Comprehensive Review. *Journal of Public Relations and Advertising*, 14(1), 138-158.
- Chaipinchana, P. (2016). The Financial Management Development of the Organic Nong Pa Krung Group in Nong Pa, Krung Sub-district, Muang District, Chiang Mai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 4(1), 84-97.
- Dudin, M. N., Smirnova, O. O., Vysotskaya, N. V., Frolova, E. E., & Vilkova, G. V. (2017). The Deming Cycle (PDCA) Concept as a Tool for the Transition to the Innovative Path of the Continuous Quality Improvement in Production Processes of the Agro-Industrial Sector. *European Research Studies Journal*, 20(2), 283-293.
- Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute. (2016). *Situation of The Thai Elderly 2016*. Retrieved from www.dop.go.th/download/knowledge/en1518139087.0.pdf
- Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute. (2021). *Situation of The Thai Elderly 2021*. Retrieved from www.thaigri.org/?=40101
- Iam-aram, T. (2016). Internal Marketing Management: Source of Competitive Advantage in Organization. *Journal of Thonburi University*, 10(21), 104-117.
- Imami, S., Foroudi, P., Seyyedamiri, N., & Dehghani, N. (2020). Improving Employees' Performance Through Internal Marketing and Organizational Learning: Mediating Role of Organizational Innovation in an Emerging Market. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-23.
- Isniah, S., Purba, H.H., & Debora, F. (2020). Plan Do Check Action (PDCA) Method: Literature Review and Research Issues. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 4(1), 72-81.
- Kananurak, N. (2010). Internal Marketing Concept. *Marketing & Branding for Quality*, 17(151), 95-97.
- Malega, P., Daneshjo, N., Rudy, V., & Drábik, P. (2021). PDCA Cycle – Tool for Improvement of the Business Processes – Case Study. *TEM Journal*, 10(3), 1336-1347.
- Manasatchakun, P., Roxberg, A., & Asp, M. (2018). Conceptions of Healthy Aging Held by Relatives of Older Persons in Isan-Thai Culture: A Phenomenographic Study. *Journal of Aging Research*, 1-9. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5821976/pdf/JAR2018-3734645.pdf>
- Na Nakorn, S. (2021). Destination Branding Strategy for Less Visited Area in Major Tourism City and Practical Guidelines of Brand Communication in Digital Era for Tourism Promotion: A Case Study of the Phu Pha Man District, Khon Khan Province. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning*, 12(1), 100-119. Retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil/article/view/246026/170779>
- National Economic and Social Development Council. (2022). *The Principle of Quality Management (PDCA) and Driving Thailand's Sustainable Development*. Retrieved from <https://sdgs.nesdc.go.th/>

- Phakthong, S. (2020). Effectiveness of Area Health Insurance Fund Potential Management Development by Group Process in PDCA Khong Chiam District, Ubon Ratchathani Province. *Research and Development Health System Journal*, 13(2), 178-185.
- Rehman, A. (2020). Awareness and Usefulness of Internal Marketing in the Public Sector. *Governance and Management Review (GMR)*, 5(1), 89-106.
- Sawangdee, Y. (2015). *Content Analysis*. Retrieved from www.spu.ac.th/research/files/2015/03/5.การวิเคราะห์เนื้อหา.pdf
- Sirinam, S., & Wongsarnsri, P. (2013). Approach to Internal Branding Development of Toyota Dealers' Service Center through Internal Marketing Mechanism. *Journal of Thonburi University*, 7(14), 107-118.
- Sriyothin, S. (2021). The Role of Human Resource Management in Internal Branding Concept. *Panyapiwat Journal*, 13(3), 297-306.
- Taylor, M.J., McNicholas, C., Nicolay, C., Darek, A., Bell, D., & Reed, J.E. (2014). Systematic Review of the Application of the Plan-Do-Study-Act Method to Improve Quality in Healthcare. *BMJ Quality & Safety*, 23, 290-298. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1136/bmjqs-2013-001862>
- Tekhanmag, K., & Thampramaun, P. (2020). Wickers Product Development to The Creative Economy of Ban Paklongbangkapieng, Huaphai Sub-district, Singburi Province. *NRRU Community Research Journal*, 14(2), 44-56.
- Thanakwang, K., Isaramalai, S., & Hatthakit, U. (2014). Thai Cultural Understandings of Active Ageing from the Perspectives of Older Adults: A Qualitative Study. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 18(2), 152-165.
- Thanarungrueang, T., & Benjarongrat, P. (2020). Internal Branding to Influence Employees' Job Engagement in an Auto Part Manufacturing Company in Chonburi Province. *The Journal of Pacific Institute of Management Science (Humanities and Social Sciences)*, 6(1), 179-186.
- Vongtharawat, M. (2019). Organizational Culture Affecting Organizational Effectiveness: The Context of Southwest Airlines Service Provision. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(2), 973-985.
- Yang Khi Nok Sub-District Administration. (2017). *Annual Report*. Ubonratchathani: Yang Khi Nok Sub-District Administration.