

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว
OTOP นวัตกรรม : กรณีศึกษา บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน
จังหวัดสิงห์บุรี*

Community Participation on Value Added of Community's Product followed by the
Guidelines of Community Tourism OTOP Nawat Witee: A Case Study of Ban Wang
Khon, Moo 11, Pho Chon Kai Subdistrict, Bang Rachan District, Sing Buri Province*

สุกัญญา พยุงสิน

Sukunya Payungsin

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Marketing Program, Faculty of Management Science ,Thepsatri Rajabhat University

E-mail : sukunya.p@lawasri.tru.ac.th

บทคัดย่อ

Received: July 27, 2020

Revised: August 10, 2020

Accepted: September 1, 2020

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพชนไก่ อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี (2) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพชนไก่ อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี และ (3) หาข้อเสนอแนะในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพชนไก่ อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด มีการสัมภาษณ์จากสมาชิกชุมชนบ้านวังฆรณ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติบรรยาย (descriptive statistics) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพปัจจุบันของหมู่บ้านวังฆรณในปัจจุบันชุมชนได้มีการรวมกลุ่มและมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อการปรับเปลี่ยนให้ชุมชนมีความพร้อมในการปรับตัวของคนภายในชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการสร้างชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม และอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านวังฆรณ ดังนี้ เป็นหมู่บ้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาเก่าแก่ มีวิถีคนภายในชุมชนที่มีความเป็นกัลยาณมิตรเสมือนพี่น้องที่ดีต่อกัน และมีสูตรอาหารไทยโบราณประจำพื้นที่ (2) การมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการร่วมแสดงความคิดเห็นและการเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และด้านการตลาดโดยการแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการตามความรับผิดชอบของสมาชิกตั้งแต่กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

* บทความสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 6 วันที่ 17 – 18 สิงหาคม 2563
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ชุมชน (3) แนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านวังขรณ์ พบว่า สมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญในการร่วมออกแบบตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ของสินค้าภายในชุมชนเนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังไม่มีตราผลิตภัณฑ์ที่เป็นตราประจำของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้การเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุก ๆ ขั้นตอน และจากการสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มและผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ นั้นพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ และตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าได้แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังขรณ์ ตราผลิตภัณฑ์ยังสามารถนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ภายในชุมชนและยังได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมของชุมชน, การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์, OTOP นวัตกรรม

Abstract

The purposes of this research were to (1) examine community's current situations and identity in Ban Wang Khon, Moo 11, Pho Chon Kai subdistrict, Bang Rachan district, Sing Buri province, (2) study community members' participation on marketing management of Ban Wang Khon, Moo 11, Pho Chon Kai subdistrict, Bang Rachan district, Sing Buri province, and (3) provide guidelines on value added of community's product from Ban Wang Khon, Moo 11, Pho Chon Kai subdistrict, Bang Rachan district, Sing Buri province. This study was a mixed methods research. According to the quantitative research, samples consisted of 400 tourists. The research instrument was a set of questionnaire. According to the qualitative research, samples were community members. The research instrument was an in-depth interview. Quantitative data was analyzed in term of descriptive statistics. Moreover, Qualitative data was analyzed in term of content analysis.

The research results showed that, first, in the current situations of Ban Wang Khon, there was a group of people gathered together. They all participated and prepared to change their community in accordance with the Guidelines of Community Tourism OTOP Nawat Witee. In the aspect of community identity, this village had the interesting ancient history. People in the community were friendly. They had their own local recipes. Second, the community members' participation on marketing management could be seen in brainstorming and managing within the community enterprise group and marketing. Each member was assigned to do their job from production processes to community product distribution and sales. Third, in the guidelines on value added of community's product, members' in the community enterprise group actually want to participate on designing of product brand and packaging. They did not have their own product brand to add value to their product and present community identity. Members and Customers satisfaction on brand design was at high level, the product brand and packaging were developed to present Ban Wang Khon identity. Furthermore, the product brand could use with other products in the community and was accepted by customers.

Key words: Community Participation, Value Added of Community's Product, OTOP Nawat Witee

ความสำคัญและปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชน มีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ และ พันธกิจกระทรวงมหาดไทย ข้อ 4. เสริมสร้างความเข้มแข็ง ของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนภารกิจอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้าง ความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2560)

นโยบายรัฐบาลมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาในเรื่องปากท้องของประชาชนโดยให้ภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการเพื่อให้สอดคล้องกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาชุมชนส่งเสริมยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้ขายได้มุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากลทำให้ผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ต่างๆ ไม่มีความสุข รายได้ไปตกอยู่แก่ผู้ประกอบการคนเดียว หรือบางกลุ่มเล็กไม่กระจายถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านยุคการผลิตคนขายสินค้า OTOP ออกจากชุมชนเพียงด้านเดียวสู่การเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดยการขายสินค้า อยู่ในชุมชนที่มาจากการท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ ทั้งนี้ครอบครัวและลูกหลานยังอยู่ร่วมกันไม่ต้องแข่งขันนำผลิตภัณฑ์ออกไปขายนอกชุมชนเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ชวนกันคิด ชวนกันทำ ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งมีการเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ซึ่งรายได้จะกระจายอยู่กับคนในชุมชน ทุกคนมีความสุข เป็นการสร้าง ความเข้มแข็งให้กับชุมชน (Strength with in) และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561, 3)

หนึ่งในเมืองรองที่น่าสนใจที่มีอัตลักษณ์และมีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม คือจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นจังหวัดทางภาคกลางที่มีสถานที่และมีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มาก สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและยังสามารถเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสถึงมนต์เสน่ห์ทางการท่องเที่ยวได้ อันจะนำมาซึ่งคุณค่าและมูลค่าที่เพิ่มขึ้นในทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี จังหวัดสิงห์บุรีเป็นที่รู้จักในฐานะเป็นถิ่นวีรชนคนกล้า โด่งดังด้วยเรื่องราวของชาวบ้านบางระจันที่สละชีพต่อสู้ชาติไทยอย่างหาญกล้า เป็นจังหวัดที่อุดมด้วยอาหารของกินที่สมบูรณ์ รสชาติอร่อย เป็นถิ่นปลา โดยเฉพาะ ปลาช่อนเผา และ แคปลาช่อน กุนเชียงปลา อันลือชื่อ สิงห์บุรี อาจไม่ใช่จังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเด่นชัดมากนัก ส่วนใหญ่มีแต่วัดวาอารามชมความงามของวัดเก่าแก่โบราณ ไหว้พระเสริมดวงเพื่อเป็นสิริมงคล (สำนักงานจังหวัดสิงห์บุรี, 2562)

บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ตำบลโพธิ์ไก่อ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นหนึ่งในหมู่บ้านที่เข้าร่วมในโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ซึ่งเกิดจากแรงผลักดันจากภาครัฐบาล ผู้นำชุมชน และคนในชุมชนที่ต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการสร้างรายได้ภายในชุมชนที่นอกเหนือจากการขายสินค้า OTOP จากชุมชนเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องการที่จะเพิ่มรายได้ด้วยการเพิ่มช่องทางทางการตลาดในการสร้างรายได้ในระยะยาวร่วมกันระหว่างการค้าขายสินค้าและการท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยมุ่งเน้นการค้าขายสินค้าภายในชุมชนที่มาจากการท่องเที่ยว ดึงเอาเสน่ห์

ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ภายในชุมชนให้ออกมาเป็นรายได้ จากการสัมภาษณ์นายอำเภอ และผู้ใหญ่บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี พบปัญหาดังนี้ (1) ชุมชนต้องการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และ (2) ชุมชนมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการ สร้างตราประจำผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนให้มีความเป็นที่จดจำของผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ภายในชุมชนล้วนเป็น การผลิตจากวัตถุดิบ แรงงาน และภูมิปัญญาของท้องถิ่น แต่ยังขาดการเพิ่มมูลค่าและพัฒนาทางการตลาด ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคภายนอกชุมชน (สุชาติ ภาเจริญ, และสมศักดิ์ พ่วงเยี่ยม, 2561)

ในการศึกษาครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตาม แนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพนโก อำเภอบางระจัน จังหวัด สิงห์บุรี ซึ่งมีส่วนสำคัญในการช่วยสนับสนุนให้คนภายในชุมชนได้เล็งเห็นความสำคัญของอัตลักษณ์ชุมชนและยังช่วย สนับสนุนให้เกิดการเพิ่มศักยภาพด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของ จังหวัดสิงห์บุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี
3. เพื่อหาข้อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตาม แนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังขรณ์ หน่วยงานภาครัฐ และนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่

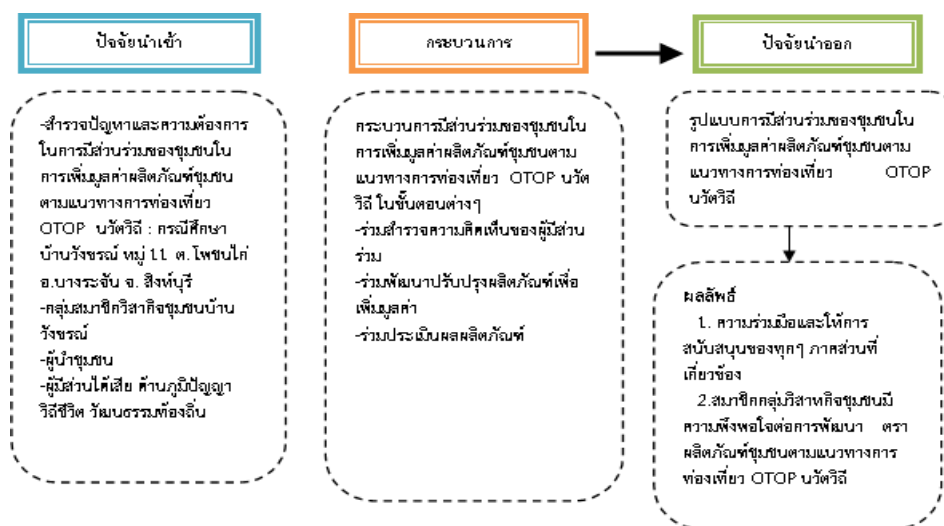
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ กลุ่มสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้า มาท่องเที่ยวในบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่บ้านวังขรณ์ ดังนั้นจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ โดยใช้สูตรคำนวณแบบ ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของสูตร W.G. cochrane (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

3. ขอบเขตระยะเวลา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี มีช่วงเวลาดำเนินการตั้งแต่ ตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึง กันยายน พ.ศ. 2562

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี เป็นการวิจัยแบบผสมผสานที่มีการใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยผู้วิจัยได้จำแนกการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก

อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และตัวแปรที่ต้องการศึกษา รวมทั้งสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมแนวคิดในการวิจัยในหัวข้อเรื่องสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

2. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ การเก็บข้อมูลภาคสนาม ในพื้นที่จริงจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยเฉพาะการสำรวจพื้นที่และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน โดยศึกษาสภาพปัจจุบัน ลักษณะทางภูมิศาสตร์ บริบท อัตลักษณ์ และศักยภาพของบ้านวังฆรณ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

2.2 ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) และจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) กับผู้นำชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชาวบ้าน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ

3. โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของชุมชนบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาค้นคว้าการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในเรื่องการบริหารจัดการภายในกลุ่มและทางด้านการตลาดของหมู่บ้านวังฆรณ

2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จัดสนทนากลุ่ม มาจัดทำโครงสร้างของการบริหารจัดการภายในกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงการมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบภายในกลุ่ม ของสมาชิกชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อหาข้อเสนอแนะทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

2. ผู้วิจัยจัดประชุมสัมมนาระดมความคิดเห็นของสมาชิกชุมชนแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี ทั้งในภาครัฐและเอกชน โดยนำเสนอผลสรุปจากการวิเคราะห์ SWOT ให้แก่ที่ประชุม และร่วมกันระดมความคิดเห็น เพื่อร่วมกันหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากสนทนากลุ่มและเวทีชาวบ้าน PAR) โดยการใช้ประชุมกลุ่มเฉพาะ (focus group discussion) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการภายในกลุ่มและทางด้านการตลาด ผู้วิจัยวิเคราะห์และสังเคราะห์และสรุปข้อมูลทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

2. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการจัดกลุ่มเนื้อหาและทำการเชื่อมโยงเนื้อหาแต่ละส่วนเข้าด้วยกันเพื่อหาข้อสรุปในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้ (1) สมาชิกกลุ่มมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการวางแผนออกแบบตราผลิตภัณฑ์ประจำชุมชน และ (2) การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนให้อยู่ในระดับที่มีมาตรฐานมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เรียงลำดับการนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพชนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

จากการสำรวจและเก็บข้อมูลภาคสนามจากพื้นที่จริงแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่า หมู่บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตั้งอยู่ใน ต. โพชนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี เป็นชุมชนที่เปิดให้คนภายนอกสามารถเข้าไปท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชน ในการเข้าถึงชุมชนสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย สมาชิกชุมชนมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สืบเนื่องจากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและมีผู้นำชุมชนที่มีความความเข้มแข็งในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกชุมชน ส่งเสริมผลักดันให้คนในชุมชนรักบ้านเกิดร่วมกันลงมือพัฒนาท้องถิ่นให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเข้าร่วมโครงการ OTOP นวัตกรรม ทำให้เกิดการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อเกิดการปรับเปลี่ยนให้ชุมชนมีความพร้อมในการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายการสร้างชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม และยิ่งดึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านวังขรณ์ออกมาในรูปแบบของการนำเสนอ อนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี คงความเป็นหมู่บ้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาเก่าแก่ มีวิถีคนภายในชุมชนที่มีความเป็นกัลยาณมิตรเสมือนพี่น้องที่ดีต่อกัน และมีสูตรอาหารไทยโบราณประจำพื้นที่

ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) สำหรับการศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพชนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี ด้วยวิธีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) มีรายละเอียดดังนี้

จุดแข็ง

1. บ้านวังขรณ์มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ใฝ่รู้และมีความพยายามในการพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความทันสมัยและเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกับหมู่บ้านอื่นๆ
2. สมาชิกภายในชุมชนบ้านวังขรณ์ มีความรักสามัคคีกัน ร่วมแรง ร่วมใจในการพัฒนาอาชีพพัฒนาหมู่บ้าน
3. กลุ่มสมาชิกมีความพยายามในการเสาะแสวงหาแหล่งขายจากภายนอกเพื่อก่อให้เกิดรายได้ภายในกลุ่มร่วมกัน
4. ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางตัวได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค เช่น ปลาตุ๋นย่าง น้ำพริกกะปิ ปูนาทอด ไม้กวาดทางมะพร้าว ข้าวสาร น้ำสมุนไพร เป็นต้น

จุดอ่อน

1. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเพียงลูกค้าภายในชุมชน ยังไม่แพร่หลายสำหรับบุคคลภายนอก
2. ผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนยังขาดความสม่ำเสมอในการผลิต เช่น ไม้กวาด ข้าวสาร เป็นต้น
3. บรรจุภัณฑ์ยังขาดมาตรฐาน และตราของผลิตภัณฑ์ชุมชน
4. ยังขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนและผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของผู้ค้ารายอื่นที่มีอยู่ภายในท้องตลาด

โอกาส

1. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐภายในจังหวัดสิงห์บุรี
2. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยส่วนใหญ่มีอยู่ภายในชุมชน
3. เกิดความหลากหลายในการกระจายอาชีพของคนภายในชุมชน

อุปสรรค

1. กระแสของโครงการ OTOP นวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามสมัยนิยมของผู้บริโภค
2. ข้อจำกัดในด้านของพื้นที่ในการท่องเที่ยวของบ้านวังฆรณ ยังไม่ใช่พื้นที่หลักในการท่องเที่ยวทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก

ตอนที่ 2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพชนโก อ. บางระจัน จ.

สิงห์บุรี

1. ผลจากการมีส่วนร่วมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ประจำชุมชนบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพชนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี พบว่า สภาพปัญหาของบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีรูปแบบในการใช้งานที่ไม่สามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้นานเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่ไม่ถูกประเภทของผลิตภัณฑ์ ขาดความทนทานต่อการวางขาย เสียหายง่ายอีกทั้งตราผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนใหญ่เป็นการใช้ตัวอักษรของชื่อชุมชน ทำให้ไม่สามารถสร้างการจดจำได้ง่าย มีรูปแบบและสีสันทึบตันไม่สะดุดตา จากกระบวนการมีส่วนร่วมในการคิดและพัฒนา รูปแบบของบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน ได้ข้อค้นพบร่วมกันว่ารูปแบบของตราผลิตภัณฑ์ควรมีลักษณะที่สามารถแสดงความเป็นตัวแทนของชุมชน และควรมีลักษณะที่สามารถจดจำและเข้าใจได้ง่ายชัดเจน ตราผลิตภัณฑ์ของชุมชนควรที่จะสามารถนำไปใช้ร่วมกันกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆที่จะผลิตภายในชุมชนในอนาคต



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ก่อนการออกแบบ

2. ผลการประเมินรูปแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า สมาชิกชุมชนได้ร่วมกันพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งานสามารถป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ การขนย้าย การวาง การบรรจุ ส่วนผลประเมินรูปแบบของตราผลิตภัณฑ์ของชุมชนสมาชิกชุมชนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบร่วมในการออกแบบประเมินความสวยงามตามความเหมาะสมของการใช้งาน ซึ่งผลที่ได้จากการมีส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิกชุมชนที่การร่วมแสดงความคิดเห็น พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ความเห็นในภาพรวมว่าการออกแบบสวยงาม

เหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รองลงมาการออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และการบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด การออกแบบนำเสนอใจสามารถดึงดูดใจและการออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีความพึงพอใจระดับมาก และการออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน มีความพึงพอใจในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ



ภาพที่ 2 บรรจุภัณฑ์ ตรายผลิตภัณฑ์หลังการออกแบบ และผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ใช้ตราาร่วมกัน

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และตรายผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตรายผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด รองลงมาการบ่งบอกความเป็น อัตลักษณ์ของชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 มีความพึงพอใจในระดับมาก การออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีความพึงพอใจในระดับมาก การออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชนได้อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 มีความพึงพอใจในระดับมาก การออกแบบนำเสนอใจสามารถดึงดูดใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีความพึงพอใจในระดับมาก และการออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มีความพึงพอใจในระดับมากตามลำดับ

ตอนที่ 3 เพื่อหาข้อเสนอแนะทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพชนก

อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

จากการวิเคราะห์เพื่อหาข้อเสนอแนะทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพชนก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี เป็นการชี้ให้เห็นการวิเคราะห์องค์ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถเปรียบเทียบและมองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ทำขายตามท้องตลาด ฉะนั้นจุดสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน คือต้องมีความแตกต่างและสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะพื้นที่ที่แล่นนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สรุปโดยภาพรวมได้ประเด็นดังนี้

1. คักยภาพภายในชุมชนที่สามารถเชื่อมต่อและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานในระดับท้องถิ่น เช่น พัฒนาชุมชน ตลอดจนสามารถสร้างเครือข่ายทางการตลาดตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับจังหวัด ห้างสรรพสินค้าภายในท้องถิ่น

เนื่องจากในปัจจุบันมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือชุมชน สนับสนุนให้เป็นชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดสิงห์บุรี เป็นต้น ผู้นำชุมชนได้ผลักดันให้ชุมชนบ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพชนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินโครงการสัมมนาฯต่างๆ เพื่อการมุ่งเน้นการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้แก่ชุมชน เช่น โครงการไม้กวาดบ้านวังฆรณ โครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ผ่านการฝึกปฏิบัติให้เกิดผลจริง ความสำเร็จในเบื้องต้นเกิดขึ้นจากความสามัคคีภายในชุมชนที่ต้องการให้คนภายในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และยังต้องการนำเสนออาหารและผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่นและยังพร้อมสำหรับการให้ความร่วมมือในการพัฒนาและเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสมาชิกภายในชุมชนมองเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มแบบมีส่วนร่วม การนำผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนมาสร้างความเป็น อัตลักษณ์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นหรือความแตกต่างจากตลาดภายนอกและเพื่อให้เกิดการจดจำอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังฆรณ

2. สมาชิกภายในชุมชนมีแนวคิดในการมีส่วนร่วมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ไปในทิศทางเดียวกัน พบว่าสมาชิกภายในชุมชนบ้านวังฆรณ ส่วนใหญ่มีอาชีพทำไร่ ทำนา ยังไม่ได้มีอาชีพอื่นที่ชัดเจน ที่ผ่านมามีได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐบาล เช่น ธนาคารเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานพัฒนาชุมชน การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) เป็นต้น โดยเข้ามาส่งเสริมให้สมาชิกประกอบอาชีพ การเลี้ยงปลา การเลี้ยงปูนา การทำปุ๋ย การทำไม้กวาด การแปรรูปน้ำสมุนไพร เป็นต้น แต่ในการสนับสนุนดังกล่าวสมาชิกภายในชุมชนก็ยังไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากยังขาดการเพิ่มมูลในตัวของผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบภายในชุมชน จากการรวบรวมข้อมูลทำให้พบว่าภายในชุมชนมีวัตถุดิบประเภทของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น กล้วย ดอกกระเจียว ใบเตย มะพร้าว ข้าว ทางกลุ่มและผู้วิจัยได้มีการรวบรวมความคิดเห็นในการที่จะเพิ่มมูลค่าจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในท้องถิ่นเนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสมาชิกภายในชุมชนเพียงแค่เก็บมาขายให้กับสมาชิกภายในชุมชนทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอ และผู้วิจัยได้พบว่าสมาชิกภายในชุมชนได้พูดถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังฆรณในเรื่องการมีฝีมือในการทำอาหารพื้นถิ่น รสชาติของอาหารเป็นที่ถูกใจของคนที่อยู่ในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงเวลาที่มีการจัดงานต่างๆ จึงทำให้สะท้อนถึงความแตกต่างด้านทักษะในการทำอาหารและผู้วิจัยต้องการผนวกความเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาเพื่อให้เกิดการพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการยอมรับและให้มีความเป็นมาตรฐานเพื่อจำหน่ายภายนอกชุมชนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของการจัดทำแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่ทางภาครัฐบาลสนับสนุนให้ชุมชนนำสินค้าทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และการร่วมมือกันในทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมชุมชนที่ผ่านการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าของชุมชนและสามารถนำไปออกงานในระดับจังหวัดได้ ได้แก่ น้ำสมุนไพร ปลาตากแห้งสมุนไพร กล้วยแปรรูป น้ำพริกกะปิ ปูนาทอดสมุนไพร และข้าวบรจุญ เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ต. โพชนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี พบว่า หมู่บ้านวังฆรณมีการรวมตัวกันของคนภายในชุมชนเพื่อทำการผลิตสินค้าประจำชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีประจำชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังขาดความเป็นอัตลักษณ์ประจำพื้นถิ่น การออกแบบยังไม่เป็นที่น่าสนใจขาดความสม่ำเสมอในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ ปัญญาชน รัตนพรพรรัตน์ (2557) ที่กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบง่าย ๆ จะทำ

ให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ และไม่เป็นที่ยอมรับในสายตาของผู้บริโภค หากว่าความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าควรสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแบบมีส่วนร่วมจากสมาชิกในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกๆขั้นตอน

บ้านวังขรณ์ กลุ่มสมาชิกมีความพึงพอใจมากที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิพร ต่ายคำ และคณะ (2557) ที่กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน ได้เกิดจากการระดมสมองของคนภายในชุมชนและผ่านการรับรองรูปแบบจากคนภายในชุมชน และการประเมินผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าเพิ่มผู้ประกอบการมีความพึงพอใจที่วิสาหกิจชุมชนสามารถนำทรัพยากรภายในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาผสมผสานให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบทุกด้าน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้นำเอาวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์หรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อไป ในส่วนของผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากต่อการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติมา เสือทองและคณะ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี และเพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้มีความพึงพอใจมากต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับและทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของตราสัญลักษณ์ประจำผลิตภัณฑ์ ว่าควรทำการพัฒนาตราสัญลักษณ์ประจำผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วย และในด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลภายนอกชุมชนนั้นสมาชิกชุมชนมีความเห็นตรงกันจากการสัมภาษณ์ถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกรูปแบบให้มีจำนวนช่องทางที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรัตนลวดิ โปสุวรรณ และวิศาล บุญประกอบ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มีดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยวิธี E-Commerce : ชุมชนล้านใหม่ พบว่าการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้อยู่ในความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ให้ตรงต่ออัตลักษณ์ของชุมชนยังต้องเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อการขยายตลาดในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ข้อเสนอแนะทั่วไปการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษาบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ต. โพนโก อ. บางระจัน จ. สิงห์บุรี

(1) การมีส่วนร่วม ได้แก่

1) ภายในชุมชนควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการรองรับนักท่องเที่ยว และการมีข้อตกลงสำหรับการบริหารงานในรูปแบบการตลาดการปฏิบัติตามกฎการบริหารจัดการด้านการตลาด เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาในการขายภายในตลาดและควรมีกติกากำหนดวันเปิด-ปิด การขายที่แน่นอนเพื่อแจ้งให้ทุกคนทราบล่วงหน้า

2) ควรมีการวางแผนเรื่องกฎระเบียบระเบียบภายในชุมชนร่วมกันตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ตลาดแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในเรื่องของการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมภายในชุมชน ปัญหาขยะ ปัญหาเวรยามสำหรับการจัดการขยะภายในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว

(2) การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่

1) ควรมีผู้ดูแลระบบการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ จะทำให้การขายผลิตภัณฑ์ชุมชนมี ยอดขายเพิ่มขึ้น

2) ควรมีการติดต่อสอบถามเพิ่มเติมในการนำสินค้าไปวางขายตามศูนย์กระจายสินค้าประจำ จังหวัด ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น หรือร้านขายของที่ระลึกเพื่อที่จะสามารถทำให้ขยายตลาดได้มากขึ้น

3) ควรมีการตรวจสอบ แก้ไข เปลี่ยนแปลง พัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ

4) ควรมีการจัดทำสื่อมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน สินค้าชุมชน และ

วิถีชีวิตชุมชนที่โดดเด่นและแตกต่างจากที่อื่นๆ และควรมีการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ที่เป็นปัจจุบันเสมอๆ

5) ควรรหาพันธมิตรกับชุมชนอื่นๆ ในบริเวณที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและ บูรณาการการท่องเที่ยว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

(1) ควรจัดให้มีหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ สำหรับการให้ความรู้ ให้การสนับสนุนช่วยเหลือให้ คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และการสร้างนวัตกรรมทางการ ผลิตใหม่ๆ เพื่อการเตรียมความพร้อมต่อการพัฒนาตลาดในอนาคต

(2) ควรจัดให้มีการจัดอบรมพัฒนาถ่ายทอดความรู้ เพื่อเพิ่มทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่นหลักสูตรนักเล่าเรื่องชุมชน

(3) ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริมและแนะนำระหว่างชุมชน

1.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรติดตามและประเมินผลการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

(2) ควรศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยชุมชนได้รับผลกระทบทางด้านใดบ้าง

(3) ควรศึกษาขีดความสามารถของชุมชนในการพัฒนาปรับปรุง ต่อยอดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการขยายฐานการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อมากขึ้นและ

(4) ควรศึกษาช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อขยายตลาดในอนาคตและยังเป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ คนในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.(2560). ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ

20 ปี (พ.ศ.2560 –2579) และแผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 –2564). กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). หลายเส้นทาง หลากผลิตภัณฑ์: คู่มือการดำเนินงานโครงการหมู่บ้าน OTOP เพื่อ

การท่องเที่ยว (OTOP Village) 8 เส้นทาง. กรุงเทพฯ : กระทรวงมหาดไทย.

จิตติมา เลือทอง มัทนา โมรากุล และวรฤทัย หาญโชติพันธุ์. (2555). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้าน เขียวขจี จังหวัดนนทบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- ปัทมณัฏฐ ธนัทพรพรรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี. (2557). *การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเคื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี*. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- รัตน์ลวดี โปสุวรรณ และวิศาล บุญประกอบ. (2553). *การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์มีดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายด้วยวิธี E-commerce : ชุมชนบ้านใหม่ เพชรบูรณ์*. : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- สมศักดิ์ พวงเยี่ยม. (2561, กรกฎาคม 6). ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 11 บ้านวังขรณ์ ตำบลโพชนโก อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. สัมภาษณ์.
- สำนักงานจังหวัดสิงห์บุรี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดสิงห์บุรี. (2561). *วันเดียวเที่ยวสิงห์บุรี*. สืบค้น ตุลาคม 30, 2561, จาก http://www.singburi.go.th/_2017/travel_activity/detail/1.
- สุชาติ ภาเจริญ. (2561, กรกฎาคม 6). นายอำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี. สัมภาษณ์.
- ศศิพร ตายคำ. (2557). *การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดราชบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.