

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน
ในตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
Community Product Development Guidelines under the Identity and Story
of Community ways in Khlong Khuean Sub-district, Khlong Khuean District,
Chachoengsao Province

วิชุดา จันทรเวอร์จน์¹ กิตติวงศ์ สาสวด² และ ณฐ สบายสุข³

Vichuda Junveroad Kitiwong Sasuad and Natha Sabaisuk

Article History

Received: February 02, 2022

Revised: February 20, 2022

Accepted: February 20, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน สภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับผู้ซื้อในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 200 ราย จากกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนตำบลคลองเขื่อน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจำนวน 20 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ผลิตสินค้าที่มีระดับการปฏิบัติทั้ง 6 ด้าน พบว่า ภาพรวมมีระดับการปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความยากต่อการลอกเลียนแบบ ตำบลคลองเขื่อนควรสร้างราย

¹ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Lecturer, Faculty of Management Sciences Rajabhat Rajanagarindra University

E-mail: Vichuda_koy@hotmail.com *Corresponding author

² นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Lecturer, Faculty of Management Sciences Rajabhat Rajanagarindra University

ได้และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ในขณะเดียวกัน มีการเผยแพร่อัตลักษณ์ผ่านการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนได้สร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยยังคงรักษาวิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมไว้ ชุมชนตำบลคลองเขื่อนมีระบบเศรษฐกิจเป็นของตนเอง มีครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต ปัญหาด้านการผลิตสินค้าของชุมชนตำบลคลองเขื่อนได้แก่ วัตถุดิบในพื้นที่หายาก และมีราคาแพง ต้นทุนการผลิตสูงแต่ขายได้ในราคาต่ำ สมาชิกขาดความร่วมมือ ความสามัคคี และความรับผิดชอบ การพัฒนาต้องเริ่มจากฐานวัฒนธรรมชุมชน ต้องรื้อฟื้นคุณค่าดั้งเดิมที่ชุมชนมีอยู่มาประยุกต์สร้างสรรค์ทางเลือกขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน ตลอดจนภาครัฐควรมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ และมีการบูรณาการร่วมกันในหลายหน่วยงาน 2) ควรพัฒนาและฟื้นฟู ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความยากต่อการลอกเลียนแบบ ตลอดจนภาครัฐมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน ควรสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนตำบลคลองเขื่อนในตราสินค้าเพื่อสร้างรายได้ เพื่อยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้นำชุมชนได้สร้างกิจกรรมเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยรักษาวิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมไว้

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อัตลักษณ์ วิถีชุมชน ตราสัญลักษณ์

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the identity and story of the community ways, production conditions, community product development and participation in network partners in the Khlong Khuean sub-district, Khlong Khuean District, Chachoengsao Province and 2) to study guidelines for community product development in building a link between the logo and the buyer in the Khlong Khuean sub-district. This study is quantitative research and qualitative research. The sample used for quantitative research was comprised of 200 specific samples from the producers. The statistics used for data analysis were frequency, mean, standard deviation. The sample used for qualitative research consisted of section by focus group a 20 key informants, analyzed the data through content analysis. The results of the study were as follow:

1) Analysis results Arithmetic mean and standard deviation. Opinion of the product manufacturers on the six operational levels showed that the overall level of practice was at a moderate level. Local culture, marketing success uniqueness of products, technology, use of creative economy concepts difficulty to copy. The Khlong Khuean sub-district is to create income and improve the quality of living of villagers in the community for a sustainable better. A traditional way of life is preserved. At the same time, identity is spread through tourism. Community leaders create activities to connect with tourism. While maintaining the traditional way of life of Khlong Khuean sub-district community has its own economic system. There is family and community as a production unit. Problems in the production of products of the Klong Khuean community include Local raw materials are scarce and expensive, the cost of production is high, but can be sold at a low price. Members lack cooperation, unity and responsibility. Development must start from the community culture base. It is necessary to restore the traditional values that the community has to apply and create new alternatives in accordance

with the current social situation. As well as the government sector should play an important role in supporting the success of the community operations and being integrated together in many departments.

2) It should be developed and restored local culture marketing success uniqueness of products, technology, use of creative economy concepts and develop products that are difficult to imitate. As well as the government sector plays an important role in supporting the success of the community operations. There is mutual integration of many departments. The identity and story of the Klong Khuean community lifestyle should be created in the brand to generate income and improve the livelihoods of the villagers in the community for a sustainable better. The community leaders have created activities to connect with tourism while preserving the traditional way of living.

Keyword: Community product development, Identity, Community ways, Logo

บทนำ

จากความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก ประกอบกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวิทยาการที่ทันสมัย ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้ามามีส่วนในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ของภาคการผลิตและภาคบริการอื่น ๆ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับภาคสร้างสรรค์ (Creative Sector) หรือสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Assets) เลย เช่น การเปลี่ยนการเกษตรแบบดั้งเดิมให้กลายเป็นการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) ด้วยการนำความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีไปพัฒนากระบวนการผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าผลผลิต เป็นต้น ซึ่งในหลายประเทศให้ความสำคัญและกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น นโยบายที่สนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงเข้าหากัน (Crossover) ระหว่างนักออกแบบกับธุรกิจอื่น ๆ ในประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น (พณิศา มิตรภักดี, ออนไลน์, 2561)

เมื่อกล่าวถึงอัตลักษณ์ เป็นสิ่งที่บุคคลรับรู้ตนเองว่า คือใคร และดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร อัตลักษณ์คือสิ่งที่กำหนดทางเดินให้แก่บุคคล เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ใครเป็นพวกเดียวกับเรา และใครที่แตกต่างจากเรา กล่าวโดยอีกนัยหนึ่ง อัตลักษณ์เกิดจากการนิยามว่าตัวเราคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นในสังคมอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมายในการแสดงออกอัตลักษณ์

ดังกล่าว ดำรงอยู่ว่าเรารู้เกี่ยวกับตนเอง อย่างไร และคนอื่นรับรู้เราอย่างไร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่นๆ ด้วย (Gilroy, 1997) ซึ่งยุคสมัยนี้เป็นยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้อัตลักษณ์ของสังคมเปลี่ยนไปในรูปแบบที่ต่างกันไป การนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนที่มาจากอัตลักษณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นร่วมกันบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกภายในกลุ่มตน ซึ่งมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ และสมาชิกในกลุ่มตนมีความเข้าใจ ตระหนัก และปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันโดยอัตลักษณ์ชุมชนที่เกิดขึ้นมาจากการสร้างวัฒนธรรมทางสังคมเกิดจากการบ่มเพาะภายในสังคมในระยะเวลาหนึ่งที่ไม่หยุดนิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Elliott & Du Gay, 2009)

วัฒนธรรมและการออกแบบเป็นสองสิ่งที่สามารถอยู่ร่วมกันได้ เพียงแต่ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ตรงกันเสียก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมตะวันออกนั้น เรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ฝังรากลึกจนกลายเป็นจุดแข็งและต้นทุนที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ (พลอย มัลลิกะมาส, ออนไลน์, 2554) เมื่อวิเคราะห์ในเชิงความหลากหลายของวัฒนธรรม ประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ที่แสนยาวนาน ความละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งหากคนในชาติมีความเข้าใจในเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ตรงกันแล้ว จะทำให้การออกแบบภายใต้

ได้กรอบของวัฒนธรรมกลายเป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ร่วมสมัย และทำได้ง่ายโดยไม่ยากเย็นนัก สังคมไทยได้เข้าสู่กระแสโลกาภิวัตน์และกระแสทุนนิยมทำให้กระแสความสนใจและความสำคัญต่อวัฒนธรรมวิถีชุมชนท้องถิ่นมากขึ้นรัฐบาลจึงมีนโยบายให้ชุมชนและท้องถิ่นรื้อฟื้นและอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนเองอันเนื่องมาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์ดังกล่าว วัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ในวิถีชุมชนจึงเป็นจุดขายของชุมชนและท้องถิ่นซึ่งเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติจำนวนมาก การส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟู วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่างๆ โดยการสนับสนุนจากรัฐบาลจึงทำให้ชุมชนหลายแห่งในสังคมไทยเกิดการตื่นตัวสร้างสรรค์วัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นมาใหม่แสดงถึงความรู้สึกของความเจริญงอกงามที่แสดงออกมาในรูปของขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา และการยอมรับของบุคคลในสังคม (ทรงคุณ จันทจร, พิสิษฐ์ บุญไชย และไพรัช ถิตย์ผาด, 2552)

จากการลงพื้นที่เพื่อค้นหาโจทย์วิจัยของคณะผู้วิจัยพบว่า ยังไม่มีการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนโดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นและอัตลักษณ์ในวิถีชุมชนมากำหนดลงในตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นจุดขายของชุมชนและท้องถิ่นดังกล่าว ประกอบกับคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ มีภารกิจที่สำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ซึ่งให้มหาวิทยาลัยดำเนินการภายใต้นโยบายหนึ่งมหาวิทยาลัยหนึ่งจังหวัดและสอดคล้องกับแนวทางการบริการวิชาการแก่สังคมและสอดคล้องกับภารกิจตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏและสอดคล้องกับเกณฑ์การประกันคุณภาพการศึกษาจะต้องมีกิจกรรมบูรณาการงานวิจัยกับภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยและนำผลการวิจัยสู่การใช้ประโยชน์กับท้องถิ่น โดยการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความยั่งยืน ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ มีการดำเนินภารกิจด้านการวิจัยเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นที่พึ่งของประชาชน เป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการมีผลต่อการพัฒนาชุมชนด้านวิชาการ จากการสำรวจข้อมูลที่ผ่านมาพบว่าอาจารย์ในคณะวิทยาการจัดการได้ลงพื้นที่เพื่อทำงานวิจัย

ในหลายพื้นที่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา แต่มีอยู่หนึ่งพื้นที่คือชุมชนตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทราที่ยังไม่มีงานวิจัยในชุมชน ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายของมหาวิทยาลัยเช่นกัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยสังกัดสาขาวิชาการจัดการและเป็นบุคลากรของคณะวิทยาการจัดการ จึงอยากมีส่วนร่วมในการทำวิจัยเชิงพื้นที่ของคณะวิทยาการจัดการ จึงได้เสนอการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนในตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นการบอกเล่าความเป็นมา สร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับลูกค้าและการสร้างอารมณ์ที่มีต่อสินค้าเพื่อให้เข้าใจลูกค้าเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าด้วยอารมณ์และความรู้สึกที่เหนือเหตุผล ท้ายที่สุดจะนำมาซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยั่งยืนและมีความต้องการของลูกค้ามากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน สภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับผู้ซื้อในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนในตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยกำหนดการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานวิธี (Mixed Research) ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ออกแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในการคำนวณของ Cochran (1977) ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert) กลุ่มตัวอย่าง 200 ราย โดยเลือกแบบเจาะจงโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จากกลุ่มประชากรผู้ผลิต และจำหน่ายสินค้าชุมชนตำบลคลอง

เขื่อน อำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาประมวลผลด้วยค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสนทนากลุ่ม เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตสินค้าและบริการในชุมชนตำบลคลองเขื่อน โดยการเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญแบบเจาะจง จำนวน 10 ราย ผู้นำชุมชนจำนวน 5 ราย และบุคลากรหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 ราย รวม 20 ราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับลูกค้าในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. หน่วยงานราชการนำไปกำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตลอดจนชุมชนและท้องถิ่นนำไปพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ
3. การคืนข้อมูลผลการวิจัยสู่ชุมชนตำบลคลองเขื่อน อำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อชุมชนได้แนวทางไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและการเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารวิชาการที่มีคุณภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 70 มีอายุ 18-30 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 มีรายได้รวมทั้งสิ้นต่อเดือน จำนวน 10,001-20,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ผลิตสินค้าที่มีระดับการปฏิบัติทั้ง 6 ด้าน พบว่า ภาพรวมมีระดับการปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจากมากไปน้อยพบว่า ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความยากต่อการลอกเลียนแบบ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าการสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนตำบลคลองเขื่อนในตราสินค้าเพื่อสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ ในขณะเดียวกันก็มีการเผยแพร่อัตลักษณ์เหล่านั้นผ่านการท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จะต้องมีการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ คือ การรักษาธรรมชาติ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นด้วยกระบวนการพัฒนา โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็งอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้นำชุมชนได้สร้างกิจกรรมอื่นๆ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยยังคงรักษาวิถีความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นการมีโฮมสเตย์ได้ขยายประสบการณ์การเรียนรู้ รวมถึงการทำของที่ระลึกเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในตำบลคลองเขื่อน ผู้นำชุมชนได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง เกิดการรวมกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ชุมชนตำบลคลองเขื่อนมีระบบเศรษฐกิจเป็นตัวเอง มีครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต มีเป้าหมายของตัวเองคือมุ่งให้ครอบครัวพอเพียงที่จะดำรงชีพได้และชุมชนอยู่รอด ผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองแม้อาจผลิตเพื่อขายเพื่อให้ได้เงินมาเลี้ยงครอบครัว ปัญหาด้านการผลิตสินค้าของชุมชนตำบลคลองเขื่อนได้แก่ วัตถุดิบในพื้นที่หายากและมีราคาแพง ต้นทุนการผลิตสูงแต่ขายได้ในราคาต่ำ สมาชิกขาดความร่วมมือ ความสามัคคี และความรับผิดชอบ สมาชิกไปประกอบอาชีพอื่นเนื่องจากได้รับผลตอบแทนน้อย ภาครัฐไม่ค่อยดูแลช่วยเหลือ ชุมชนบริหารกันเอง ขาดการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างภาครัฐกับชุมชน งบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอและต่อเนื่อง การส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐมีน้อย การแก้ไขปัญหาด้านการผลิตร่วมกันของสมาชิกโดยส่วนใหญ่เงินทุนในการประกอบกิจการมาจากการระดมทุนของสมาชิกที่รวมกลุ่มกัน ปัญหาสำคัญที่เกิดจากหน่วยงานภาครัฐไม่ค่อยดูแลช่วยเหลือปล่อยให้กรรมการบริหารกันเอง ขาดการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างภาครัฐ งบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอ ภาครัฐไม่มีการฝึกอบรมให้สมาชิกอย่าง

ต่อเนื่อง และภาครัฐไม่เข้ามาช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น สิ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของการผลิตสินค้าชุมชน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านผู้นำ ด้านแรงงาน ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก การสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ การรับผิดชอบต่อสังคม การสร้างความสัมพันธ์และการส่งเสริมการให้ความรู้กับผู้ผลิต ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้กับผู้ผลิต เนื่องจากมีผลต่อการบริหารจัดการสินค้า เช่น โครงการอบรมเรื่องการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าหรือบริการ กิจกรรมรณรงค์เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความต้องการสินค้าหรือบริการ

การสร้างอัตลักษณ์ต้องเริ่มจากการพัฒนาวัฒนธรรมชุมชน ต้องรื้อฟื้นคุณค่าดั้งเดิมที่ชุมชนมีมาประยุกต์สร้างสรรค์ทางเลือกขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน ไม่ใช่การถอยหลังไปสู่สังคมเก่าในอดีต ต้องสร้างแบบแผนการผลิตและแบบแผนการดำรงชีวิตขึ้นมาใหม่ภายใต้คุณค่าที่ดั่งตามแบบดั้งเดิม มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน เช่น พัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ช่วยสนับสนุนงบประมาณและให้คำแนะนำ การร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อคงความเป็นชุมชนไว้ มิใช่เน้นทุนนิยมที่คำนึงถึงแต่การต่อสู้แข่งขัน ควรมีการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นมาสู่องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น หรือเรียกว่า คีนอำนาจการตัดสินใจการดำเนินชีวิตให้แก่ชาวบ้าน

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างตราสัญลักษณ์กับผู้ซื้อในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา จากผลการวิจัยพบว่า ชุมชนตำบลคลองเขื่อนควรพัฒนาและฟื้นฟู ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสำเร็จทางการตลาด ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า เทคโนโลยี การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความยากต่อการลอกเลียนแบบ เนื่องจากผลการวิจัยมีการปฏิบัติในประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ตลอดจนภาครัฐมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน เช่น พัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่ช่วยสนับสนุนงบประมาณและให้คำแนะนำ การร่วมมือช่วยเหลือควรรักษาธรรมชาติ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นด้วย

กระบวนการพัฒนา โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็งอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน สภาพการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการมีส่วนร่วมภาคีเครือข่ายในพื้นที่ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา จากผลการศึกษาพบว่า ชุมชนตำบลคลองเขื่อนได้สร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน เพื่อสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน มีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไว้ ในขณะเดียวกันก็มีการเผยแพร่อัตลักษณ์เหล่านี้ผ่านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดชุมชนที่เข้มแข็งอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดจนผู้นำชุมชนได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงเกิดการรวมกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนร่วมกันคิดหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อาจเป็นเพราะว่าชุมชนตำบลคลองเขื่อนให้ความสำคัญกับนวัตกรรมตราสินค้าสู่การสร้างตราสินค้าที่มีชีวิตซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการตลาดที่ต้องการสร้างคุณค่าให้กับตราสินค้าด้วยการสร้างเรื่องราวและ อัตลักษณ์ เพื่อทำให้ผู้บริโภคที่รับรู้ถึงตราสินค้ามีความรู้สึกเชื่อมโยงกับตราสินค้ามากยิ่งขึ้น ทำให้ปัจจุบันตราสินค้าที่มีชีวิต มีการทำการตลาดในรูปแบบใหม่มากมายหลายวิธี เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญและต้องการสินค้าที่เหมาะสมกับความเป็นตัวตนมากขึ้น ทำให้การทำการตลาดต้องเปลี่ยนจากคนหมู่มากมาเป็นการตลาดแบบกลุ่มเฉพาะ สอดคล้องกับ สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2559) ได้ให้แนวคิดหลักของประเทศไทยในยุคสังคมดิจิทัลไว้ว่าเป็นอุตสาหกรรมอัจฉริยะโดยมนุษย์อัจฉริยะ (Smart Industry : Smart People) หมายถึงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยหลักการของนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี (ICT: Innovation, Creativity, Technology) เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการสร้างคุณค่า (Value-Based Economy) ซึ่งฝ่ายพัฒนาองค์ความรู้สำหรับธุรกิจขนาดย่อมก็ได้ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันไว้ว่า จุดมุ่งหมายของกลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาดที่สำคัญนอกจากการทำให้ผู้บริโภคทั่วไปกลายเป็นลูกค้าก็คือการสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับตราสินค้า ด้วยการใช้ความเชื่อมโยงจากผลิตภัณฑ์

เป็นตัวช่วยสร้างคุณค่าให้ตราสินค้ามีความโดดเด่น เกิดความแตกต่างระหว่างตราสินค้าคู่แข่ง โดยการวางตำแหน่งของตราสินค้าให้เกิดความชัดเจนในความต้องการ ตอบสิ่งคาดหวังของลูกค้าใหม่ และรักษาความรู้สึก ประสบการณ์ร่วมของลูกค้าเดิม ในที่สุดแล้ววัฒนธรรมและการออกแบบเป็นสองสิ่งที่สามารถอยู่ร่วมกันได้ เพียงแต่ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่าวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ตรงกันเสียก่อน การออกแบบภายใต้กรอบของวัฒนธรรมกลายเป็นเรื่องของความสร้างสรรค์ การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในระบบที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เป็นเรื่องของเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด หรือรูปแบบการจัดการองค์การ นวัตกรรม นั้นสามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายลักษณะ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะที่เป็นรูปธรรม ที่เป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือ ลักษณะที่เป็นนามธรรม ที่เป็นกระบวนการทำงาน กระบวนการคิด การออกแบบ วางแผน เพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีใหม่ๆ ส่งผลให้เกิดเป็นมูลค่าใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับ พวงทอง วรณิเวชศิลป์ (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาแบบการบริหารธุรกิจกลุ่มอาชีพกระเป๋าสานเส้นพลาสติกตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา จากผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า การออกแบบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนจึงมีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ และยังสอดคล้องกับ เกศณีย์ สัตตรัตน์จวร, สยมภู อุณยะพันธ์ และอัจฉรา สุขจิตต์ (2558) ได้ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหลวงใต้ อำเภอลำปาง ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ ของชุมชนตำบลหลวงใต้จากการสังเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นคนเมืองซึ่งคนทางภาคเหนือจะเรียกตัวเองว่าเป็นคนเมืองโดยมีวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีเป็นคนเมืองอย่างแท้จริง สอดคล้องกับ มธูรา สวนศรี (2559) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการกำหนดอัตลักษณ์ ของชุมชนที่มีส่วนส่ง

เสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเส้นทางกิจกรรม การปรับปรุงภูมิทัศน์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และสอดคล้องกับ บุญเกียรติ ไทรชมภู (2556) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบล เพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า กลุ่ม ประชากรให้ความเห็นด้วยในระดับมากในทุกประเด็น ข้อเสนอแนะจากการวิจัยควรรวมกลุ่มกันเพิ่มมากขึ้น แล้วจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรร่วมกันที่มีรูปแบบการจัดการผลิตและการตลาดให้ได้เหมาะสมสนองความต้องการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้สามารถจำหน่ายได้ทุกวัน มีคณะกรรมการตรวจสอบประเมินผล ปรับปรุง พัฒนา ผลผลิตเป็นระยะ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากขึ้นและยังสอดคล้องกับ ขวัญเนตร อริยวงศ์พานิช และคณะ (2551) ได้ทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดสินค้าศิลปหัตถกรรมของตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด และพบว่าชนิดผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ มีความสัมพันธ์กับความเหมาะสมกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมทางด้านการการตลาดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังสอดคล้องกับ เอกชัย พุ่มดวง และยุสนีย์ โสมทัศน์ (2559) ได้ศึกษากระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมตามแนวเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพ ในตำบลโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จากผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม การวิเคราะห์ปัญหา และการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนการศึกษาจากแหล่งเรียนรู้ต้นแบบเพื่อศึกษาเรียนรู้แนวทางในการบริหารจัดการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ การประกอบธุรกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีขึ้น

ตอนในการจัดการความรู้ และ 3) กลยุทธ์การจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน และยังคงคล้องกับจุฑามาศ ทองแก้ว และคณะ (2559) ได้ศึกษาการบริหารจัดการภูมิปัญญา พัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชือกมัดฟาง จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มจักสานเชือกมัดฟาง เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนมีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดีโดยเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกและได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากเทศบาลเมืองบ้านพลู ภายหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชือกมัดฟางร่วมกับคณะผู้วิจัยด้วยการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาจักสานรูปแบบใหม่ ได้แก่ กีบ ที่คาดผม หวีเสียบ ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ช่วยให้ผู้ใช้บริโภคเพิ่มความสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มมากขึ้นซึ่งเป็นการเพิ่มความภูมิใจที่สามารถสืบทอดภูมิปัญญานี้ให้อยู่คู่ชุมชนสืบไป เมื่อพิจารณาปัจจัยของคุณลักษณะผู้ประกอบการพบว่า ระดับการศึกษาและประสบการณ์ทำงานของผู้ประกอบการ มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะการนำเสนอภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ตราสินค้า สามารถนำมาสะท้อนลงบนบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทต่างๆ ได้ ทั้งบนบรรจุภัณฑ์ขายปลีก ดังนั้นการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างตราสินค้าในการที่จะสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากผู้แข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ข้อเสนอแนะของ อารยา บุญทวี จินดา เนื่องจำนงค์ และวชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อส่งเสริมสินค้าในชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น สถานศึกษาควรนำทุนทางวัฒนธรรม มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นของอำเภอคลองเขื่อนมาจัดทำเป็นหลักสูตรท้องถิ่นของเรา โดยเชื่อมโยงกับนวัตกรรมสู่ไทยแลนด์ 4.0 และร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน แหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

จังหวัดฉะเชิงเทราจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ไหว้พระทางน้ำ การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับปราชญ์ชาวบ้าน การจัดรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรเนื่องจากอำเภอคลองเขื่อน มีสวนมะม่วง มะพร้าว รวมทั้งมีศูนย์เรียนรู้การพัฒนาเศรษฐกิจต้นแบบที่สามารถนำมาพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยววิถีทางวัฒนธรรมและวิถีการเกษตร ซึ่งการ

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจการอยู่ร่วมกันโดยผ่านความสัมพันธ์ต่างตอบแทน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการพัฒนา ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน จึงสร้างธุรกิจทางเลือกที่มีหลักการดำเนินธุรกิจแตกต่างไปจากการทำธุรกิจโดยทั่วไป ซึ่งมุ่งกำไรเป็นด้านหลัก ธุรกิจทางเลือกเป็นการประกอบการโดยคำนึงถึงมิติด้านมนุษย์ สังคม วัฒนธรรมโดยรวม และมีการประกอบการหลากหลายประเภททั้งธุรกิจสร้างสรรค์ กิจกรรมเพื่อสังคม และธุรกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรพัฒนาสินค้าในชุมชนตำบลคลองเขื่อนให้มีความยากต่อการลอกเลียนแบบ
2. ควรพัฒนาสินค้าโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลคลองเขื่อน
3. ภาครัฐควรให้การสนับสนุนการดำเนินงานของชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ โดยให้มีการบูรณาการร่วมกันของหลายหน่วยงาน เช่น พัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
4. จัดตั้งเครือข่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่สามารถประสานความร่วมมือในทุกด้าน รวมทั้งเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น และการตลาด เพื่อให้เข้มแข็งและความยั่งยืนในการสร้างและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. ส่งเสริมให้มีการประยุกต์ พัฒนาและปรับปรุงผลผลิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยี เพื่อการใช้ทรัพยากรที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบผลการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร
2. ควรหาตัวแปรใหม่ ๆ เพื่อนำไปศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชนในประเด็นอื่น ๆ ในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อตรวจสอบผลการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร

บรรณานุกรม

- เกศณีย์ สัตตัตถนขจร, สยมภู อุณยะพันธ์, และอัจฉรา สุขจิตต์. (2558). *การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนตำบลหลวงใต้ อ.งาว จ.ลำปาง*. การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาการจัดการวิชาการ 2015 วิจัยเพื่อสร้างสรรค์ เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน คณะวิทยาการจัดการ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ วันที่ 20-21 ก.พ. 2558 ณ โรงแรมอิมเมิเพรส ถ.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่.
- ขวัญเนตร อริยวงศ์พานิช และคณะ. (2551). *ส่วนประสมการตลาดสินค้าศิลปหัตถกรรมของตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวชาวไทย*. มหาวิทยาลัยนเรศวร. ม.ป.ท.
- จุฑามาศ ทองแก้ว, ประพากรณ์ มานะกิจสมบุรณ์, เยาวลักษณ์ พรหมพัฒน์, ศิริมา ศ ทองลั่นจี, โสภิตา อุณา ตระกูล และ จุริรัตน์ บัวแก้ว. (2559). *การบริหารจัดการภูมิปัญญา พัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชิงภูมิปัญญา*. วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. 8(1), 134-150.
- ทรงคุณ จันทกร, พิสิษฐ์ บุญชัย, และไพรัช ถิตย์ผาด. (2552). *คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ภาคกลาง และภาคใต้. รายงานการวิจัยศิลปและวัฒนธรรมอีสาน: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญเกียรติ ไทรชมภู. (2556). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พื้นที่คุ้งบางกะเจ้า (เกาะพญา) 6 ตำบลเพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร: กรุงเทพฯ.
- พลอย มัลลิกะมาส. (2554). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2563 จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/businessindustrial/16302/#แปรรูป-วัฒนธรรมท้องถิ่น-อย่างไร...ให้ได้เงินล้าน>
- พวงทอง วรรณเวชศิลป์. (2561). *การพัฒนารูปแบบการบริหารธุรกิจกลุ่มอาชีพกระเป๋าสานเส้นพลาสติก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเพื่อการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.
- พัฒนา มิตรภักดี. (2561). สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2563 จาก <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/CreativeEconomyinAction>
- มธูรา สอนศรี. (2559). *แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ*. วารสารกระแสวัฒนธรรม. 17(31), 41-45.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). *แนวคิดประเทศไทย 4.0*. ไทยรัฐ ฉ.2.
- อารยา บุญทวี, จินดา เนื่องจำนงค์, และวชิรพงศ์ มณีนันทวัฒน์. (2561). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา*. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 20(1), 67-85.
- เอกชัย พุ่มดวง และยุสนีย์ โสมทัศน์. (2559). *กระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมตามแนวเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพ ในตำบลโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Cochran W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd Edn). Wiley, New York.
- Elliott, A., & Du Gay, P. (Eds.). (2009). *Identity in question*. Sage.
- Gilroy, P. (1997). *Diaspora and the Detours of Identity*. Open University Press.