

กระบวนการขับเคลื่อนแผนงานวิจัยเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูป

บนฐานอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช

ด้วยนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่

**The Process of Driving Research Plan for Value Creation of Processed
Agricultural Products Based on Khao Pa Na Le identity, Nakhon Si
Thammarat Province with Modern Innovation and Management**

เมธาวี จำเนียร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Methawee Chamnian

Nakhon Si Thammarat Rajabhat Univeristy, Thailand

Corresponding Author, E-mail :methawee_kae@nstru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง กระบวนการขับเคลื่อนแผนงานวิจัยเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่ จัดทำขึ้นเพื่อค้นหากระบวนการขับเคลื่อนแผนงานวิจัยที่ประกอบไปด้วย 6 โครงการวิจัยย่อย โดยแผนการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ทูทางสังคม และทุนวัฒนธรรมของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล ของจังหวัดนครศรีธรรมราช นำไปสู่การสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล และถ่ายทอดนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่สินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล เพื่อสร้างรายได้เศรษฐกิจฐานราก โดยมีกระบวนการขับเคลื่อนแผนงานวิจัยให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ประกอบด้วย การกำหนดโครงการวิจัยย่อยเพื่อแก้ปัญหาและพิจารณาคุณสมบัติของคณะนักวิจัย การหาหรือภาคีเครือข่ายเพื่อชี้เป้า การดำเนินการวิจัยแบบส่งต่อข้อมูล การปรับแผนการดำเนินการระหว่างการศึกษา การนำองค์ความรู้จากโครงการวิจัยย่อยพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ และการสร้างเครือข่ายผู้ใช้ประโยชน์สู่การใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: กระบวนการขับเคลื่อน; การเพิ่มมูลค่า; สินค้าเกษตรแปรรูป; นวัตกรรม; การจัดการสมัยใหม่

Abstracts

This academic article on the process of driving research plan for adding value of processed agricultural products based on Khao Pa Na Le identity, Nakhon Si Thammarat Province with innovation and modern management. It was created to find out the process of driving research plan that consists of 6 research projects. The objectives of this research plan are to study the community context, social capital and cultural capital of processed agricultural products based on Khao Pa Na Le identity, Nakhon Si Thammarat Province. This will lead to value creation of processed agricultural products based on Khao Pa Na Le identity, and transfer of innovation and modern management of processed agricultural products based on Khao Pa Na Le identity to generate income for the grassroots economy. The process consists of setting up research project to solve the problem and considering the qualifications of the research team, discussion with network partners to point out goals, transferring research information among research projects, adjusting the action plan during the research, applying knowledge from research projects to develop entrepreneurial skills and building a network of users to be sustainable.

Keywords: Research Plan Driving Process; Value Creation; Processed Agricultural Products; Innovation, Modern Management

จุดเริ่มต้น: การทบทวนปัญหาที่เกิดขึ้นจริง

จากทิศทางการปฏิรูปประเทศที่มุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทำให้มีการกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในเวทีสากล ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยจึงได้มุ่งพัฒนาบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราเคยทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปรุงปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม และบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนา คนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับโมเดลธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับ อนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ จะทำให้ ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางในประเทศได้ในคราวเดียวกัน โดยในประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้าง

ความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานคณะกรรมการเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2561 : 18-19)

นอกจากนี้ ที่ผ่านมา ตั้งแต่ พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้จัดตั้งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product หรือ OTOP) เป็นโครงการที่มุ่งหวังให้คนในชุมชน ได้นำภูมิปัญญาที่มีอยู่มา พัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ จำหน่ายสร้างรายได้ให้กับตนเอง ครอบครัวและชุมชน ดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศ และก่อให้เกิดผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง โดยหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, ม.ป.ป. : ออนไลน์)

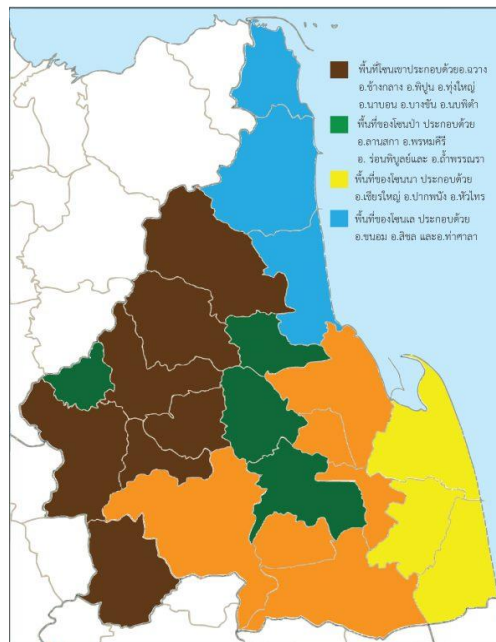
ทั้งนี้ โดยทั่วไปแล้วการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีความเกี่ยวข้องกับฐานบริบทและทุนต่าง ๆ ในชุมชน เนื่องจากการเป็นผลผลิตมาจากฐานทุนที่เป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งถือเป็นต้นน้ำของการผลิต โดยเฉพาะในประเทศไทยนั้นเหมาะสมกับการผลิตทางการเกษตร และชุมชนควรมีความคิดสร้างสรรค์ในการ พัฒนาให้โดดเด่นมีความเหมาะสมกับบริบท แล้วมีการเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ไปสู่กระบวนการปลายน้ำ อย่างการทำการตลาด (Marketing) ที่มีความสำคัญไม่ด้อยไปกว่ากัน ซึ่งผลการศึกษาจากการเก็บข้อมูลของ วิสาหกิจ OTOP (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2563 : ออนไลน์) พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ขายสินค้า OTOP ยังคงมีการ ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความคิดสร้างสรรค์ที่ต่ำมาก เพียงประมาณร้อยละ 11.9 ของจำนวน วิสาหกิจชุมชนทั้งหมดในจังหวัดหนองคายเท่านั้น ในขณะที่ผลการศึกษาจากแบบจำลองทางเศรษฐมิติกลับ พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ผ่านระบบการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมีแนวโน้มที่ จะมีกำไรสูงกว่าวิสาหกิจชุมชนที่ไม่มีกระบวนการวิจัยผลิตภัณฑ์ประมาณร้อยละ 67-69 อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติเลยทีเดียว โดยความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ ของการผลิตสินค้า OTOP นี้ล้วนมาจากตัววิสาหกิจชุมชนเอง

ในด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายจึงควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านการนำความรู้สมัยใหม่ ทั้งด้านการตลาด การผลิต และการบริหารจัดการมาประยุกต์ใช้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนโดยมีเป้าหมาย ให้เกิดการพัฒนอย่งยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองและใช้ทรัพยากรภายในชุมชนให้เกิด ประโยชน์สูงสุด ผู้ประกอบการชุมชนส่วนใหญ่ยังมีปัญหาเรื่องศักยภาพของการบริหารจัดการ การสร้างและพัฒนา ด้าน การตลาดและตัวแทนจำหน่าย ผู้ประกอบการชุมชนจะต้องพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้บริโภค ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจำเป็นต้อง ตระหนักถึงคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ยังมีผู้ประกอบการชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนเป็นจำนวนมาก ที่ ยังคงประสบปัญหาด้านการตลาด ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการออกแบบการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรมีการจัดอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้

ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2563 : ออนไลน์)

จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคใต้ ห่างจากกรุงเทพมหานคร 780 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 9,942.502 ตารางกิโลเมตรหรือ 6,214,064 ไร่ มีพื้นที่มากเป็นอันดับที่ 16 ของประเทศหรือประมาณร้อยละ 1.98 ของพื้นที่ทั้งประเทศ จากข้อมูลของกรมพัฒนาที่ดิน ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากการใช้ที่ดินจังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งการใช้ที่ดินออกเป็น 4 ประเภท คือ (1) พื้นที่ชุมชนและสิ่งปลูกสร้าง 363,224 ไร่ (2) พื้นที่เกษตรกรรม 4,152,703 (3) พื้นที่ป่าไม้ 1,366,008 ไร่ (4) พื้นที่น้ำ 107,408 ไร่ และ (5) พื้นที่เบ็ดเตล็ด 224,701 ไร่ (กรมพัฒนาที่ดิน, 2561 : 4)

ด้วยมีพื้นที่กว้างใหญ่ดังข้อมูลข้างต้น จึงได้มีการแบ่งจังหวัดนครศรีธรรมราชในมิติของสภาพภูมิประเทศ มีพื้นที่เขา กล่าวคือ เป็นพื้นที่อยู่ในบริเวณเทือกเขาหลวงและเขานัน มีป่า มีภูเขา (พื้นที่ลาดชันสูง) พื้นที่ป่า (พื้นที่ลาดชันปานกลาง) ที่นา (พื้นที่ราบ) และพื้นที่ติดทะเล (อ่าววนคร) ซึ่งลักษณะของพื้นที่จะส่งผลต่อกิจกรรมการผลิตของชุมชนมีความหลากหลายตามไปด้วย พื้นที่ เขา ป่า นา เล เป็นการจำแนกพื้นที่ตามลักษณะภูมิศาสตร์และบริบทต่าง ๆ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสภาพวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งวิถีคิด จิตใจ ทรัพยากรที่ส่งเสริมในการดำรงชีวิต การจำแนกในลักษณะนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชนในพื้นที่ต้นน้ำ (พื้นที่เขา) ถึงปลายน้ำออกทะเลอ่าวไทย (พื้นที่เล)



แผนภาพที่ 1 การแบ่งพื้นที่ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่มา : คณะผู้วิจัย (มีนาคม, 2565)

ในส่วนของสินค้าเกษตรของจังหวัดนครศรีธรรมราชถือว่าได้รับการยอมรับของผู้บริโภคทั่วประเทศ และในต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าเกษตรประเภทผลิตภัณฑ์ไม้ผล อย่างไรก็ตาม ปัญหาของสินค้าเกษตรพบว่า พื้นที่ทางการเกษตรมีจำนวนมาก และผลผลิตมีจำนวนมากเช่นกันแต่ราคาตกต่ำ มีสินค้าเกษตรบางประเภทมีราคาสูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่เป็นวัตถุดิบ เช่น ยางพารา แต่การพัฒนาแปรรูปยังไม่มีประสิทธิภาพ ยังไม่มีการสร้างมูลค่าที่ชัดเจน และไม่สามารถจำหน่ายในวงกว้างได้ทั้งในแบบออฟไลน์และออนไลน์ ทั้งนี้ จากสถานการณ์วิกฤต การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ผ่านมา ส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถขายสินค้าเกษตรได้เท่าที่ควร ทำให้สินค้าเกษตรเหล่านั้นเน่าเสีย ไม่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรได้ การวิจัยเชิงพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปจึงมีความสำคัญเพื่อสร้างรายได้แก่ชุมชน

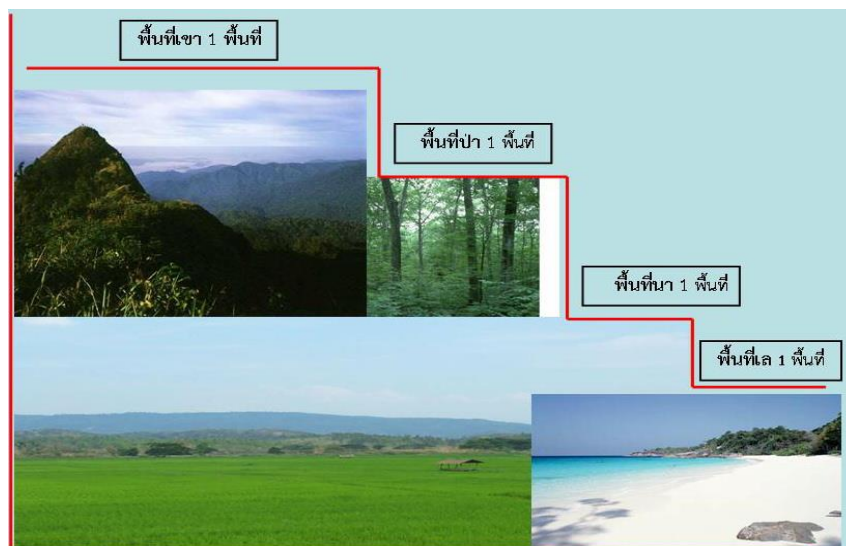
สอดคล้องกับข้อมูลของ สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) (ม.ป.ป. : ออนไลน์) ที่ให้ข้อมูลว่าในกลุ่มอุตสาหกรรมทางการเกษตร เราจำเป็นต้องยอมรับว่าผลจากการแข่งขันในตลาดชั้นที่รุนแรงหลาย ๆ ครั้ง จะทำให้มูลค่าหรือราคาของสินค้าทางการเกษตรมีราคาตกต่ำ หรืออาจมาจากสภาพดินฟ้าอากาศที่เป็นปัจจัยที่ไม่อาจควบคุมได้ ที่จะส่งผลให้ราคาของสินค้ามีการขยับขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นแล้ว ผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร หรือเกษตรกร อาจจำเป็นต้องมีการฝึกฝน เรียนรู้ และพัฒนาเทคนิคในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าทางการเกษตรของตัวเอง เพื่อให้สามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรได้มากขึ้น

การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตร เป็นเทคนิคที่สำคัญที่จะช่วยให้เกษตรกรสามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลผลิตทางการเกษตรของตัวเองได้ โดยความหมายโดยทั่วไปจะหมายถึง การนำผลผลิตทางการเกษตรมาเพิ่มลักษณะพิเศษหรือจุดเด่นบางอย่างให้ต่างไปจากเดิม เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยจะมีทั้งสินค้าที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหาร (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน), ม.ป.ป. : ออนไลน์)

สินค้าทางการเกษตรที่เป็นอาหารนั้นจะมีเทคนิคในการเพิ่มมูลค่าโดยการการแปรรูป หรือการถนอมอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าให้มีราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม ซึ่งหากมีการทำอย่างเป็นระบบจะช่วยส่งผลให้ผลผลิตสินค้าทางการเกษตรมีปริมาณไม่ล้นตลาด ทำให้ไม่เกิดสงครามราคาที่จะทำให้ราคาสินค้าลดลง อีกทั้งยังเสริมสร้างอาชีพใหม่ ๆ ในชุมชน และยังสามารถลดต้นทุนการผลิตสินค้าได้อีกด้วย เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรที่ได้ผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้วนั้น โดยส่วนใหญ่จะมีขนาดที่เล็กกว่าขนาดปกติ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังแหล่งจัดจำหน่ายลดลง อีกทั้งผลจากการแปรรูปที่จะทำให้สินค้าสามารถเก็บได้นานขึ้น ยังจะก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่องแก่ธุรกิจ (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน), ม.ป.ป. : ออนไลน์)

โดยเฉพาะเมื่อชุมชนได้นำความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นมีความเหมาะสมกับบริบท แล้วมีการเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ไปสู่กระบวนการปลายน้ำอย่างการตลาด (Marketing) มีการสร้างองค์ความรู้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้เข้าใจถึงระบบห่วงโซ่มูลค่า (Supply Chain) ของ

วิสาหกิจของตน และสามารถวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน รวมถึงมีการเชื่อมต่อในด้านของการทำการตลาดของวิสาหกิจชุมชนที่มีความโดดเด่นและมีมาตรฐานนั้น ในยุคปัจจุบันสามารถขยายยอดขายสินค้าหนึ่งอำเภอหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้กระจายมากไปกว่าภายในจังหวัด หรือในระดับภูมิภาคเท่านั้น หากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างความเชื่อมต่อไปสู่ตลาดที่มีอำนาจซื้อสูงอย่างกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หรือตลาดต่างประเทศ ผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจได้มีการผลิตสินค้าที่ตรงตามความต้องการของตลาดที่มีอำนาจซื้อสูงเหล่านั้น นอกจากนั้น วิสาหกิจชุมชนยังไม่ได้มีการสร้างเครือข่ายความเชื่อมต่อกับหน่วยงานภายนอกพื้นที่มาเท่าที่ควร โดยเฉพาะความร่วมมือกับหน่วยงานเอกชน และมหาวิทยาลัย ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้สร้างสรรค์นวัตกรรมและการทำการตลาดได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการพัฒนาที่ยั่งยืน กล่าวคือ เป็นรูปแบบการพัฒนาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่การกินดีอยู่ดี มีรายได้เพิ่มขึ้น มีการใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างเหมาะสม ลดการพึ่งพิงจากภายนอก การใช้อย่างระมัดระวัง สามารถสร้างรายได้และฐานะทางเศรษฐกิจ รวมถึงวัฒนธรรมของวิถีชีวิตได้ยาวนานยั่งยืน ในที่สุดจะทำให้ผู้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และที่สำคัญคือ ประชาชนจะมีอำนาจทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ และทางสังคม (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2563 : ออนไลน์)



แผนภาพที่ 2 ขอบเขตการเลือกพื้นที่
ที่มา : คณะผู้วิจัย (มีนาคม, 2565)

ความจำเป็นในการยึดพื้นที่เป็นเกณฑ์ เพราะมีการใช้ประโยชน์จากการใช้ที่ดินจังหวัด นครศรีธรรมราช แบ่งการใช้ที่ดินตามข้อมูลข้างต้นที่สอดคล้องกับลักษณะของการผลิต โดยเฉพาะผลผลิตที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับปัจจัยการผลิต คือ ที่ดิน ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์แตกต่างกันตามระดับของพื้นที่ อีกทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะในผลผลิตจากการเกษตรและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของชุมชนนั้น โดยทั่วไปมีความสัมพันธ์กับวิถีของประเพณีวัฒนธรรม ในปัจจุบันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเป็นผู้บริหารจัดการทุนของท้องถิ่นต่าง ๆ (ทุนทางการเงิน ทุนสังคม ทุนทรัพยากรธรรมชาติ) ที่ถือว่าเป็นของส่วนรวม และการบริหารจัดการของ อปท. จะมีเป้าหมายอยู่ที่ประชาชนทุกคน ในขณะที่การผลิตภาคการเกษตรของชุมชนซึ่งถือเป็นทรัพยากรของปัจเจก การบริหารจัดการจะเน้นเป้าหมายไปที่ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกัน การใช้ทุนและทรัพยากรของปัจเจกและส่วนรวม จะมีผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งคือ เศรษฐกิจรากหญ้าของชุมชนไปด้วย

ด้วยเหตุนี้จึงนำเสนอแผนการวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลต้นน้ำ เกี่ยวกับบริบทชุมชน ทุนทางสังคม และเศรษฐกิจนำไปสู่การคัดสรรผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปที่มีความโดดเด่นทางอัตลักษณ์พื้นที่แต่ละพื้นที่ เขา ป่า นา เล มาพัฒนาและยกระดับ ผ่านการใช้การเล่าเรื่องเชิงสร้างสรรค์ ส่งเสริมอัตลักษณ์ชูจุดเด่นของสินค้า ต่อมา ในระดับกลางน้ำ ประกอบด้วย โครงการวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค และการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรแปรรูปโดยการใช้นวัตกรรมการตรวจสอบย้อนกลับ โครงการการพัฒนาาระบบสารสนเทศทางการเงินและบัญชีของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาระบบสารสนเทศทางการเงินและบัญชีที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนผู้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป โครงการการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะบุคลากรผู้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ทางวิชาการสำหรับการเสริมสร้างสมรรถนะของนวัตกรรมและบุคลากรผู้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป และพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์สำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้องค์ความรู้จากภูมิปัญญาและองค์ความรู้ทางวิชาการ โครงการการพัฒนาช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายและสื่อสารการตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรแปรรูป และเพิ่มช่องทางการตลาดโดยการออกแบบและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูป โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยภายใต้แผนการวิจัย ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ทุนทางสังคม และทุนวัฒนธรรมของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล 2) เพื่อสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูป

ตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล สู่การสร้างรายได้เศรษฐกิจฐานราก และ 3) เพื่อถ่ายทอดนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่สินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล เพื่อสร้างรายได้เศรษฐกิจฐานราก

กระบวนการขับเคลื่อนแผนการวิจัย

โดยในบทความฉบับนี้จะเป็นการสกัดกระบวนการขับเคลื่อนแผนการวิจัยที่ได้ดำเนินการมาประมาณ 1 ปีจนประสบผลสำเร็จตามที่คณะผู้วิจัยได้ตั้งเป้าหมายไว้ ตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดโครงการวิจัยย่อยเพื่อแก้ปัญหาและพิจารณาคุณสมบัติคณะนักวิจัย

เมื่อได้โจทย์วิจัยจากวิเคราะห์ปัญหาระดับประเทศ ระดับจังหวัด รวมถึงการลงพื้นที่พูดคุยหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช คณะผู้วิจัยจึงได้ร่วมกันกำหนดโครงการย่อย และพิจารณาคณะนักวิจัยที่จะมาดำเนินการขับเคลื่อนแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรแปรรูปปล้นตลาดและขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ประกอบด้วย คณะนักวิจัยด้านสื่อสารมวลชน ด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ตารางที่ 1 ปัญหาการวิจัยและโจทย์การวิจัยเพื่อแก้ปัญหา

ปัญหา	โจทย์วิจัย
การประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการชุมชน	การศึกษาบริบทชุมชนและทุนทางเศรษฐกิจและสังคมของผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช
ข้อมูลภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าเพื่อนำมาสร้าง แสดง และสื่อสารอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน	การศึกษามุมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่าสินค้าเกษตรแปรรูปอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช
วิธีการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูป	การสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช
การพัฒนาสมรรถนะระบบสารสนเทศทางการเงินและบัญชี	การพัฒนาระบบสารสนเทศทางการเงินและการบัญชีของสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดนครศรีธรรมราช
การพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการด้วยองค์ความรู้เทคโนโลยี และนวัตกรรม	การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ

ปัญหา	โจทย์วิจัย
	บุคลากรผู้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูป จังหวัดนครศรีธรรมราช
การขาดตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย และสื่อสารการตลาด	การพัฒนาตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายและสื่อสารการตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช

2. การหารือภาคีเครือข่ายเพื่อชี้เป้า

คณะผู้วิจัยได้ร่วมกำหนดโจทย์วิจัยร่วมกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยนำแนวคิดด้านอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป ในแต่ละโซนพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นแนวคิดสำคัญ ในการคัดสรรผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปที่เหมาะสมในแต่ละโซนพื้นที่



แผนภาพที่ 3 การหารือกำหนดเป้าหมายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ชี้เป้า คณะผู้วิจัยยังคำนึงถึงความเป็นไปได้ของการดำเนินโครงการวิจัย และการยอมรับการเข้าร่วมโครงการวิจัยจากกลุ่มผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ จากการลงพื้นที่ภาคสนามสำรวจสินค้าเกษตรแปรรูปเบื้องต้นของคณะนักวิจัย ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช และจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยเฉพาะจากฐานข้อมูล OTOP ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2562 (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2562 : ออนไลน์) และยังพิจารณาจากลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและมีความพร้อมที่จะร่วมพัฒนาไปกับการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าในเบื้องต้น การดำเนินการวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งใช้เกณฑ์การแบ่งพื้นที่ของสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครศรีธรรมราช (2561 : ออนไลน์) จะประกอบด้วยประเภทผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจบนฐานอัตลักษณ์เชิงพื้นที่เขา ป่า นา เล ดังนี้

ตารางที่ 2 ประเภทผลิตภัณฑ์บนฐานอัตลักษณ์เชิงพื้นที่เขา ป่า นา เล

โซน	พื้นที่	ผลิตภัณฑ์	หมายเหตุ
โซนเขา 7 อำเภอ	ลานสกา ฉวาง ช้างกลาง พิปูน พรหมคีรี นบพิตำ ถ้ำ พรรณรา	แป้งสาคุ	ผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ มีทุน ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม สามารถนำมาพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในฐาน OTOP ของจังหวัด มี อย. แต่ยังไม่ รับการคัดสรรดาว ซึ่งหมายถึงควร จะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อเข้าสู่เกณฑ์ OTOP ที่ได้รับการ คัดสรรดาว 1-5
โซนป่า 6 อำเภอ	ทุ่งสง นาบอน ทุ่งใหญ่ บาง ขัน ร่อนพิบูลย์ จุฬาภรณ์	โลชั่นน้ำผึ้ง	
โซนนา 6 อำเภอ	เชียรใหญ่ ชะอวด ปากนัง หัวไทร เฉลิมพระเกียรติ พระ พรหม	ปลาตุกร้า	
โซนเล 4 อำเภอ	เมือง ขนอม สิชล ท่าศาลา	ปลาหวาน	

ที่มา: คณะผู้วิจัย (มีนาคม, 2565)

3. การดำเนินการวิจัยแบบส่งต่อข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัยทุกโครงการวิจัยจะดำเนินการแบบสอดรับเชื่อมโยงกัน โดยจะประกอบด้วย
วิธีการดำเนินการโดยสรุป ดังนี้

1. ศึกษาบริบทชุมชน ทุนทางสังคม และทุนวัฒนธรรมของสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์
เขา ป่า นา เล โดยการลงพื้นที่สำรวจชุมชนใน 4 พื้นที่ เขา ป่า นา เล ตามอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของจังหวัด
นครศรีธรรมราช
2. การสำรวจและการคัดสรรผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปที่จะนำชูอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล
จังหวัดนครศรีธรรมราช ผ่านการเล่าเรื่อง ภูมิปัญญา ความเชื่อ วิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่การสร้างมูลค่าสินค้า
เกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล ด้วยนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่ สู่อการสร้างรายได้
เศรษฐกิจฐานราก ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ระบบสารสนเทศทางบัญชีและการเงิน การพัฒนาการเรียนรู้และ
สมรรถนะของผู้ประกอบการชุมชน
3. การสื่อสารผ่านตราสินค้า ช่องทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตร
แปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล สู่ผู้บริโภคทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์
4. เพื่อถ่ายทอดนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่สินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขา ป่า
นา เล เพื่อสร้างรายได้เศรษฐกิจฐานราก
5. การประเมินรายได้ชุมชน เศรษฐกิจฐานราก ภายหลังจากถ่ายทอดเทคโนโลยีจากการวิจัย

ผลการวิจัยจากโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาบริบทของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ข้อมูลว่า จากฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดนครศรีธรรมราช (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2562 : ออนไลน์) พบว่ามีจำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งหมด 2,449 ราย และมีการจัดระดับผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์จัดระดับดาว จำนวน 242 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 5.48 ซึ่งนับว่าน้อยมากในทุกอำเภอ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐาน

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการจัดจำแนกตามพื้นที่เขาป่า นา เล พบว่ามีการกระจายตัวและกระจุกตัวและกระจายตัวแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยโซนนามีร้อยละของการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนระดับมากที่สุดถึงร้อยละ 7.09 รองลงมาเป็นโซนเล ร้อยละ 6.87 โซนเขา ร้อยละ 5.49 และโซนป่า ร้อยละ 2.16 ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2562 : ออนไลน์) คณะนักวิจัยและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงได้ร่วมออกแบบการทำงาน การคัดเลือกและนำมาสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและมีความพร้อมที่จะร่วมพัฒนาไปกับการวิจัยในครั้งนี้

เมื่อจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ตามโซนพื้นที่ โดยต้องกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นระดับดาว โดยมีเกณฑ์ดังนี้

1.มีความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ใช้เฉพาะปัจจัยหรือทรัพยากรในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เพียงพอ สม่าเสมอ และมีต้นทุนถูก

2.ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มีการจัดเป็นระดับดาว แต่สามารถพัฒนาในการสร้างมาตรฐานได้ไม่ยาก

3. มีความเอกลักษณ์โดดเด่น สามารถสร้างอัตลักษณ์ต่อยอดได้

4กลุ่มผู้ผลิตมีความ .พร้อม ความเต็มใจ ที่จะพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มได้

จากสนทนากลุ่มในการคัดเลือกและนำมาสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและมีความพร้อมที่จะร่วมพัฒนาไปกับการวิจัยในครั้งนี้คัดเลือกผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปที่เหมาะสมที่จะนำพัฒนาสู่อัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราชของแต่ละพื้นที่ เขา ป่า นา เล

ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการ 4 ผลิตภัณฑ์ดังนี้

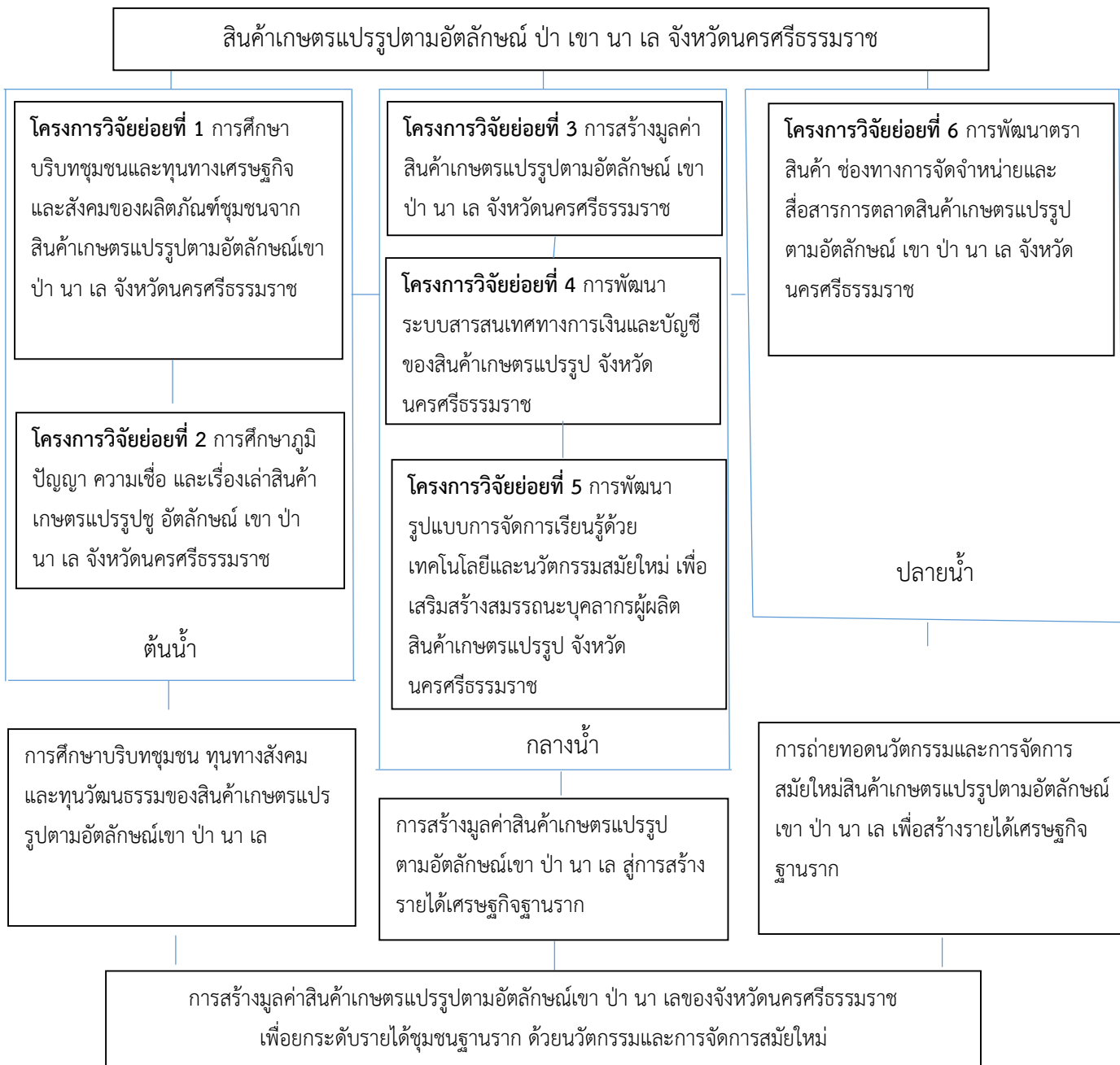
กลุ่มผู้ประกอบการโซนเขา แป้งสาคุ ตำบลอินทรี อำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ประกอบการโซนป่า โลชั่นน้ำผึ้ง กลุ่มผึ้งร่มไทรตำบลควนกรด อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ประกอบการโซนนา ปลาตุ๋นข้าวทอด ตำบลควนเค็ง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มผู้ประกอบการโซนเล ปลาหวาน กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

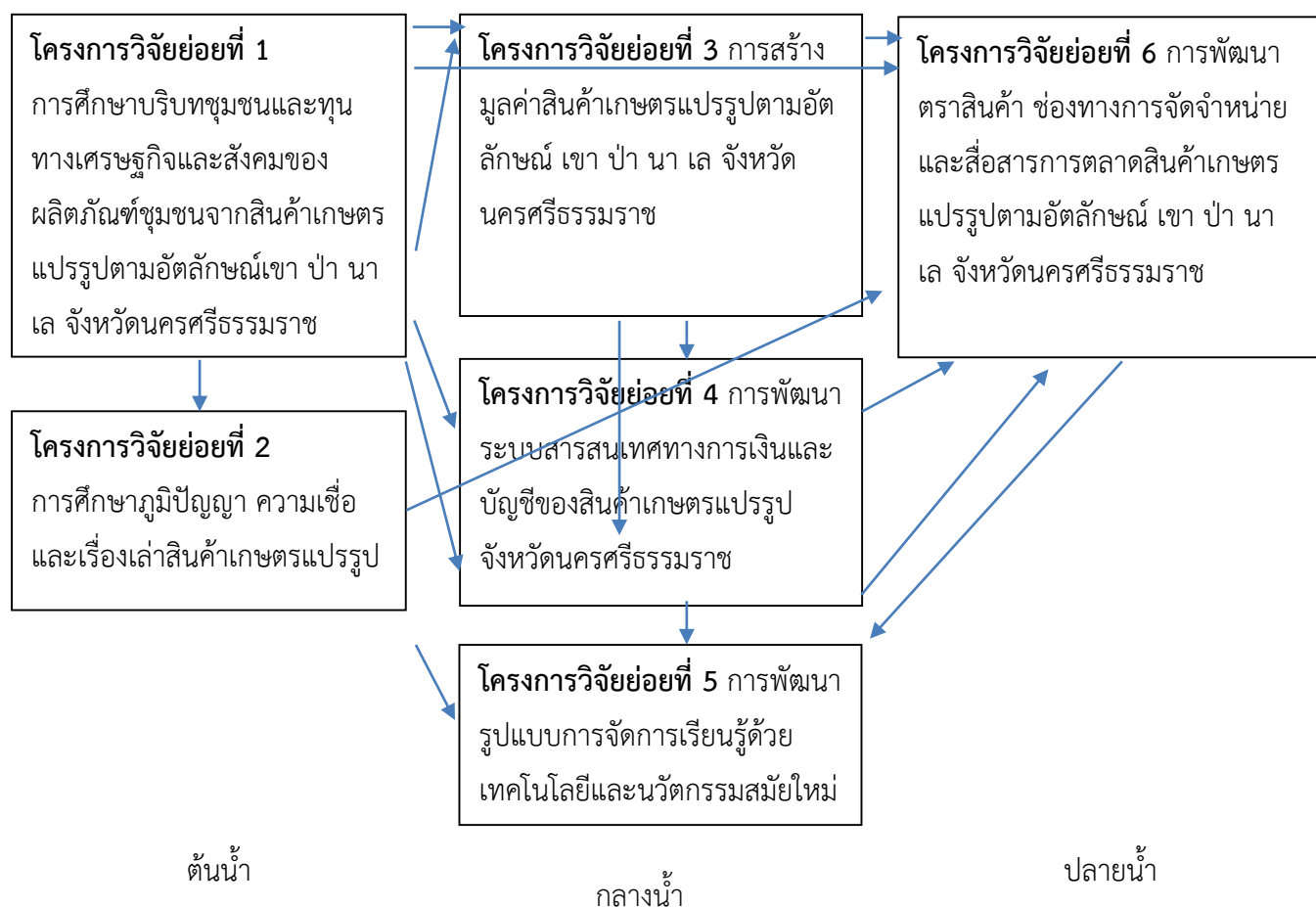
จากนั้นจะนำมาสู่การกำหนดโครงการย่อย เพื่อดำเนินการวิจัยในรูปแบบต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อให้เห็นภาพรวมของแผนการวิจัย และการส่งต่อข้อมูลจากโครงการต้นน้ำ ไปสู่กลางน้ำและปลายน้ำ ตามลำดับ เพื่อการบรรลุผลการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของแผนการวิจัยที่ได้กำหนดไว้



แผนภาพที่ 4 การบริหารจัดการแผนงาน (แผนการเชื่อมโยงชุดโครงการในแผนงาน)

4. การปรับแผนการดำเนินการระหว่างการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยมาตลอดระยะเวลา 6 เดือน ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผลผลิต และ
ผลลัพธ์ของแต่ละโครงการวิจัย ตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งยังเห็นกระบวนการเชื่อมโยง
ข้อมูล ส่งต่อข้อมูลไม่ชัดเจน จึงได้ให้แนวทาง ข้อเสนอแนะแก่คณะนักวิจัย ให้ดำเนินการวิจัยแบบเชื่อมโยง ส่ง
ต่อข้อมูลกันให้มากขึ้นในทุกทิศทาง จนสามารถสังเคราะห์การส่งต่อข้อมูลมาได้ตั้งแผนภาพที่ 5 ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 5 การส่งต่อข้อมูลของโครงการการวิจัยในแผนการวิจัย

5. การนำองค์ความรู้จากโครงการวิจัยย่อย พัฒนาทักษะผู้ประกอบการ

เมื่อแต่ละโครงการวิจัยย่อยดำเนินการวิจัยแบบส่งต่อข้อมูลซึ่งกันและกันแบบหลายทิศทาง ส่งผลให้ได้ชุดข้อมูลที่สอดคล้องกันและกัน นำไปสู่การพัฒนาเป็นองค์ความรู้ทั้งชุดข้อมูลการประกอบการธุรกิจ ชุดข้อมูลภูมิปัญญา ความเชื่อ และเรื่องเล่า ชุดข้อมูลแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปด้วยระบบตรวจสอบย้อนกลับและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ชุดข้อมูลการพัฒนาาระบบสารสนเทศทางการเงินและบัญชี ชุดข้อมูล

รูปแบบการจัดการเรียนรู้และเสริมสร้างสมรรถนะบุคลากร ตลอดจนชุดข้อมูลตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายและสื่อสารการตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งคณะนักวิจัยได้นำชุดข้อมูลดังกล่าว นำไปพัฒนาออกแบบเป็นลักษณะการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการในทุก ๆ ด้าน ทุก ๆ ทักษะ เต็มเต็มองค์ความรู้ ประสบการณ์ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ได้จริง



แผนภาพที่ 6 การถ่ายทอดองค์ความรู้และพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการ

6. การสร้างเครือข่ายผู้ใช้ประโยชน์

ภายใต้การวิจัยดังกล่าว สามารถสร้างเครือข่ายผู้ใช้ประโยชน์ตั้งแต่ในระดับนโยบาย คือ การดำเนินการวิจัยดังกล่าว สามารถนำไปเป็นแนวทางในแก่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปเป็นตัวอย่างในการวางนโยบายส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปอย่างยั่งยืน ผ่านทางนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่ โดยไม่ละทิ้งการสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าเกษตรแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) สามารถนำผลการวิจัยและแนวทางการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปไปบรรจุในแผนเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่

สำหรับผู้ประกอบการ การวิจัยดังกล่าว สามารถช่วยแก้ไขปัญหาสินค้าเกษตรที่ล้นตลาด สินค้าเกษตรที่เน่าเสีย และปัญหาหลักคือ การจำหน่ายผลิตผลทางการเกษตรในราคาต่ำ ชุมชนสามารถนำแนวทางการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน และการใช้นวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่มาช่วยในการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เกิดการรวมของชุมชนเพื่อการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

ในด้านการศึกษ จากการทำเนิการวิจัย สามารถนำไปเผยแพร่องค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่ ในรูปแบบบทความวิชาการ บทความวิจัย รวมถึงการจัดทรัพยากรสิ่งที่ได้จากการดำเนินการวิจัย นำไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแวดวงวิชาการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง



แผนภาพที่ 7 ตัวอย่างชุดความรู้จากผลการวิจัยโครงการย่อยในแผนการวิจัย

นอกจากนี้ ชุมชนเกิดการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็งในอันที่จะช่วยกันผลักดันให้สินค้าเกษตรแปรรูปในชุมชนสามารถจำหน่ายได้ผ่านการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาในทุกขั้นตอน ทุกโครงการวิจัยย่อย เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจในชุมชนมากขึ้น ส่งผลให้การเป็นอยู่ของชุมชนดีขึ้น

สรุป

จากการวิเคราะห์ปัญหาสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีมากล้นตลาดในปัจจุบัน การผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปในลักษณะเหมือนกันในแต่ละพื้นที่ ทำให้คณะผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการค้นหาอัตลักษณ์ โดยเฉพาะในเชิงพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีความโดดเด่นเรื่องภูมิประเทศเขา ป่า นา เล ที่กว้างใหญ่ คณะผู้วิจัยร่วมกับผู้ประกอบการภายใต้โครงการวิจัย ได้ค้นหาข้อมูลทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความเชื่อ นำไปสู่เรื่องเล่า นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่ ประกอบด้วย การพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาระบบสารสนเทศทางการเงินและบัญชี การจัดการเรียนรู้และเสริมสร้างสมรรถนะบุคลากร ตลอดจนการพัฒนาตราสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายและสื่อสารการตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีขั้นตอนการดำเนินการประกอบด้วย การกำหนดโครงการวิจัยย่อยเพื่อแก้ปัญหาและพิจารณาจากคุณสมบัติคณะนักวิจัย จากนั้นนำไปสู่การหารือภาคีเครือข่ายชี้เป้ากลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ ต่อมา คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยแบบส่งต่อข้อมูลอย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินการวิจัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการปรับแผนการดำเนินการระหว่างการศึกษาและมีการนำองค์ความรู้จากโครงการวิจัยย่อยพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ และการสร้างเครือข่ายผู้ใช้ประโยชน์ เพื่อให้ผลการดำเนินการวิจัยเกิดความยั่งยืนแก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนเครือข่ายผู้ใช้ประโยชน์สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเพิ่มมูลค่าสินค้าประเภทอื่น ๆ ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

แผนงานวิจัยการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปบนฐานอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยนวัตกรรมและการจัดการสมัยใหม่ ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ประจำปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). *แผนที่เกษตรเชิงรุก จังหวัดนครศรีธรรมราช*. กรุงเทพมหานคร: กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2563). กลยุทธ์ 4C เพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2565. แหล่งที่มา <https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/633562>
- สำนักงานคณะกรรมการเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ 2561-2580*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.). *การทำเกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า*. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2565. แหล่งที่มา https://www.arda.or.th/knowledge_detail.php?id=11&fbclid=IwAR0aUK7wySlZ3ZAU6e6bBZk_RzaAoMRtz2Zihw0lvctIombgE-plh5_JG8
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2562). *ข้อมูลฐานข้อมูล OTOP ปี 2562*. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด นครศรีธรรมราช: จังหวัดนครศรีธรรมราช.

สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2561). รายงานผลการทดสอบการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน O-NET จังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2561. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2565. แหล่งที่มา http://nstpeo.go.th/pubnstpeo/2562_001.pdf?fbclid=IwAR1AUwZxRmY4Qq7xsYlbA0ppe5UWdgIoq3mcaSY7rGLoLhSars8QbNn6ZLo

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (ม.ป.ป.). โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2566. แหล่งที่มา <https://cep.cdd.go.th/เกี่ยวกับ-otop/ข้อมูลทั่วไปotop>