

การพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนชุมชนฐานราก
ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถยกระดับรายได้
ตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

The Development of Young Entrepreneurs to Drive the Career
Creation of The Founding Communities Through the Electronic Marketing
That Can Enhance the Quality of Life Along the Korat Geopark Route

^{1*}ศิริพร เลิศยิ่งยศ, ²สุวรรณา เตชะธีระปรีดา และ ³พัชชยา ทรงเสียงไชย

^{1*}Siriporn Loetyingyot, ²Suwanna Tachateerapreda and ³Patchaya Songsiengchai

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Thailand

Email: ¹siriporn.l@nrru.ac.th, ²suwanna.t@nrru.ac.th, ³patchaya.s@nrru.ac.th

Received May 24, 2023; Revised June 5, 2023; Accepted June 8, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทกลุ่มเพื่อหาแนวทางสร้างอาชีพชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช 2) พัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 3) หนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และ 4) ถอดบทเรียนการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชนฐานรากในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช เป็นวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการและภาคีเครือข่ายรวบรวมข้อมูลโดยสำรวจภาคสนาม ศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก สันทนากลุ่ม และสร้างข้อสรุปโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า พบว่า 1) กลุ่มอาชีพในชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชสามารถที่จะนำมาเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มี 4 พื้นที่ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนมสดฮอกไกโด กลุ่มเส้นหมี่น้ำฉ่ำ กลุ่มอาชีพแคบหมู และกลุ่มอาชีพน้ำพริก 2) ชุมชนได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการ การทำแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ 3) ชุมชนได้รับการหนุนเสริมและขับเคลื่อนช่องทางตลาดผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการออกร้านบูธแสดงสินค้า 4) มีชุด

ความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชที่ผ่านกระบวนการคิด วางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการ และประเมินผลร่วมกันในชุมชนและเครือข่าย ส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตและการท่องเที่ยวของชุมชน

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการรุ่นใหม่; ตลาดอิเล็กทรอนิกส์; อุทยานธรณีโคราช

Abstract

The purposes of this study were: 1) to study the community context to find ways to build community-career approaches out along the Korat Geopark route; 2) to develop a new-generation of entrepreneurs in career-creating aspects through electronic marketing on the route of Korat Geopark; 3) to support and drive new-generation entrepreneurs that elevate the quality of community's life in career-creating aspects through electronic marketing in the area of Korat Geopark route; and 4) to revise lessons on the development of new-generation entrepreneurs toward creating careers through the electronic marketing so as to raise the foundation community's income on the Korat Geopark route. This study is quality research with participatory practical research approaches. The key informers were the leader, entrepreneurs and network partners. Field survey procedure, document study, in-depth Interview, and focus group were applied for data collection. Then, the results were explained using content analysis.

The results of the research found that: 1) Communities along the Korat Geopark route on the route of Korat Geopark can be used as a model for product development in 4 areas: Hokkaido Corn fresh Milk community group, Mee Num Cha enterprise group, pork rind enterprise group, and community of Chili Sauce occupational group. 2) Entrepreneurship, including business plans, product development, electronic marketing and product life extension was developed as a new collection of knowledge to those communities. 3) Communities were encouraged to drive their marketing channels through electronic markets and trade show booths. 4) There is a knowledge set concerning young entrepreneurs who can benefit from electronic marketing to create a career on the route of Korat Geopark through the thinking process, planning, decision-making, implementing and evaluating. These were established together with communities and networks. These results enhance the improvement of the quality of life and tourism toward the communities.

Keywords: Young Entrepreneurs; Electronic Marketing; Geopark Route

บทนำ

สถานการณ์ตลาดแรงงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า ผู้มีงานทำลดลงส่งผลให้มีผู้ว่างงานเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มภาคเกษตรกรรมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.85 รองลงมาภาคบริการและการค้าร้อยละ 36.69 (Department of Employment, 2021) ส่งผลให้แรงงานมีรายได้ลดน้อยลง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคมให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีสิทธิในการจัดการ ทุน ที่ดินและทรัพยากรภายในชุมชน โดยส่งเสริมให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัย และถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชนเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในพื้นที่และการต่อยอดองค์ความรู้ไปสู่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสร้างการจัดการความรู้ในชุมชน (Office of the National Economics and Social Development Board, 2021) และสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2561 – 2565 การยกระดับการท่องเที่ยวที่หลากหลายเชื่อมต่อกับภาคและภูมิภาคที่มีแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเขตจีโอพาร์คเพื่อให้ได้มาตรฐานและเสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ดิจิทัลสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มาจากความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเอกลักษณ์ของจังหวัด โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอาหารปลอดภัยเพื่อเป็นครัวของโลก เนื่องจากมีศักยภาพสูงในการเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของประเทศ จึงส่งเสริม และร่วมมือกับทุกภาคส่วนให้จังหวัดเป็นผู้นำด้านการผลิต แปรรูป และตลาดแบบครบวงจร (Nakhon Ratchasima Provincial Office, 2021) ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการในชุมชนยังขาดการส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี (Tanhakorn & Chantuk, 2017) การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่จึงมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งในระยะยาว เพื่อสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าบนฐานทรัพยากรชุมชนสู่การยกระดับพัฒนาธุรกิจจากที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดในการยกระดับการท่องเที่ยวในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชจึงได้นำแนวความคิดการเป็นผู้ประกอบการและตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนโครงการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนชุมชนฐานรากด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถยกระดับรายได้ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช ซึ่งเป็นพื้นที่อยู่ในลุ่มน้ำลำตะคอง มีเทือกเขาโคราชที่เป็นลักษณะธรณีสัณฐานที่โดดเด่นในพื้นที่อุทยานธรณีโคราช มีชิ้นส่วนฟอสซิลไดโนเสาร์กระจายใน 4 อำเภอ และคนในชุมชนมีศักยภาพด้านการประกอบอาชีพสามารถส่งเสริมพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ได้แก่ อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอเมือง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา ให้เกิดผลลัพธ์ที่สำคัญคือ การรวมกลุ่มอาชีพในชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีช่องทางการจำหน่ายที่ชัดเจน มีตลาดรองรับส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

ลดปัญหาการว่างงาน คนในชุมชนสามารถพึ่งตนเอง ลดการพึ่งพิงจากภาครัฐ ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนแก้ไข
ปัญหาชุมชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาบริบทกลุ่มเพื่อหาแนวทางการสร้างอาชีพชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชใน
เส้นทางอุทยานธรณีโคราช
2. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยาน
ธรณีโคราช
3. เพื่อหนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้าน
การสร้างอาชีพผ่านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์พื้นที่เส้นทางอุทยานธรณีโคราช
4. ถอดบทเรียนด้านการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์
เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชนฐานรากในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และบูรณาการผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการนำไปใช้เป็นองค์
ความรู้และพัฒนากรอบแนวคิดวิจัยการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนชุมชนฐานรากด้านการ
สร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถยกระดับรายได้ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชสรุปได้ดังนี้

แนวคิดการพัฒนาชุมกลุ่มอาชีพ ตามแนวคิดของ Sriwichailamphan (2011) อธิบายว่า กลุ่มอาชีพ
ในชุมชนที่ผลิตสินค้าและบริการจะมีการดำเนินธุรกิจหลายระดับ ทั้งกลุ่มที่มีศักยภาพสามารถทำการ
ผลิตเชิงธุรกิจได้ และกลุ่มที่ยังมีปัญหาบางประการเช่น คุณภาพที่ไม่ได้เป็นมาตรฐาน หากกลุ่มผู้ผลิต
ได้รับการส่งเสริมผลิตสินค้าตามความถนัดของแต่ละท้องถิ่น ส่งเสริมการตลาด พัฒนาเทคโนโลยี การ
วิจัยเพื่อสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนรวมถึงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างชุมชน
อย่างมั่นคงด้านการงานและรายได้ ดังนั้น แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการมาประยุกต์ใช้เพื่อมุ่งเน้นการ
จัดการที่รวดเร็ว ทันสมัยจะส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีโอกาสสร้างความมั่งคั่งให้เศรษฐกิจ
เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจด้วยการสร้างฐานผลิตสินค้าและบริการให้
สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น และความต้องการของผู้บริโภค การเป็นผู้ประกอบการจึงเป็น
สัญลักษณ์ของธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง (Frederick, Kuratko & Hodgetts, 2006)

สำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ตามทัศนะของ Rienpradub (2020) ให้ความหมายไว้ว่า
คือ บุคคลที่มีแรงบันดาลใจใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อริเริ่มก่อตั้งกิจการ ลงทุนกำลังกาย กำลังทรัพย์
กำลังความคิด จัดสรรเงินทุนเพื่อค่าใช้จ่ายทางตรงและทางอ้อมที่ก่อให้เกิดรายได้ สอดคล้องกับ
Wingwon (2013) ว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีแรงบันดาลใจแสวงหาโอกาสและประยุกต์ใช้

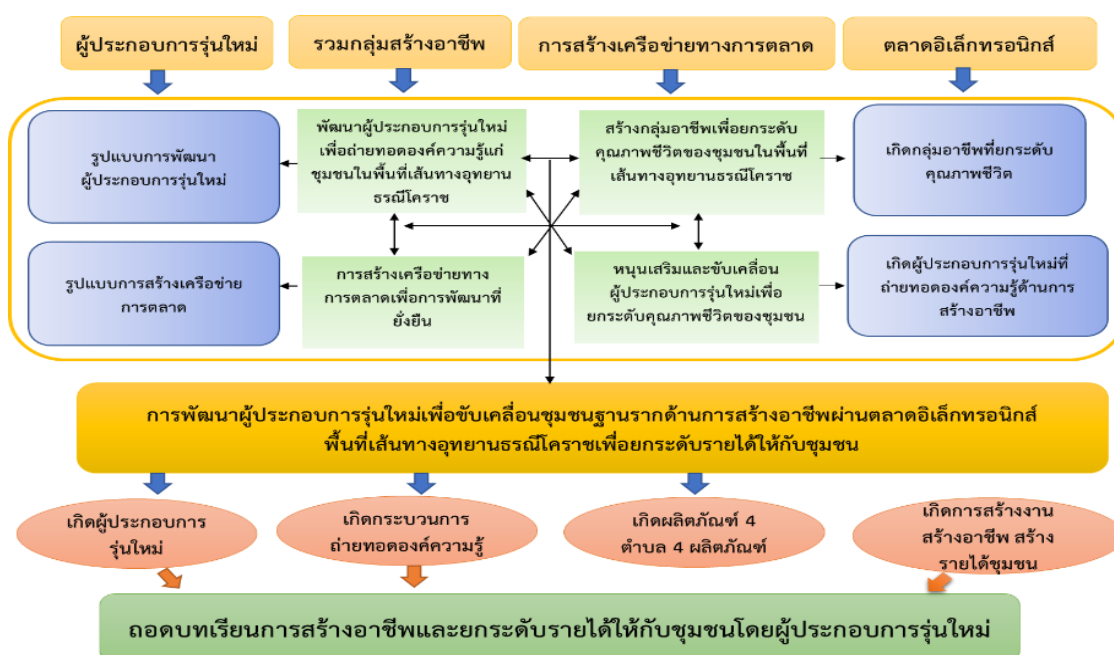
ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างการดำเนินงานธุรกิจ ซึ่ง Teerathanachaiyakun (2019) ให้ความหมายสอดคล้องกันว่า เป็นบุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่โดยเผชิญกับความเสี่ยงทางธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโต ด้วยการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ความพยายามของบุคคลตลอดจนการคิดสร้างสรรค์สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้ริเริ่มก่อตั้งกิจการโดยแสวงหาโอกาส และใช้ความสามารถบริหารจัดการธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโตที่มีการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างการดำเนินงานธุรกิจ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น คุณลักษณะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ตามที่ Cumming and Worley (2008) กล่าวว่า ต้องสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการตลาด ซึ่ง Sirinok, Smakhkar and Chaiyaporn (2017) เสนอผลการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการพื้นฐานมี 3 คุณลักษณะ คือ 1) คุณลักษณะนักธุรกิจได้แก่ ผู้ที่มีทักษะการสื่อสาร เจรจาดี มุ่งหวังผลกำไร มีประสบการณ์ กล้าเสี่ยงมีเหตุผล มีเป้าหมาย รู้ทันเหตุการณ์ปัจจุบันและมีวิสัยทัศน์ดี 2) คุณลักษณะของผู้นำตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้แก่ มีความอดทนต่องาน มีความยุติธรรม มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ เอาใจใส่เผื่อแผ่ แสวงหาเครือข่าย และมีทักษะโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น และ 3) คุณลักษณะของนวัตกรรมได้แก่ ใฝ่หาความรู้เพิ่ม รู้จักสังเกต มีความกระตือรือร้น ริเริ่มสร้างสรรค์

การนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing) มาใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารควบคู่กับการดำเนินงานด้านการตลาด จะก่อให้เกิดรูปแบบการตลาดที่เรียกว่า การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถสร้างช่องทางการขายสินค้าและบริการ รวมถึงการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นได้ โดยการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นกลไกการถ่ายทอดรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (El-Gohary, 2012) เป็นระบบที่เปรียบเสมือนกับหน้าร้านอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ส่งเสริมการขายด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (Waheed & Jianhua, 2018) ดังนั้น การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้คอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผสมผสานกับวิธีการทางการตลาด เพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งตลาดอิเล็กทรอนิกส์งานวิจัยนี้ ประกอบด้วย 1) เว็บไซต์ (Website) เป็นแหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ในการเสนอขายสินค้าหรือบริการ 2) ระบบ เฟซบุ๊ก (Facebook) คือเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นำเสนอเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร หรือเป็นร้านค้านำเสนอสินค้าและบริการได้ 3) แอปพลิเคชันไลน์ที่เรียกว่า LINE OA เป็นบัญชีไลน์สำหรับธุรกิจเพื่อใช้ในการสื่อสาร ส่งข้อความผ่านบัญชีทั้งเชิงธุรกิจและสื่อสารส่วนบุคคล 4) แชทบอท (Chatbot) คือ โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อจำลองบทสนทนาของมนุษย์ให้นำเสนอขายสินค้าหรือบริการ หรือตอบคำถามลูกค้าก่อนซื้อสินค้า 5) สัญลักษณ์ QR Code เป็นสัญลักษณ์แทนข้อมูลที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และ 6) แผนที่ธุรกิจ (Google My Business) คือ การให้บริการจากบริษัท Google ที่ช่วยสนับสนุนการผลิตสินค้า ซึ่งข้อมูลธุรกิจของผู้ประกอบการจะปรากฏบน Google Maps และ Google Search จะปรากฏแผนที่ตั้งของธุรกิจ ดังนั้น โครงการการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนชุมชนฐานรากด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถยกระดับรายได้ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชจึงมีความสำคัญต่อการส่งเสริมให้กลุ่มอาชีพใน

ชุมชนเกิดการพัฒนากลายเป็นผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาชุมชนในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชหรือโคราชจีโอพาร์ค (Khorat Geopark) ซึ่งเป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของลุ่มน้ำลำตะคองตอนกลางถึงตอนล่างที่มีลักษณะภูมิประเทศและลักษณะทางธรณีวิทยาที่สำคัญในระดับนานาชาติ คือ เขาควงสตา หรือเขาอีโต้ หินทรายในบริเวณขอบและใกล้ขอบที่ราบสูงโคราช มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งซากดึกดำบรรพ์ที่มีคุณค่า ซึ่งเป็นจังหวัดเดียวของประเทศไทยที่มีโปรแกรมการอนุรักษ์และริเริ่มขององค์การยูเนสโก โดยอุทยานธรณีมีเป้าหมายสูงสุดคือ การอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีความโดดเด่นของพื้นที่ชุมชน ที่เป็นทรัพยากรธรณีธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เพื่อให้มีการใช้ประโยชน์และเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยจากการบูรณาการแนวคิดด้านการพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน การเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดการบริหาร POSDC ของแฮร์โรลด์ คูนซ์ (Harold D. Koontz) การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ที่ต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ที่อาศัยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายเพื่อดำเนินกิจกรรมวิจัยตั้งแต่ขั้นระบุปัญหา ดำเนินการการติดตามผล และการประเมินผลเพื่อให้ได้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนชุมชนฐานรากด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับรายได้ให้ชุมชน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดพื้นฐานการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research : PAR) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้แก่ ผู้นำและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาคราชการ จำนวน 12 คน เพื่อให้ข้อมูลบริบทและศักยภาพของกลุ่มอาชีพ

2. ผู้ให้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ได้แก่ สมาชิกกลุ่มหรือเครือข่ายที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 4 ชุมชน ๆ ละ 20 คน ด้วยการแบ่งการสนทนาพื้นที่ละ 2 กลุ่ม ๆ ละ 10 คนเพื่อร่วมอภิปรายร่วมกันได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนมสด สอโกโกโด หมู่ที่ 6 บ้านวังรางใหญ่ ตำบลมะเกลือเก่า อำเภอสูงเนิน 2) กลุ่มเส้นหมี่น้ำจิ้ม หมู่ที่ 3 บ้านน้ำจิ้ม ตำบลโป่งแดง อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา 3) กลุ่มอาชีพแคบหมู หมู่ 11 บ้านยางน้อย ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และ 4) กลุ่มอาชีพน้ำพริก หมู่ 12 ชุมชนบ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ออกดเทปสนทนาคำต่อคำแล้วนำมาวิเคราะห์ ตีความ เปรียบเทียบข้อมูล สังเคราะห์และนำมาสร้างข้อสรุป

ตารางที่ 1 การดำเนินงานวิจัย

วัตถุประสงค์	การดำเนินงานวิจัย	กลุ่มเป้าหมาย	เครื่องมือวิจัย	ผลที่ได้รับ
1. ศึกษาบริบทชุมชนเพื่อหาแนวทางสร้างอาชีพชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช	1. สืบเสาะทำความเข้าใจกับผู้นำ 2. สัมภาษณ์ภาคสนาม/ข้อมูล ทุติยภูมิ 3. การสัมภาษณ์กับผู้นำ ชุมชนเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มอาชีพ	ผู้นำและผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับภาคราชการ จำนวน 12 คน	1. แบบบันทึก การสำรวจ ภาคสนาม 2. แบบสัมภาษณ์ เชิงลึกเกี่ยวกับ ศักยภาพของ กลุ่มอาชีพ	ข้อมูลพื้นฐานด้าน ทรัพยากร ข้อมูล ศักยภาพของกลุ่ม อาชีพจำนวน 4 พื้นที่
2. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช	2.1 จัดเวทีวิเคราะห์ศักยภาพ ชุมชนใช้เครื่องมือวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม 2.2 จัดเวทีสนทนาเพื่อค้นหา ความต้องการพัฒนา ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของ ชุมชน 2.3 จัดกิจกรรมพัฒนา ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ด้านสร้างอาชีพ 2.4 พัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ทำการตลาดออนไลน์	ผู้นำชุมชนและ ผู้ประกอบการใน 4 ชุมชน จำนวน 80 คน	2.1 แบบบันทึก การวิเคราะห์ ศักยภาพและ ความต้องการ ในการพัฒนา ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ตามเส้นทาง อุทยานธรณี โคราช	1. ข้อมูลศักยภาพ ชุมชนที่เกิดจากการมี ส่วนร่วมของชุมชน 2. ระบอบการพัฒนา ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

วัตถุประสงค์	การดำเนินงานวิจัย	กลุ่มเป้าหมาย	เครื่องมือวิจัย	ผลที่ได้รับ
3. เพื่อหนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้านการสร้างอาชีพผ่านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ พื้นที่เส้นทางอุทยานธรณีโคราช	3.1 กิจกรรมหนุนเสริมให้ความรู้ด้านการใช้เครื่องมือตลาดอิเล็กทรอนิกส์และสร้างเครือข่ายทางการตลาด 3.2 กิจกรรมส่งเสริมสินค้าเข้าสู่ตลาดด้วยการออกร้านที่ศูนย์การค้าเทอร์มินอล 21 โคราช	ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการใน 4 ชุมชน จำนวน 80 คน	3.1 แบบบันทึกการหนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ด้านการสร้างอาชีพผ่านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	- ชุมชนได้รับองค์ความรู้ การใช้เครื่องมือตลาดอิเล็กทรอนิกส์และ การสร้างเครือข่ายทางการตลาดและ มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการ
4. ถอดบทเรียนด้านการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อยกระดับรายได้เส้นทางอุทยานธรณีโคราช	4.1 จัดเวทีถอดบทเรียนการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 4.2 ใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินผลความพึงพอใจการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพ	ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการและภาคีเครือข่ายใน 4 ชุมชน จำนวน 88 คน	4.1 แบบบันทึก ถอดบทเรียนเข้าร่วมกิจกรรม 4.2 แบบประเมินผลความพึงพอใจ การพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพ	- เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่สร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชนที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างเครือข่ายได้

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสรุปผลการวิจัยตามผลการวิเคราะห์ 4 ประเด็น ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาบริบทกลุ่มเพื่อหาแนวทางการสร้างอาชีพชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบริบทของกลุ่มอาชีพชุมชนในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชที่มีความพร้อมด้านศักยภาพกลุ่มและมีศักยภาพเชิงพื้นที่ในการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนชุมชนฐานรากด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถยกระดับรายได้ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชและสามารถนำมาเป็นต้นแบบผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้จำนวน 4 พื้นที่ ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนมสดฮอกไกโด 2) กลุ่มเส้นหมี่น้ำจิ้ม 3) กลุ่มอาชีพแคบหมู และ 4) กลุ่มอาชีพน้ำพริก ผลการวิจัยดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 บริบทของกลุ่มอาชีพชุมชนในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

บริบทกลุ่มอาชีพ	
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนม สดฮอกไกโด บ้านวังราง ใหญ่	1. สถานที่ตั้ง 149/1 หมู่ที่ 6 บ้านวังรางใหญ่ ต.มะเกลือเก่า อ.แก่งสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกจำนวน 16 คน มีผู้นำกลุ่ม คือ นางพิมพ์ลดา อินตะวิชัย 2. สภาพดินพื้นที่เหมาะสำหรับการปลูกข้าวโพด จึงนำเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดฮอกไกโด มาทดลองปลูก และจำหน่ายเป็นผักข้าวโพด และทดลองทำนํ้ามข้าวโพดออกแกนิกภายใต้ตราสินค้า นํ้ามข้าวโพด ก๊วยไส มีผลิตภัณฑ์หลัก 2 ชนิดคือ นํ้ามข้าวโพดฮอกไกโดและผักข้าวโพด 3. ผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดฮอกไกโดได้รับมาตรฐาน ออย. และรับรองมาตรฐานคุณภาพการปฏิบัติ ทางการเกษตรที่ดี (GAP) อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรเพื่อการขยายพันธุ์จนเป็น พืชเศรษฐกิจของชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนใกล้เคียง 4. ศักยภาพการผลิต สามารถผลิตวัตถุดิบหลักเองได้ มีกระบวนการผลิตนํ้ามข้าวโพดฮอกไกโด 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงต้นน้ำ คัดสรรเมล็ดพันธุ์ที่ดี ตรวจสอบสภาพดิน ช่วงกลางน้ำจะตรวจคัดคุณภาพข้าวโพดนม สดฮอกไกโด และปลายน้ำคือ บรรจุขวด ตีฉลาก และจำหน่ายร้านค้า 5. ผู้นำกลุ่มมีความสามารถในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่และศาสตร์ความรู้จากหน่วยงานภายนอก เข้ามาปรับใช้ในกระบวนการผลิต 6. ศักยภาพด้านการตลาดพบว่า ผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดฮอกไกโดเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีจำหน่าย รูปแบบการขายข้าวโพดเป็นผัก และรูปแบบนํ้ามข้าวโพด และมีช่องทางการจำหน่าย 4 ช่องทาง คือ 1) ทางออนไลน์ผ่านเพจก๊วยไสข้าวโพดฮอกไกโด 2) จำหน่ายงานแสดงสินค้าประจำปี OTOP และ SME 3) จำหน่ายผ่านตัวแทน 4) ผลิตและจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น 7. ความโดดเด่นของพื้นที่ พบว่า อยู่ในภูมิประเทศแนวสตาของอุทยานธรณีโคราชซึ่งสามารถจัด กิจกรรมท่องเที่ยวได้เช่น กีฬาปั่นผาชันแนวสตา ชมวิวบนแนวสตา เกษตรกรรมบนแนวสตา เป็นต้น
2. กลุ่มอาชีพเส้นหมี่ น้ำจิ้ม บ้านน้ำจิ้ม ตำบลโป่งแดง อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา	1. สถานที่ตั้ง 188 หมู่ 3 บ้านน้ำจิ้มอยู่ในเขตพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล โป่งแดง มีสมาชิกจำนวน 20 คนและมีผู้นำกลุ่มคือ นายศุภชัย เลาสูงเนิน 2. ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา ทำไร่ เลี้ยงโคนม ทำไร่นา สวนผสม และปลูกผัก เป็นต้น 3. บ้านน้ำจิ้มมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญ ได้แก่ ภูมิปัญญาการทำเส้นหมี่ มีจุดเด่นคือมีความ เหนียวนุ่ม สะอาด ถูกหลักอนามัย กระบวนการผลิตเส้นหมี่น้ำจิ้มได้นำภูมิปัญญาการผลิตแบบ ดั้งเดิมมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต 4. ศักยภาพด้านการผลิตพบว่า กลุ่มเส้นหมี่น้ำจิ้มเป็นชุมชนที่มีภูมิปัญญาการทำเส้นหมี่ มากกว่า 200 ปี เส้นหมี่น้ำจิ้มมีจุดเด่น คือ มีความเหนียวนุ่ม สะอาด ถูกหลักอนามัย ในปัจจุบัน กระบวนการผลิตเส้นหมี่น้ำจิ้มได้นำภูมิปัญญาการผลิตแบบดั้งเดิมมาผสมผสานกับเทคโนโลยี สมัยใหม่เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต มีรูปแบบทั้งเส้นหมี่แห้งพร้อมปรุงมี 2 รสชาติ คือ แบบ ธรรมดาและรสเผ็ด และมีหมี่อ่อนสดใส่ 5. ศักยภาพด้านตลาดพบว่า มีการนำออกจำหน่ายหลายพื้นที่ทั้งในหมู่บ้านและพื้นที่งานที่ส่วน ราชการจัดขึ้น และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กส่วนตัว 6. ความโดดเด่นของพื้นที่ พบว่า มีแหล่งฟอสซิลไม้กลายเป็นหิน มีซิลิกาผสมกับแร่ธาตุองค์ประกอบ รองเจือปนอยู่ในไม้กลายเป็นหินทำให้เกิดสีส้มของแร่ควอตซ์และโอปอลแตกต่างกัน ซึ่งในพื้นที่ ขามทะเลสอมีสีเขียว สีส้มอมเหลือง และมีเส้นทางตลาดน้ำจิ้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

	บริบทกลุ่มอาชีพ
3. กลุ่มอาชีพแคบหมู บ้านยางน้อย ต.บ้านใหม่ อ.เมือง	1. สถานที่ตั้งหมู่ 11 บ้านยางน้อย ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองนครราชสีมา ผู้นำกลุ่มอาชีพ คือ นางพารินทร์ กิจโกศล 2. สภาพพื้นที่เป็นที่ราบสูง ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา มีการปลูกพืชผัก ไม้ผล ไม้ดอกไม้ประดับ การทำนาบัว เลี้ยงปลา กุ้งและสัตว์ ทำไร่นาสวนผสม อาชีพรอง ได้แก่ เลี้ยงสัตว์ เช่น ไก่พื้นบ้าน ไก่เนื้อ โคเนื้อ เป็นต้น 3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านยางน้อยมีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพที่มีการจำหน่ายสินค้าจาก ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น แคบหมู เป็นต้น ซึ่งช่วยส่งเสริมปราชญ์ท้องถิ่น เป็นการผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ที่เป็นวิธีการแปรรูป และถนอมอาหารสะท้อนการดำรงความเป็นชุมชน ด้านการ ประกอบอาชีพ และเป็นรากฐานการพัฒนาที่เริ่มจากการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเอง 4. ศักยภาพการผลิตพบว่า กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์แคบหมู เริ่มต้นจากการที่ชุมชนมีโรงหมู ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิต จึงเริ่มผลิตและจำหน่ายแคบหมูสู่ตลาดในชุมชนและมีหน่วยงาน ภาครัฐการเข้ามาอบรมให้ความรู้เพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพเพื่อหารายได้เสริม 5. ศักยภาพด้านการตลาดพบว่า ผลิตภัณฑ์แคบหมูของชุมชนมีรสชาติอร่อย กรอบ สะอาด ถูกหลักอนามัย ไม่ใส่สารกันบูด เก็บไว้บริโภคได้นาน มีการขายส่งและการขายปลีกไปยังร้านค้า ตลาด หรือร้านอาหาร เขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา 6. ความโดดเด่นของพื้นที่พบว่า มีแหล่งชุดไดโนเสาร์ในตำบลสุรนารี อำเภอเมือง ซึ่งเป็นแหล่ง ชุดค้นในชั้นหินแข็งของกลุ่มหินโคราช แหล่งฟอสซิลไม้กลายเป็นหิน แหล่งเขาแก้ว ที่มีการจัดตั้ง พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. กลุ่มอาชีพน้ำพริก บ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา	1. สถานที่ตั้งหมู่ หมู่ 12 ชุมชนบ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา มีผู้นำกลุ่มอาชีพ คือ นางวรรณภา ไกรโพธิ์ 2. ชุมชนอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอเฉลิมพระเกียรติ มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นสัญลักษณ์ ประจำหมู่บ้าน คือ ต้นไทรงาม ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประจำอำเภอ ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพทำนา ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ ค้าขาย ภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน ได้แก่ ทอเสื่อจากต้นกก และผลิตภัณฑ์น้ำพริกซึ่งเป็นสินค้าพื้นเมือง ซึ่งประชาชนจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเพื่อเป็นอาชีพเสริม 3. ศักยภาพการผลิตน้ำพริกปลาทุกรอบ พบว่า ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ ปลาทุ หอมแขก กระเทียม พริกใช้ประกอบการผลิต ในบางฤดูกาลใช้ปลาสร้อยเป็นวัตถุดิบแทนปลาทุ ซึ่งเป็น วัตถุดิบที่จัดหาได้ในท้องถิ่น เมื่อลูกค้าสั่งซื้อจึงทำให้ผลิตได้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 4. ศักยภาพด้านการตลาด พบว่า น้ำพริกปลาทุกรอบใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ยังไม่มีช่องทางการ จัดจำหน่ายทางออนไลน์ มีการจำหน่ายตามคำสั่งซื้อของลูกค้าในชุมชน ไม่มีการขยายฐาน ลูกค้า ไม่มีตราสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ 5. ความโดดเด่นของพื้นที่ พบว่า มีความหลากหลายทางชีวภาพของฟอสซิลสัตว์เลื้อยลูกตัวนม ยุคนีโอจีนและควอเทอร์นารี และมีแหล่งช้างศึกตำบลบรรพ์ท่าช้างบริเวณริมลำน้ำมูลในตำบล ท่าช้าง

2. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช ผู้วิจัยได้ดำเนินการคือ 1) การวิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 2) การพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

2.1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่จากการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) มาเป็นฐานการวิเคราะห์ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนมสดฮอกไกโด	1. ชาวโพธิ์มีรสชาติหวานทานสดได้ 2. พื้นที่และสภาพภูมิอากาศเหมาะสมเป็นแหล่งปลูกที่เดียวในจังหวัด 3. ผู้นำกลุ่มเข้มแข็ง 4. กลุ่มมีความชำนาญในการผลิต	1. ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาไม่นาน 2. ราคาสินค้าไม่โดดเด่น 3. ขาดความรู้ด้านการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ 4. สมาชิกขาดทักษะแปรรูปผลิตภัณฑ์	1. ชุมชนตั้งอยู่บนเส้นทางธรณีโคราชซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว 2. กากข้าวโพดสามารถนำไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3. แรงงานในชุมชนมีจำนวนมาก 4. มีแหล่งเงินสนับสนุนจำนวนมาก	1. ฤดูกาลหน้าฝนจะมีโรคแมลงจำนวนมาก 2. มีหน่วยงานเข้ามาสนับสนุนแต่ไม่ต่อเนื่อง
2. กลุ่มเส้นหมี่น้ำจิ้ม	1. ชุมชนมีภูมิปัญญาทำเส้นหมี่มาแต่โบราณ 2. สมาชิกกลุ่มมีความสามัคคี 3. เส้นหมี่มีคุณสมบัติพิเศษ	1. ขาดเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีสืบสานภูมิปัญญาต่อ 2. ราคาสินค้าไม่โดดเด่น 3. ขาดความรู้ด้านการตลาดออนไลน์	1. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเอกชนในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ 2. ชุมชนตั้งบนเส้นทางธรณีโคราชมีโอกาสพัฒนาเป็นของฝาก 3. ได้รับการสนับสนุนจากภาคี	1. การแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง 2. สถานการณ์โควิด-19 ทำให้กำลังซื้อผู้บริโภคลดลง
3. กลุ่มอาชีพแคบหมู	1. ผลิตภัณฑ์รสชาติดี สะอาด ถูกหลักอนามัยมีการผลิตใหม่สดทุกวัน 2. มีการให้บริการหลังการขาย	1. สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ 2. ขาดความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ 3. ขาดตราสินค้าสำหรับจำหน่ายทางออนไลน์	1. ชุมชนตั้งอยู่บนเส้นทางธรณีโคราชมีโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นของฝาก 2. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในการพัฒนา	1. ต้นทุนวัตถุดิบมีแนวโน้มสูงขึ้น 2. สถานการณ์โควิดทำให้กำลังซื้อผู้บริโภคลดลง
4. กลุ่มอาชีพน้ำพริก	1. สูตรผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่น 2. ผู้นำมีความเข้มแข็ง และผู้นำมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	1. ไม่มีฉลากสินค้า 2. จำนวนลูกค้ามีจำกัดภายในชุมชน 3. ชุมชนขาดความรู้ด้านแผนธุรกิจ และตลาดออนไลน์	1. ชุมชนตั้งบนเส้นทางธรณีโคราชมีโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. ได้รับการสนับสนุนจากหลายองค์กรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1. คู่แข่งทางการตลาดมีจำนวนมาก 2. ราคาวัตถุดิบมีต้นทุนสูงเช่น ปลาหูเป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในพื้นที่เส้นทางอุทยานธรณีโคราชตามหลักการบริหาร 5M Model ของกลุ่มเป้าหมายได้แก่ ด้านผู้ประกอบการ (Man) ด้านเงินทุน (Money) ด้านวัตถุดิบการผลิต (Materials) ด้านเครื่องมือการผลิต (Machine) และด้านบริหารจัดการ (Management) ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนมสดฮอกไกโด หมู่ที่ 6 บ้านวังรางใหญ่ ตำบลมะเกลือเก่า อำเภอสว่างแดนดินพบว่า “...ต้องการพัฒนาด้านการสื่อสารการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ต้องการพัฒนาระบบการผลิตให้ถูกต้องหลัก GMP ต้องการพัฒนากิจกรรมการตลาดเชื่อมโยงตลาดและเครือข่ายการตลาด และความรู้ตลาดออนไลน์ ต้องการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดจากการทำน้ำนมข้าวโพดมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ลูกก๊วย เป็นต้น ต้องการพัฒนาดราผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นญี่ปุ่น และวิธีการยืดอายุสินค้าผลิตภัณฑ์ให้เก็บไว้ในอุณหภูมิห้องปกติได้...”

กลุ่มอาชีพเส้นหมี่น้ำจืด หมู่ที่ 3 บ้านน้ำจืด ตำบลโป่งแดง อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมาพบว่า “...ต้องการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดออนไลน์และการสื่อสารการตลาด ต้องการทราบถึงวิธีการคิดโครงสร้างต้นทุนและการตั้งราคาสินค้า ความต้องการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากตามร้านค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน...”

กลุ่มอาชีพแคบหมู หมู่ 11 บ้านยางน้อย ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาพบว่า “...ต้องการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ ต้องการพัฒนาความรู้ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ และการคิดต้นทุน ต้องการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านตราผลิตภัณฑ์และชื่อผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม...”

กลุ่มอาชีพน้ำพริก หมู่ 12 ชุมชนบ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมาพบว่า “...ต้องการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดแบบออนไลน์ ต้องการความรู้ด้านแนวคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีคุณภาพสูงขึ้นหรือเพื่อให้มีจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ต้องการพัฒนาความรู้ด้านการทำแผนธุรกิจ คิดต้นทุนและการตั้งราคาสินค้า และต้องการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านตราผลิตภัณฑ์ และชื่อผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม...”

2.2 ผลการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช โดยผู้วิจัยจัดกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ดังนี้

2.2.1 จัดกิจกรรมส่งเสริมให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้วยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ทำแผนธุรกิจโดยใช้เครื่องมือในการวางแผนธุรกิจ (Business Model Canvas : BMC) ทำให้ผู้ประกอบการสามารถคิด วิเคราะห์ กำหนดกลุ่มลูกค้าในธุรกิจ วิธีการสร้างรายได้ของธุรกิจ ให้ความรู้ด้านรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กำหนดราคาขาย และฝึกปฏิบัติเขียนแผนธุรกิจฉบับย่อ (The Business Model Canvas) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจผ่านปัจจัย 9 ด้าน ประกอบด้วย 1) Value Propositions คุณค่าของธุรกิจเราที่ต้องส่งมอบให้ลูกค้าว่าสินค้าหรือบริการของ

เราคืออย่างไร หรือสามารถทำอะไรกับลูกค้าได้ 2) Customer Segment ลูกค้าของเราเป็นกลุ่มใดบ้าง 3) Customer Relationships ร่วมกันกำหนดวิธีการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า 4) Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้าในทุกช่องทาง 5) Key Activities กิจกรรมกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ซึ่งใช้ขับเคลื่อนธุรกิจ 6) Key Partners การหาพันธมิตรหลักหรือภาคีเครือข่าย เช่น เกษตรกรผู้ส่งวัตถุดิบ หรือการหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ 7) Key Resource ทรัพยากรหลักที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ 8) Cost Structure ค่าใช้จ่ายหลักซึ่งชุมชนต้องทราบถึงโครงสร้างต้นทุนของธุรกิจเพื่อนำมาคำนวณหาผลกำไร 9) Revenue Streams รายได้ของชุมชนด้วยการประมาณการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กล่าวได้ว่า แผนธุรกิจฉบับย่อ (BMC) จะทำให้ 4 พื้นที่ได้มีโมเดลธุรกิจฉบับย่อเพื่อใช้ในการจัดระเบียบแนวโอเดียวางแผนธุรกิจ และเลือกรูปแบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับธุรกิจ

2.2.2 การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารบ้านวังรางใหญ่ หมู่ที่ 9 ตำบลมะเกลือเก่า อำเภอสูงเนิน ด้วยการจัดอบรมพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการนำกากข้าวโพดมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ คูกี้ข้าวโพดและขนมปังข้าวโพด และจัดอบรมเรื่องการยืดอายุผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์น้ำมันข้าวโพดสามารถเก็บไว้ในอุณหภูมิห้องปกติได้ และอบรมเรื่องการตลาดออนไลน์และสร้างเครือข่ายทางการตลาด ตลอดจนพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นญี่ปุ่นแต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ชุมชน และเปลี่ยนตราสินค้าให้เหมาะกับการจำหน่ายทางออนไลน์

2.2.3 การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและตราสินค้าของกลุ่มเส้นหมี่บ้านน้ำฉา ตำบลโป่งแดง อำเภอขามทะเลสอ ด้วยการจัดอบรมด้านการพัฒนาความรู้ด้านการผลิตให้ถูกหลักอาหารปลอดภัย เครื่องหมาย อ.ย. การให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์และการสื่อสารการตลาด การให้ความรู้ด้านการคิดโครงสร้างต้นทุนและการตั้งราคาสินค้า และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามได้มาตรฐาน คำนึงถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นของพื้นที่มีองค์ประกอบคือ 1) สะพานบ้านน้ำฉา 2) ต้นมะขามเก่าแก่ของชุมชน 3) โบสถ์ชุมชน 4) สีเหลืองมะปราง บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าที่ออกแบบมีรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน สะดวกต่อการขนส่ง และเหมาะกับการจำหน่ายทางออนไลน์

2.2.4 การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและตราสินค้ากลุ่มน้ำพริกบ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ด้วยการจัดอบรมด้านการพัฒนาสูตรของน้ำพริกจากเดิมมีน้ำพริกปลาทุกรอบ 1 รสชาติพัฒนาเพิ่มเป็นน้ำพริกปลาร้า และน้ำพริกปลาร้าพู มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์และ สื่อสารการตลาด ให้ความรู้ด้านแผนธุรกิจ คิดต้นทุนและตั้งราคาสินค้าและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ “น้ำพริกแม่วรรณท่าช้าง” ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม

2.2.5 การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและตราสินค้าของกลุ่มโอท็อป แคมภูบ้านยางน้อย ตำบลโนนเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมาด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการกระบวนการผลิตอาหารที่ได้มาตรฐานอาหารปลอดภัย และ อ.ย. มีการพัฒนาความรู้ด้านตลาดออนไลน์และ สื่อสารการตลาด ให้

ความรู้ด้านการทำแผนธุรกิจ คัดต้นทุนและตั้งราคาสินค้าและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านตราผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ “แคหมูแม่พารินทร์” และชื่อผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ชุมชน จากผลการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชทำให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนใน 4 พื้นที่ที่คำนึงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐานและนำไปสู่การจำหน่ายผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ของ 4 พื้นที่ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

2.2.6 การพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำมาใช้ในการตลาดออนไลน์ใน 4 พื้นที่เป้าหมายของโครงการวิจัย โดยให้ความรู้ด้านการสร้างเครือข่ายทางการตลาดและตัวแทนผู้ประกอบการมีส่วนร่วมพัฒนาและเป็นผู้ใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์พบว่า เกิดการพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำมาใช้ในการตลาดออนไลน์ในพื้นที่เป้าหมายตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชทำให้ชุมชนมีเครื่องมือตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ประกอบด้วย 1) เว็บไซต์ที่แสดงรายละเอียดสินค้าและสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชซึ่งช่องทางนี้จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ 2) ระบบโต้ตอบอัตโนมัติหรือแชทบอท (Chatbot) ที่

สามารถทำงานอัตโนมัติทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยขายอัจฉริยะที่ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารเพื่อสั่งซื้อสินค้ากับผู้ประกอบการได้ 3) แผนที่ธุรกิจเสมือนนามบัตรที่ใช้ปักหมุดลงในแผนที่ Google สามารถสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ร่วมกับเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าค้นหาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนโลกออนไลน์ได้ 4) ระบบแฟนเพจเฟซบุ๊ก (Fanpage Facebook) ใช้สื่อสารประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ สามารถรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าได้ด้วยตนเอง สามารถโพสรูปภาพ คลิปวิดีโอ เขียนข้อความเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซึ่งลูกค้าสั่งซื้อในช่องทางนี้มากที่สุด 5) ระบบไลน์ โอเอ (LINE OA) เป็นเครื่องมือบัญชีไลน์ที่ใช้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างลูกค้ากับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ชุมชนสามารถส่งข้อความถึงผู้ติดตามทุกคนได้ในครั้งเดียวซึ่งช่องทางนี้ลูกค้าจะนิยมสั่งซื้อรองลงมาจากเพจเฟซบุ๊ก ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 เครื่องมือตลาดอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 5 เครื่องมือเพื่อใช้จำหน่ายสินค้าออนไลน์

3. ผลการหนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้านการสร้างอาชีพผ่านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์พื้นที่เส้นทางอุทยานธรณีโคราช

ผลการหนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ภายใต้ 3 กิจกรรม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้านการสร้างอาชีพผ่านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์พื้นที่เส้นทางอุทยานธรณีโคราช พบว่า

3.1 กิจกรรมให้ความรู้ด้านการสร้างเครือข่ายทางการตลาดและหนุนเสริมกับ 4 พื้นที่ ซึ่งเป็นผู้ใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ทำให้ ผู้ประกอบการเกิดองค์ความรู้ด้านการสร้างเครือข่ายทางการตลาด และเกิดการขับเคลื่อนร่วมกับกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์

3.2 กิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการจำลองสถานการณ์การใช้ช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และร่วมกันพัฒนาป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารเรื่องราวและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ติดตามการขับเคลื่อนผู้ประกอบการด้าน

พัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้ช่องทางตลาดอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้รับความรู้และพัฒนาทักษะสามารถขับเคลื่อนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จำหน่ายได้อย่างเหมาะสม

3.3 กิจกรรมการส่งเสริมสินค้าเข้าสู่ตลาดด้วยการนำผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใน 4 ชุมชน ด้วยการออกงานเพื่อแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์การค้าเทอร์มินอล 21 โคราช ส่งผลให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใน 4 พื้นที่เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการขับเคลื่อนช่องทางการตลาดตลอดจนเกิดภาคีเครือข่ายการตลาดในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

จากกิจกรรมหนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ส่งผลให้ผู้ประกอบการและคนในชุมชนมีคุณภาพที่ดีขึ้น สร้างรายได้ สร้างประโยชน์เชิงพาณิชย์และโอกาสทางเศรษฐกิจ ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนมสดฮอกไกโด ทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปข้าวโพดนำกากข้าวโพดมาทำเป็นคุกกี้ข้าวโพด มีต้นทุนการผลิตเท่ากับกิโลกรัมละ 400 บาท จำหน่ายชิตละ 60 บาท เป็นเงิน 600 บาท และผลิตขนมปังข้าวโพด มีต้นทุนปอนด์ละ 40 บาท กำหนดราคาจำหน่าย 60 บาท ทำให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น 2) กลุ่มเส้นหมี่น้ำจากเดิมผลิตเดือนละ 10 วัน 2,000 ห่อ หลังจากที่มีการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์เกิดการผลิตเพิ่มขึ้นเป็นเดือนละ 15 วัน 3,000 ห่อ 3) กลุ่มอาชีพแคบหมูบ้านยางน้อย ซึ่งเดิมมีการผลิตเดือนละ 10 วัน วันละ 200 กิโลกรัม หลังจากจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ทำให้ผลิตเพิ่มขึ้นเป็นเดือนละ 15 วัน และ 4) กลุ่มอาชีพน้ำพริกบ้านใหม่ เดิมมีการจำหน่ายเฉพาะลูกค้าที่รู้จักในชุมชน แต่หลังจากที่มีการจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ส่งผลให้เกิดการขายกลุ่มลูกค้ากว้างขึ้น และมีการผลิตเพื่อจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

4. ผลการถอดบทเรียนด้านการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชนฐานรากในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

บทเรียนพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชนฐานรากในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผน ดำเนินงาน ติดตามและประเมินผลร่วมกันกับชุมชน ดังนี้

4.1 ผลการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ กอน ได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่พบว่า ผู้ประกอบการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ และจำหน่ายในหมู่บ้านหรือออกงาน แต่ไม่มีการจำหน่ายผ่านออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม ผลิตเพื่อจำหน่ายในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงเท่านั้น

4.2 ผลการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพพระหวางได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่พบว่า ผู้ประกอบการได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านการทำแผนธุรกิจด้วยเครื่องมือวางแผนธุรกิจ (Business Model Canvas : BMC) ที่ผู้ประกอบการสามารถคิด วิเคราะห์ กำหนดกลุ่มลูกค้า วิธีการสร้างรายได้ของธุรกิจ ฝึกปฏิบัติการเขียนแผนธุรกิจฉบับย่อเพื่อใช้เป็นแนวทางวางแผนธุรกิจได้ดีขึ้น ได้รับความรู้การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในตลาดออนไลน์และ

ความรู้ด้านการคิดโครงสร้างต้นทุนและตั้งราคาสินค้า ออกแบบตราและพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงอัตลักษณ์และประยุกต์เรื่องราวของชุมชนสู่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

4.3 ผลการดำเนินงานภายหลังจากที่ได้รับการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนชุมชนฐานรากด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่พบว่า มีความพึงพอใจในการดำเนินงานในโครงการระดับมาก ผู้ประกอบการได้รับความรู้ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ กระบวนการผลิตให้ถูกหลักอาหารปลอดภัย มีการปรับปรุงสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด ความรู้ด้านตลาดออนไลน์ เกิดการพัฒนาตราสินค้าให้มีความโดดเด่น และเหมาะสมกับการขายแบบออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ด้วยตนเอง และมีการสร้างเครือข่ายการตลาดเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ 4 ประการ ดังนี้

1. ศึกษาบริบทชุมชนเพื่อหาแนวทางการสร้างอาชีพชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช ที่สามารถนำมาเป็นต้นแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์มี 4 พื้นที่ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำข้าวโพดนมสดฮอกไกโด กลุ่มเส้นหมี่น้ำจิ้ม กลุ่มอาชีพแคหมูและกลุ่มอาชีพน้ำพริก สอดคล้องกับการศึกษาของ Preedakorn (2013) ระบุว่า การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยวมีความสำคัญและควรเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มเพื่อทำประโยชน์ร่วมกันแล้วขยายผลไปยังระดับจังหวัด และระดับภูมิภาคต่อไป ดังนั้น การสร้างกลุ่มที่มีศักยภาพสามารถทำการผลิตเชิงธุรกิจได้ถ้ากลุ่มผู้ผลิตได้รับการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อผลิตสินค้าตามความถนัดและความเหมาะสมของแต่ละท้องถิ่น

2. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชผ่านกระบวนการจัดอบรมการพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ การตลาดออนไลน์ การสร้างเครือข่ายทางการตลาด การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ การคิดโครงสร้างต้นทุนและการตั้งราคาสินค้า และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับ Pandam (2021) ว่าประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สร้างมูลค่าด้วยการออกแบบและนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Murnph and Unaromlert (2018) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันผลิตสินค้าที่มีการนำวัตถุดิบภายในชุมชนมาเพิ่มมูลค่าสร้างรายได้เมื่อจัดอบรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ดังนั้น การขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราชส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ให้กับชุมชนและสามารถพึ่งพาตนเองอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

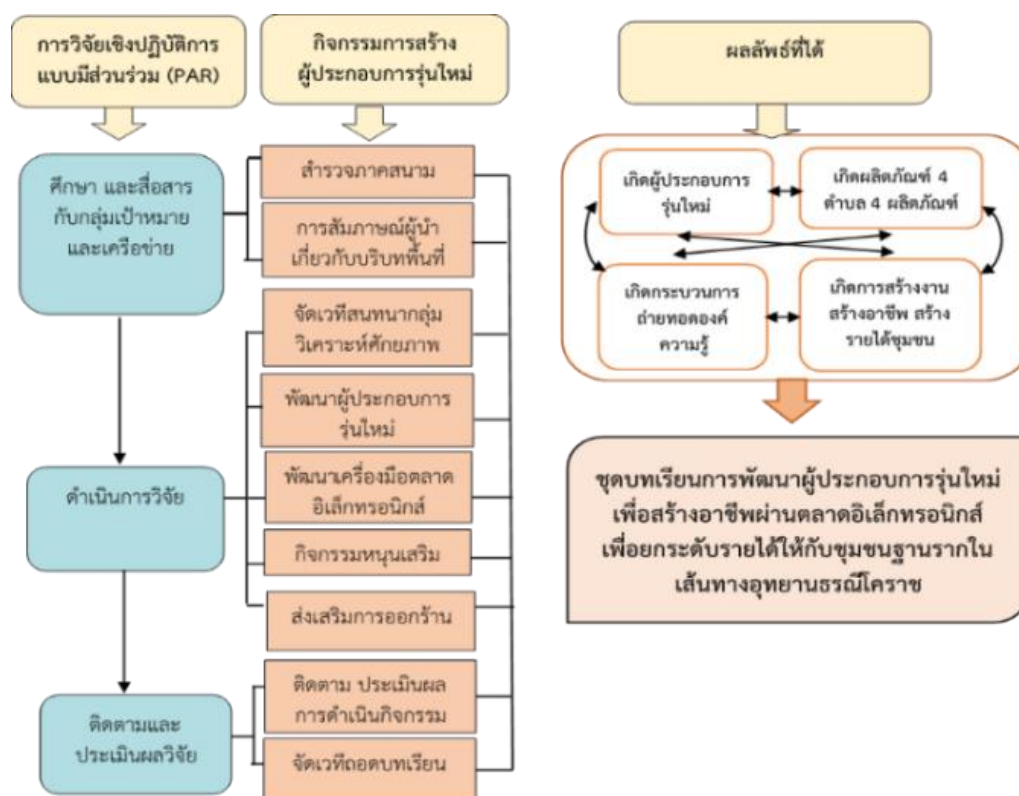
3. เพื่อหนุนเสริมและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้านการสร้างอาชีพผ่านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์พื้นที่เส้นทางอุทยานธรณีโคราช เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่ใช้ในการติดตามขับเคลื่อนชุมชนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการออกร้านบูธแสดงสินค้า การพัฒนาป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารเรื่องราวและผลิตภัณฑ์ชุมชนควบคู่ไปกับการหนุนเสริมด้านการใช้ตลาดอิเล็กทรอนิกส์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ Sangsri (2017) ว่าการใช้ตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการ ดังนั้นการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบการแข่งขันได้

4. ถอดบทเรียนด้านการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชนฐานรากในเส้นทางอุทยานธรณีโคราชทำให้เกิดชุดความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดจากการคิด วางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการ และประเมินผลร่วมกันส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตและการท่องเที่ยวชุมชน สอดคล้องกับ Chantavanich (2014) ว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นวิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่อาศัยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายตั้งแต่ระบุปัญหา ดำเนินการ ติดตามผล และประเมินผล และ Rangmeesrisuk et al. (2023) ที่ศึกษากลยุทธ์สร้างเสริมระบบบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนพบว่าควรมีกลยุทธ์สร้างเสริมระบบการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน กลยุทธ์พัฒนาเครือข่ายดิจิทัล พัฒนากลุ่มสังคมออนไลน์เพื่อใช้สื่อสาร กลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดพลังความร่วมมือในชุมชน และสอดคล้องกับงานของ Komthong (2018) ศึกษากลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ดังนั้นองค์ประกอบความสำเร็จในการขับเคลื่อนผู้ประกอบการรุ่นใหม่พบว่า ผู้ประกอบการต้องสามารถใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดประโยชน์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันจึงจะสามารถยกระดับคุณภาพชีวิต และหน่วยงานภาคราชการจะเป็นผู้อำนวยความสะดวกเพื่อช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการเข้มแข็ง

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มอาชีพในชุมชน การเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดการบริหาร POSDC ของแฮร์โรลด์ คูนท์ (Harold D. Koontz) การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) จาก 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาคประชาชน เครือข่ายภาครัฐบาล เครือข่ายสถาบันการศึกษา เครือข่ายภาคเอกชนเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมในด้านการเกษตร การแปรรูปและถนอมอาหาร อาหารพื้นเมืองผสานกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อใช้ในการบริหารจัดการและ

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช ซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ชุมชนในท้องถิ่นที่มาจากความร่วมมือของชุมชนและภาคีเครือข่าย ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 สรุปองค์ความรู้การพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย

หน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนสามารถนำผลการดำเนินงานไปกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มอาชีพเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชน และส่งเสริมการตลาดในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ใกล้เคียงในเขตอีสานใต้ และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ต้นแบบ 4 พื้นที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์และขยายผลไปยังชุมชนใกล้เคียง และสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อยกระดับรายได้ในองค์กรร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การขยายผลการศึกษาไปยังพื้นที่อื่นเช่น เขตการพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตอารยธรรมอีสานใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก หรือ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เป็นต้น

สรุป

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นให้เกิดการบูรณาการการเรียนรู้และปฏิบัติการร่วมกันระหว่างกลุ่มอาชีพ คณะนักวิจัย และภาคีเครือข่ายตั้งแต่ 1) ศึกษาบริบทชุมชนเพื่อหาแนวทางสร้างอาชีพชุมชนตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช 2) วิเคราะห์ศักยภาพและค้นหาความต้องการในพื้นที่เป้าหมายโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) 3) จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้านการสร้างอาชีพผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย กิจกรรมส่งเสริมให้ความรู้การพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้วยการการทำแผนธุรกิจด้วยเครื่องมือสำหรับวางแผนธุรกิจ (BMC) กิจกรรมยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและตราสินค้าที่คำนึงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มอาชีพใน 4 พื้นที่ 4) พัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำมาใช้เป็นช่องทางตลาดออนไลน์และหนุนเสริมเพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดและ 5) จัดเวทีถอดบทเรียนชุดความรู้เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาคนในชุมชนให้มีองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สามารถยื่นขอรับทุนสนับสนุนงบประมาณ และเมื่อนำช่องทางตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ขับเคลื่อนทำให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้นนำไปสู่การสร้างประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและรองรับการเติบโตภาคการท่องเที่ยวตามเส้นทางอุทยานธรณีโคราช

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์และขยายผลไปยังชุมชนใกล้เคียงเพื่อเป็นต้นแบบในการยกระดับรายได้ของคนในท้องถิ่น สำหรับหน่วยงานภาคราชการสามารถนำผลการดำเนินงานไปกำหนดนโยบายส่งเสริม สนับสนุนกลุ่มอาชีพเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชน และส่งเสริมด้านการตลาดในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายให้เกิดการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การขยายผลการศึกษาไปยังพื้นที่อื่นเช่น เขตพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตอารยธรรมอีสานใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก

References

- Chantavanich, S. (2014). *Qualitative Research*. Chulalongkorn University.
- Cumming, T.G., & Worley, C.G. (2008). *Organization Development & Change* (8th ed). South-Western.

- Department of Employment. Northeastern Labour Market Situation Q1/2021. (2021, October 17). https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/lmine_th/414219672909d54dacfc8ab9e7b10c25.pdf.
- El-Gohary, H. (2012). Factors affecting E-Marketing adoption and implementation in tourism firms: An empirical investigation of Egyptian small tourism organizations. *Tourism Management*, 33(5), 1256–1269.
- Frederick, H. H., Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2006). *Entrepreneurship: Theory Process Practice*. Thomson South-Western.
- Kornthong, J. (2018). Strategic Entrepreneurship of One Tambon One Product A Case Study of Entrepreneurship in Central Region. *Journal of Nakhonratchasima College*, 12(2), 254–261.
- Murnph, S. & Unaromlert, T. (2018). Potential Development for Community Entrepreneurs based on the Concept of Creative Economy. *Silpakorn Educational Research Journal*, 10(1), 131–144.
- Nakhon Ratchasima Provincial Office. (2021, October 20). *Nakhon Ratchasima Provincial Development Plan 2018–2022*. https://www2.nakhonratchasima.go.th/files/com_ebook_strategy/2020-06_aa31e9524baf536.pdf
- Office of the National Economics and Social Development Board. (2021, June 17). *National Economics and Social Development Plan*. <http://www.nesdb.go.th/download/plan12/แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่12.pdf>
- Pandam, S. (2021). Innovative Entrepreneurs in the new normal. *Vocational Education Innovation and Research Journal*, 5(2), 1–8.
- Preedakorn, P. (2013). Developing Travelling Business through Business Networking. *International Thai Tourism Journal*, 9(1), 48–67.
- Rangmeesrisuk, J., Krahaechan, C., Kesanuch, S., Kongprapun, N. & Gawnak, N. (2023). The Strategies to Efficiency Promotion for Community Economy Management System Participatory Model in the New Normal of Lam Sai Community, Wang Noi District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Arts Management*, 7(1), 38–51.
- Rienpradub, S. (2020). *Introduction to Entrepreneurship*. The Center of Textbook King Mongkut's University of Technology North Bangkok.

- Sangsri, S. (2017). The Usage of Electronic Marketing to Enhance the Competitiveness of Small Business Entrepreneurs. *Journal of Rajanagarindra*, 32(14), 145–151.
- Sirinok, C., Smakhkar, S., & Chaiyaporn, S. (2017). Promotion of Characteristics of Entrepreneurs in the Community: A Study of Ban Nong Na Kham Tambon Nong Ra Wiang Phimai district Nakhon Ratchasima Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alongkorn*, 12(2), 69–78.
- Sriwichailamphan, T. (2011). *Community economic development*. Chiang Mai University Press.
- Tanhakorn, T., & Chantuk, T. (2017). How to Be New Generation Entrepreneurs in Thailand 4.0. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12(2), 107–122.
- Teerathanachaiyakun, K. (2019). *Entrepreneurship and New Venture*. SE-EDUCATION.
- Waheed, A., & Jianhua, Y. (2018). Achieving consumers' attention through emerging technologies. *Baltic Journal of Management*, 13(2), 209–235.
- Wingwon, B. (2013). *Entrepreneurship Globalization*. Chulalongkorn University.