

รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน
บ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
Development Model for Community Products to Support the Local
Economy in Ban Nong Bua Community, Mueang District,
Chanthaburi Province

พระครูจิตกรการโกวิท
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
Phrakrujittakarnkowitz
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Email: jittakarnkowitz@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 2) ศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี และ 3) วิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 23 คน และการสนทนากลุ่มเฉพาะ จำนวน 5 คน พร้อมนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์สรุปประเด็นสำคัญ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบทและอธิบายข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า

1) ระบบเศรษฐกิจฐานรากสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ได้ข้อค้นพบว่าคนในชุมชนมีคุณธรรมและมีความเกื้อกูลซึ่งกันและกันตามหลักอิทธิบาท 4 โดยชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ผ่านการใช้ทุนทางสังคมจากอาชีพเกษตร ประมง และงานฝีมือ เช่น การทำขนมโบราณ การแปรรูปอาหารและหัตถกรรม

* ได้รับบทความ: 10 กรกฎาคม 2567; แก้ไขบทความ: 27 กันยายน 2567; ตอรับตีพิมพ์: 30 กันยายน 2567
Received: 10 July 2024; Revised: 27 September 2024; Accepted: 30 September 2024

ท้องถิ่น ชุมชนยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้เรือหางยาวพานักท่องเที่ยวชมธรรมชาติ สร้างรายได้เสริม และรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหนองบัว ได้ข้อค้นพบว่ามีการพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเกรียบน้ำจิ้มหนองบัวสูตรโบราณ "แบรนด์จักรกฤษณ์" และพัฒนาช่องทางจำหน่ายสำหรับ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม้กวาดหนองบัว "แบรนด์ปรียา" และข้าวเกรียบ "แบรนด์จักรกฤษณ์" โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับแนวคิด OTOP เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรักษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการจดจำและสร้างรายได้มากขึ้น 3) การวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ได้ข้อค้นพบว่ามี 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ การพัฒนาแบรนด์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาช่องทางจำหน่าย โดยมีเครือข่ายจากภาครัฐและตัวแทนชุมชนร่วมพัฒนา ส่งเสริมความเข้มแข็งในแต่ละด้าน ซึ่งเป็นตัวอย่างของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

คำสำคัญ: รูปแบบการพัฒนา; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; เศรษฐกิจฐานราก

Abstract

The purpose of this research is to 1) to study the basic economic system of Ban Nong Bua community, Mueang District, Chanthaburi Province, towards sustainable development; 2) to develop community products of Ban Nong Bua community, Mueang District, Chanthaburi Province; and 3) to analyse the model of community product development to promote the basic economy of Ban Nong Bua community, Mueang District, Chanthaburi Province. Data were collected from 23 in-depth interviewees and 5 specific group discussions, and the data from the interviews were used to analyse and summarise the key points using contextual content analysis techniques and explain the data in a descriptive way.

The results of the research showed that:

1) The basic economic system for sustainable development has found that people in the community are moral and mutually supportive according to the principle of influence. 4 The community is strong and self-reliant through the use of social capital from agriculture, fisheries, and handicrafts such as making traditional sweets, food processing, and local handicrafts. The community also promotes tourism by using long-tail boats to take tourists to see nature. Generate additional income and preserve local culture.

2) Development of Ban Nong Bua Community Products It was discovered that the brand and packaging for the traditional Nong Bua dipping sauce crackers "Chakkrit Brand" have been developed, and distribution channels have been developed for 2 products, namely Nong Bua broom "Priya Brand" and "Chakkrit Brand" crackers, using local resources and wisdom together with the concept. to create added value and maintain product identity, resulting in more recognition and revenue.

3) Analysis of the model of community product development to promote the basic economy found that there are 3 main forms: brand development; the development of packaging and distribution channels with a network from the government and community representatives jointly developed. It is an example of sustainable development that helps increase product value. Generate income and strengthen the community.

Keywords: Development Model; Community Products; Foundation Economy

บทนำ

ประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศได้ปรับตัวเข้าสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมด้วยการรองรับการย้ายฐานการผลิตจากประเทศตะวันตก ซึ่งต้องการลดต้นทุนการผลิตและขยายตลาดใหม่ ๆ อย่างไรก็ตามความสามารถในการแข่งขันของประเทศเหล่านี้ไม่ได้ยั่งยืน เนื่องจากการเข้ามาของประเทหน้าใหม่ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ส่งผลให้ประเทศที่เคยได้ประโยชน์จากอุตสาหกรรมต้องเผชิญกับความกดดันทางเศรษฐกิจอย่างมาก หนึ่งในแนวทางที่หลากหลายประเทศเลือกใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ คือ การผลักดัน "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" (Creative Economy) ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยอาศัยความรู้ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐาน เศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้มุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความโดดเด่น ทั้งในรูปแบบสินทรัพย์ที่จับต้องได้ (Tangible) เช่น สินค้าและบริการและสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) เช่น สิทธิทรัพย์สินทางปัญญา การสนับสนุนจากภาครัฐมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการกำหนดนโยบายและงบประมาณที่ช่วยเชื่อมโยงทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และชุมชน รวมถึงการเชื่อมโยงกับภาคการผลิตจริง (Real Sector) ทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในหลายประเทศ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในยุคที่ต้นทุนการผลิตเพียงอย่างเดียวไม่ใช่ปัจจัยชี้ขาด แต่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจะกลายเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2567)

ประเทศไทยได้เผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2540 หรือที่รู้จักกันในชื่อ "วิกฤตต้มยำกุ้ง" หลังจากนั้นอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศลดลงอยู่ในระดับ 3-4% ต่อปี เป็นเวลานานกว่า 20 ปี ทำให้ประเทศไทยติดอยู่ใน "กับดักประเทศรายได้ปานกลาง" ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศที่ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เช่น อิตาลี ญี่ปุ่น หรือเกาหลีใต้ได้ ขณะเดียวกันก็ไม่สามารถสู้กับประเทศที่มีต้นทุนแรงงานต่ำอย่างจีนและเวียดนาม ในด้านการผลิตสินค้าราคาถูกได้เช่นกัน ในยุคเศรษฐกิจใหม่ อุตสาหกรรมที่ทำรายได้ดี ไม่ใช่อุตสาหกรรมการผลิตแบบดั้งเดิมอีกต่อไป แต่เป็นอุตสาหกรรมที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงกลายเป็นยุทธศาสตร์สำคัญสำหรับประเทศพัฒนาแล้วในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ รวมถึงยกระดับการแข่งขันในเวทีการค้าโลก ตัวอย่างเช่น สหรัฐอเมริกามีโครงการ "A Nation of Makers" สหราชอาณาจักรใช้แนวคิด "Design of Innovation" และเกาหลีใต้มี "Creative Economy" ในบริบทของประเทศไทย รัฐบาลได้พยายามใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้โครงการ "ไทยแลนด์ 4.0" ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ แทนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่กำลังหมดไป (จุฑามาศ ศรีรัตน, 2561) เป้าหมายของยุทธศาสตร์นี้คือการสร้าง "เครื่องยนต์เศรษฐกิจใหม่" (New Engines of Growth) เพื่อยกระดับเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายใน 5-6 ปี โดยหนึ่งในประเด็นสำคัญคือ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจในระดับชุมชนให้แข็งแรง สามารถพึ่งพาตนเองได้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากแบ่งออกเป็น 2 แผนย่อย ได้แก่ 1) การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจ มุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะในการประกอบธุรกิจให้กับเกษตรกร แรงงานทั่วไปและประชากรรายได้น้อย ผ่านการสนับสนุนทางวิชาการและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการบริหารจัดการหนี้สินอย่างยั่งยืน 2) การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์และวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดที่เป็นธรรมเพื่อกระจายรายได้อย่างยั่งยืนสู่ชุมชน นอกจากนี้เศรษฐกิจฐานรากยังมุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้แข็งแกร่ง และพึ่งพาตนเองได้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (กาญจนา รอดแก้วและคณะ, 2563)

ในจังหวัดจันทบุรีมีชุมชนท้องถิ่นหลายชุมชนที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม มีการกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยชุมชนนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากคนในชุมชน ความศรัทธา ความเชื่อมั่นที่จะสามารถพัฒนาชุมชนของตนเองให้ก้าวหน้าและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดจันทบุรีมีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากในหลากหลายพื้นที่ เช่น ชุมชนรักษ์เขาบายศรีจังหวัดจันทบุรี ชุมชนริมน้ำจันทบุรี ชุมชนบ้านเสม็ดงาม

โดยสรุปแล้วชุมชนท้องถิ่นถือว่าเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและมีการพึ่งพาตนเอง ซึ่งชุมชนที่สำคัญและมีตลาดชุมชนที่โดดเด่นอีก 1 ชุมชนนั้น ได้แก่ ชุมชนบ้านหนองบัวที่มี “ตลาดชุมชนขนมแปलग림คลองหนองบัว” ที่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มพัฒนาชุมชนบ้านเกิด ที่มีความตั้งใจพัฒนาให้ชุมชนบ้านหนองบัวกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดจันทบุรี ชุมชนบ้านหนองบัวอยู่ห่างจากตัวเมืองจันทบุรีมาประมาณ 10 กิโลเมตร มีชาวบ้านอยู่รวมกันทั้งหมด 11 หมู่บ้านด้วยกัน ถือว่าเป็นชุมชนเก่าแก่อีกแห่งหนึ่งของจังหวัดจันทบุรี ที่มีอายุมากกว่า 100 ปี ที่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้อย่างยาวนาน ชุมชนบ้านหนองบัวส่วนใหญ่ตั้งอยู่ริมน้ำชาวบ้านส่วนใหญ่ จึงยึดอาชีพประมงเป็นอาชีพหลัก สืบทอดกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยชาวบ้านหนองบัวจะนำอาหารทะเลมาจำหน่าย และวางขาย ในตลาดบ้านหนองบัว ที่เรียกว่า “ตลาดโบราณชุมชนบ้านหนองบัว” หรือที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันดีในชื่อว่า “ชุมชนขนมแปलग림คลองหนองบัว” ปัจจุบันชุมชนบ้านหนองบัว นอกจากการเป็นชุมชนการค้าเก่าแก่ มีบ้านเรือนเก่าตั้งอยู่สองฟากฝั่งของถนนที่เป็นเส้นทางแล้ว ชาวบ้านชุมชนหนองบัวยังมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายคงความเป็นอยู่เหมือนเมื่อครั้งโบราณ มีชื่อเสียงในเรื่องอาหารและสินค้ามากมาย โดยเฉพาะขนมแปलग ๑ ที่ปัจจุบันเราแทบจะหากินได้ยาก เช่น ขนมควยลิง, ขนมถั่วแปบโบราณ, ข้าวเหนียวน้ำจิ้มหนองบัวสูตรโบราณ ขนมที่ทำจากข้าวพอง น้ำตาลอ้อย ฟักเชื่อม เป็นต้น จากสาเหตุการเกิดโรคระบาดไวรัสโควิด 19 ทำให้ชุมชนบ้านหนองบัวได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้ เนื่องจากการซื้อขายในตลาดแห่งนี้เป็นหลัก รายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยว เมื่อขาดนักท่องเที่ยวจากคนในจังหวัดหรือต่างจังหวัดภายในประเทศ ทำให้ชาวบ้านในชุมชนขาดรายได้ ชุมชนบ้านหนองบัวส่วนใหญ่ไม่มีการรวมกลุ่มกัน เป็นการค้าขายแบบไม่พึ่งพากัน เมื่อเกิดปัญหาทำให้ชาวบ้านทุกครัวเรือนเกิดผลกระทบ ดังนั้นวิธีการที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวคือ การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ใช้องค์ความรู้ต่าง ๆ ของคนในชุมชน ให้ชุมชนยืนหยัดด้วยลำแข้งของตัวเอง ก่อให้เกิดคุณค่าแก่พื้นที่และนำทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติมาใช้ตามภูมิปัญญาของตนเอง พัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กระตุ้นเศรษฐกิจ เกิดการค้าของชุมชน ตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบยั่งยืนของภาครัฐ ที่มุ่งส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้พัฒนาตนเอง ให้มีระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง โดยหน่วยงานภาครัฐและทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมและสนับสนุน ทำให้มีความยั่งยืนมากขึ้น คนในชุมชนยังสามารถประกอบอาชีพต่อไปได้ เช่น การส่งเสริมให้คนในชุมชนรักษาสิ่งแวดล้อม นำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ ผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชนปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และนำของเสียที่ไม่มีมูลค่ามาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่า การทำตลาดออนไลน์ รวมถึงการฝึกอบรม (workshop) เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือการบริการที่หลากหลาย บรรเทาความเดือดร้อนให้กับชุมชน และสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระบบเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้มีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยจากหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้
 - 1.1 ศึกษาประวัติความเป็นมาของชุมชนหนองบัว
 - 1.2 ศึกษาผลิตภัณฑ์ของชุมชน
 - 1.3 ศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน
 - 1.4 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี เช่น เศรษฐกิจฐานราก นวัตกรรม และผลิตภัณฑ์OTOP
 - 1.5 ศึกษาวิถีชีวิตของชาวชุมชนบ้านหนองบัว อาชีพ รายได้ และหลักอิทธิบาท 4 ที่นำมาใช้ในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีกระบวนการดังนี้
 - 2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 23 คน จาก ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน ตัวแทนหมู่บ้าน นักวิชาการ นักพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
 - 2.2 การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group Discussion) มีการคัดเลือกผู้ที่จะมาสนทนากลุ่มเฉพาะ จำนวน 5 คน โดยคัดเลือกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
3. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ผู้วิจัยมีการประชุมและมีกิจกรรมในการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาแบรนด์สินค้าและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ คือ ไม้กวาดหนองบัว และข้าวเกรียบน้ำจิ้มหนองบัว

พื้นที่การวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการกำหนดพื้นที่ในการวิจัยคือ ชุมชนบ้านหนองบัว ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 11 หมู่ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกชุมชนบ้านหนองบัว หมู่ 7 เป็นพื้นที่ในการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้มีการเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 23 คน ที่มีความเกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนหนองบัว โดยมีการนัดหมายในการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์

2. ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

สำหรับการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group Discussion) เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน ผลผลิตในพื้นที่ชุมชน โดยมีกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าของสวนผลไม้ เจ้าของผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม และนักพัฒนาการซึ่งเคยรับผิดชอบตำบลหนองบัว มาประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน จำนวนทั้งสิ้น 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ (Interview) และการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สำหรับสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured in-depth interview) ในลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ตอบ (Open ended Question)

2. การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Groups Discussion) โดยเชิญผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนที่เกี่ยวข้องในการวิจัย จำนวน 5 คน ในลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิดให้ตอบ (Open ended Question)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์ด้วยการจดบันทึก การถ่ายภาพ และการบันทึกเสียงการโต้ตอบระหว่างเป้าหมายและผู้สัมภาษณ์ในขณะสนทนา

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด ซึ่งผู้วิจัยได้คำนึงถึงจริยธรรมกับผู้ให้สัมภาษณ์ โดยมีการติดต่อและขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ก่อนทำการสัมภาษณ์จริง และได้แจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยก่อนการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคน ซึ่งผู้วิจัยได้นำผลวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

ของการวิจัยที่วางไว้ โดยเครื่องมือที่ใช้มีการสร้างกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ และนำเสนอข้อมูลและผลการวิจัยแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาระบบเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผู้การพัฒนายั่งยืน จากผลการศึกษาผู้วิจัยได้ข้อค้นพบว่า ระบบการพึ่งพาเศรษฐกิจฐานรากชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีนั้น พบว่าการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก รายได้ส่วนใหญ่ของชาวชุมชนบ้านหนองบัวมาจากการทำอาชีพการเกษตร ส่วนรายได้รองมาจากอาชีพประมงและค้าขาย ด้านเงินทุนส่วนใหญ่จะใช้ทุนส่วนตัว ในด้านกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า กระบวนการพัฒนาและการจัดการโดยคนของชุมชน เป็นชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองเกิดการไหลเวียนเศรษฐกิจภายในชุมชน มีความเอื้อเฟื้อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีคุณธรรมและมีระบบเศรษฐกิจเข้มแข็งที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาต่างๆ ในพื้นที่ ทั้งสังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีการสร้างเงินทุนและกองทุน มีการผลิตพื้นฐานจากวัสดุในท้องถิ่น การแปรรูปบรรจุภัณฑ์ การบริการ การตลาด ช่องทางการจำหน่าย แรงงาน รายได้ เงินออม และความจำเป็นพื้นฐานต่าง ๆ สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียงและสามารถพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม วิสาหกิจชุมชน หรือเป็นธุรกิจของชุมชนได้

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จากผลการศึกษาผู้วิจัยได้ข้อค้นพบว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ยังคงมีภูมิปัญญาและองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ การทำอาหารและขนม อาทิ การทำขนมควยลิง ขนมลำเตี้ย ขนมตะไล การทำน้ำตาลอ้อย น้ำปลา กะปิ กุ้งแห้ง ซึ่งขนมและอาหารที่กล่าวถึงนั้นล้วนเป็นขนมโบราณของชุมชนบ้านหนองบัว ที่คงความเป็นเอกลักษณ์และมีการสืบทอดมาอย่างยาวนาน รวมถึงงานฝีมือหัตถกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ ไม้กวาดดอกอ้อ การแกะสลักไม้ บ้านไม้โบราณ ส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีนั้น ผู้วิจัยและชุมชนได้มีการพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น ข้าวเกรียบน้ำจิ้มหนองบัวสูตรโบราณ ที่มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และสร้างตราสินค้าใหม่ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาไม้กวาดหนองบัว "ปรียา" โดยเพิ่มคิวอาร์โค้ดเพื่อให้ข้อมูลสินค้าแก่ผู้บริโภค การพัฒนาเหล่านี้ช่วยสร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

3. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี จากผลการศึกษาผู้วิจัยได้ข้อค้นพบว่า ชาวชุมชนบ้านหนองบัวมีรูปแบบ ดังนี้ (1) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาจากภูมิปัญญา วัฒนธรรม และการนำทรัพยากร

ท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ โดยมีการพัฒนาแบรนด์สินค้าและบริการ (2) รูปแบบการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีมาตรฐานมากขึ้น และ (3) รูปแบบช่องทางการติดต่อและจำหน่าย รวมทั้งยังได้รับการส่งเสริมจากการสร้างเครือข่ายจากการทำ MOU ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนบ้านหนองบัวเป็นตัวอย่างที่ดีของการพัฒนาที่ยั่งยืน ชุมชนสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เพิ่มมูลค่า สร้างรายได้และพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

สรุปได้ว่า ชุมชนบ้านหนองบัวเป็นตัวอย่างของชุมชนที่พึ่งพาตนเองและมีเศรษฐกิจฐานรากแข็งแกร่ง โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างรายได้ ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีเอกลักษณ์โดดเด่น ทั้งอาหารท้องถิ่นและงานฝีมือ ซึ่งพัฒนาให้ตรงกับตลาดผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาด และช่องทางจำหน่าย ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจากการซื้อซ้ำ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี” มีข้อค้นพบว่า ระบบเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี นั้นเกิดจากการพึ่งตนเองของชุมชนเป็นหลัก โดยอาศัยส่วนใหญ่มาจากการทำเกษตรกรรม ประมง ส่วนอาชีพรองมาจากการค้าขาย โดยใช้ทุนส่วนตัว สอดคล้องกับงานของ Soicjit, N. et al. (2022) วิจัยเรื่อง Fostering Grassroots Economy of the Local Community : A Lesson Learned Study. วิเคราะห์ถอดบทเรียนที่ได้รับจากชุมชนจากกระบวนการพัฒนาในเศรษฐกิจฐานราก และเสนอการเรียนรู้ร่วมกันภายใต้แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จากการวิจัยเชิงคุณภาพบนฐานมานุษยนิยมวัฒนธรรม โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ตำบลหนองแปน อำเภอ กมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เก็บรวบรวมทั้งด้านเอกสารและแนวคิดที่ได้จากการทำโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล (University to tumbon (U2T)) ผลที่ได้จากการศึกษาคือ ชุมชนมีการเรียนรู้และนำหลักการทางเศรษฐกิจมาใช้แก้ปัญหาภายในชุมชน ผู้นำชุมชนสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกับการดำเนินโครงการ และชุมชนมีการเรียนรู้มีความสามารถจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน โดยพบว่าผลของการจัดการสินค้าคุณภาพและการตลาดเป็นส่วนที่มีบทบาท โดยมีภาครัฐและเอกชนเข้ามาสนับสนุนแนวคิดของชุมชนให้ดีขึ้น ส่วนในด้านของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษานี้มีข้อค้นพบว่า ด้านกระบวนการพัฒนานั้นที่ชุมชน มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องควบคู่กับการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในชุมชน ในส่วนของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นเนื่องจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมีกระบวนการและวิธีการ ที่มีรากฐานกระบวนการผลิตมาจากฐานชุมชน สอดคล้องกับงานของ วสันต์ วรเจริญ และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยและพัฒนา

คุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในกลุ่มทอเสื่อกก ตำบลคำไผ่ อำเภอยะโฮรี จังหวัดยะโฮร์ โดยศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหากระบวนการทอเสื่อกก และความต้องการในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ยังศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในกลุ่มทอเสื่อกก ตำบลคำไผ่อำเภอยะโฮรี จังหวัดยะโฮร์ และเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในกลุ่มทอเสื่อกก ตำบลคำไผ่อำเภอยะโฮรี จังหวัดยะโฮร์ จากการวิจัยพบว่า การทอเสื่อกกนั้นเป็นภูมิปัญญาที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้การทอเสื่อกกกลายชนิดนั้นเกิดขึ้นจากการดัดแปลงฟืมและไม้ลาย โดยลวดลายบนผ้าเกิดจากนำสิ่งที่ปรากฏในธรรมชาติมาประยุกต์สร้างลวดลายต่าง ๆ บนเสื่อกก โดยกระบวนการสำคัญ 5 ประการคือ การเตรียมวัสดุ, การออกแบบลวดลาย, การทอเสื่อกก, การพันริมเสื่อกก, การเก็บริมเสื่อกก ปัจจุบันนี้ทางกลุ่มได้มีการปรับประยุกต์นำเสื่อกกไปแปรรูป เช่น กระเป๋า แจกัน หมวก เป็นต้น ขณะที่ปัญหาที่พบบนนั้นเป็นด้านของบุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ นอกจากนี้ในด้านความต้องการนั้น กลุ่มต้องการสร้างลวดลายเสื่อกกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาส่งเสริมทั้งในด้านการให้ความรู้การจดสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรลายเสื่อกก ตลอดจนการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ที่มากขึ้น ในขณะที่การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้นเน้นให้มีการแปรรูปเสื่อกกกับกับวัสดุอื่น ๆ รวมไปถึงการนำเอาลวดลายจากธงกฐินเข้ามาร่วมพัฒนาลวดลายในผลิตภัณฑ์อีกด้วย ในด้านของรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษานี้มีข้อค้นพบว่า ในด้านของรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญา พิจารณาได้จากอาหารพื้นเมือง ขนมโบราณ งานฝีมือหัตถกรรม สอดคล้องกับงานของ กนกพร ฉิมพลี (2555) ศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักรสาน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เป็นการศึกษาถึงรูปแบบการจัดการความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักรสาน ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลที่ได้รวบรวมจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4 กลุ่ม คือ 1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสานหมวกใบตาลบ้านคล้า อำเภอพิมาย 2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานผกตบขวา อำเภอจักราช 3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบึงมิตรภาพ อำเภอโนนสูง และ 4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากใบตาลบ้านยายพา อำเภอชุมพวง ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานเกี่ยวข้องกับความรู้ในอดีต สามารถนำมาปรับใช้จนกลายเป็นการปลูกฝังและถ่ายทอดเป็นองค์ความรู้ประจำท้องถิ่น ขณะที่กระบวนการจัดการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานมีขั้นตอนทั้งหมด 5 ขั้นตอน คือ 1. การกำหนดความรู้ ผลิตภัณฑ์จากสมาชิกในกลุ่ม 2. แสวงหาและรวบรวมความรู้เพื่อก่อให้เกิดความรู้เฉพาะกลุ่ม 3. มีการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่ม 4. สะสมองค์ความรู้ที่ได้ในส่วนบุคคล 5. นำไปสู่การถ่ายทอดความรู้ และในส่วนของการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักรสานประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 4 เงื่อนไขคือ ด้านการจัดการ

ความรู้ด้านวัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำและโครงสร้างขั้นพื้นฐาน โดยมีหลักสำคัญของชุมชน คือ การพึ่งพาตนเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ชุมชนควรรวมตัวกันเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน มารองรับตลาด โดยเน้นในเรื่องของการออกแบบเป็นหลัก

2) ชุมชนควรเน้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้มากขึ้นเพื่อขยายไปสู่ตลาดอื่นได้

3) ควรทำแพลตฟอร์มสำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านหนองบัว

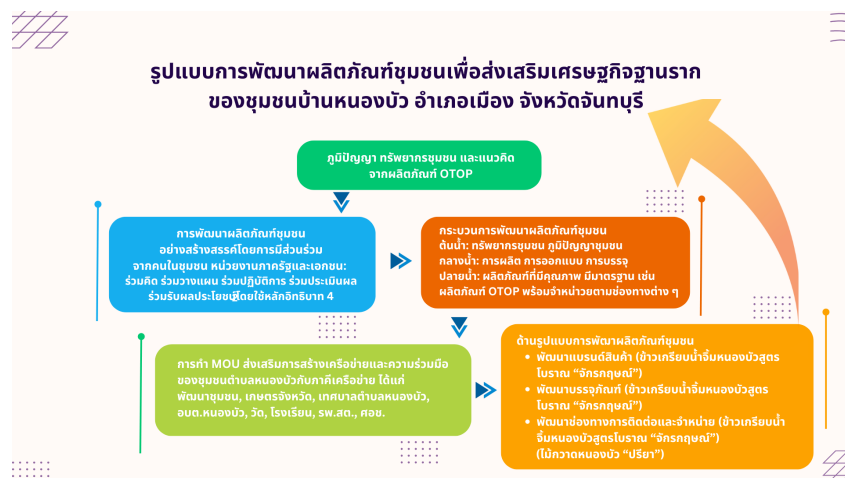
4) ผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ควรสนับสนุนการมีส่วนร่วมของ “ภาคีเครือข่าย” ภายในจังหวัดและนอกจังหวัด เพื่อเป็นช่องทางการขยายตลาดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทั้งในเรื่อง การค้าขายและการบริการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านหนองบัว

2) หน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยทางการศึกษาสามารถนำข้อมูลที่ชุมชนต้องการ ให้การสนับสนุนจัดอบรมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการยืดอายุของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ชุมชนต้องการ

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา รอดแก้ว และคณะ. (2563). รายงานฉบับสมบูรณ์การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กนกพร ฉิมพลี. (2555). รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักรสาน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จุฑามาศ ศรีรัตน. (2561). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับไทยแลนด์ 4.0. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 19 (ฉบับพิเศษ เดือน มีนาคม), 208-217.
- วสันต์ วรเจริญ และคณะ. (2561). การวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในกลุ่มทอเสื่อกก ตำบลคำไผ่ อำเภอไทยเจริญ จังหวัดยโสธร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 24(ฉบับพิเศษ), 7.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2567). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะภูมิทัศน์ใหม่ของระบบเศรษฐกิจโลก. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2567, จาก <https://www.cea.or.th/th/single-research/>
- Soicjit, N. et al. (2022). Fostering Grassroots Economy of the Local Community : A Lesson Learned Study, *Journal of Education*, 8(2), 845-854.