

การเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของ ชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน

ตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

Increase in Potential of Innovation Development and Revitalize the Local Economy on
Market Activities by Creating Jobs Generate Income to Occur in the Local Community in
Tambon Sri Wilai, Selaphum District, Roi Et Province

สุชีลา ตาลอำไพ¹ อินทร์ อินอุ้นโชติ^{2*} และพงศ์สวัสดิ์ ราชจันทร์³
Sucheela Talumphai¹ In Inouchot^{2*} and Pongsawut Rachjun³

*Corresponding Author Email: wai.ple.fiew@gmail.com

Received: June 16th, 2023; Revised: October 16th, 2023.; Accepted: August 28th, 2024.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการใช้นวัตกรรมในด้านการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และความสามารถในการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการสินค้า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการสำรวจความคิดเห็น จำนวน 100 คน โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยประยุกต์ใช้ร่วมกับ The Business Model Canvas ซึ่งเป็นการผสมผสานวิธีการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน โดยรวม ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการจัดการองค์ความรู้ ด้านปรับปรุงและพัฒนา และด้านแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อยู่ในระดับมากทุกด้าน 2) พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ในชุมชน โดยอาศัยเทคโนโลยีที่เป็นภูมิปัญญาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการคิดต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดการแปรรูปอย่างยั่งยืน 3) ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการดำเนินธุรกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ โดยมีการจัดทำแผนการดำเนินธุรกิจการผลิตโดยใช้กรอบแนวคิดกระบวนการ Design Thinking และการวิเคราะห์รูปแบบของแผนธุรกิจและความยั่งยืนในเชิงธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) และ 3) ยกระดับเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่ชุมชน โดยการส่งเสริมพัฒนากระบวนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐาน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และพัฒนากระบวนการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรม, ฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่น, กิจกรรมทางการตลาด

-
- ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์,ดร. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
Asst.Prof. Dr.. Major of Master of Science Program (Science Education), Faculty of Liberal Arts and Science,
Department of Science and Technology, Roi Et Rajabhat University,
^{2*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์,ดร. สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจการค้าปลีก มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
Asst.Prof. Dr., Lecturer of Retail Business Innovation, Roi et Rajabhat University.
³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะนิติรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
Asst.Prof. Faculty of Law and Political, Roi et Rajabhat University.

Abstract

The objective of this research were to study test increase in potential of innovation development and revitalize the local economy on market activities by creating jobs generate income to occur in the local community in tambon Sri Wilai, Selaphum district, Roi Et province. The objective is to develop skills in using innovations in management, production, marketing and the ability to formulate appropriate development guidelines for entrepreneurs in the production process. Achieving the objectives of this research It will be a participatory action research. (Participatory action research; PAR) from applying the theory in the Systemic Approach group, which consists of tools for use in innovation processes and social innovation (Social innovation) by applying in conjunction with The Business Model Canvas, which is a combination of methods Mixing methods based on participation from stakeholders. The results of the project studies have achieved several objectives and project success indicators (KPIs) as follows: 1) Develop products in the community. By relying on technology that is wisdom in product development. as well as the idea of extending the product to achieve sustainable processing 2) Promote and develop a business model for community enterprises to increase commercial competitiveness The production business plan is developed by applying the Design Thinking process framework and analyzing the business plan model and business sustainability. Business Model Canvas (BMC) and 3) raising the economy. and improve the quality of life of people in community areas by promoting the development of production processes to meet standards. as well as the development of packaging and develop a marketing.

Keywords: Increasing the potential for innovation development, Revitalizing Local Economy and Market Activities

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบให้รายได้จากการท่องเที่ยวและการส่งออก ซึ่งเป็นรายได้สำคัญของประเทศหายไปอย่างฉับพลัน ผู้ประกอบการรายย่อยขาดกำลังทุน และประชาชนขาดกำลังซื้อ ซึ่งเมื่อปัจจัยภายนอกเหล่านี้ไม่อาจเป็นที่พึ่งได้ดังที่เคยเป็นมาการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยจึงต้องหันกลับมาสร้างความเข้มแข็งภายในประเทศอันเป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ หรือก็คือ การสร้างฐานรากให้มั่นคง ด้วยการเปลี่ยนวิกฤตไวรัสโควิด-19 ให้เป็นโอกาสในการสร้างเศรษฐกิจฐานราก ในระดับท้องถิ่นและชุมชน ควบคู่ไปกับการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจใหม่ทั้ง 4 แห่งเพื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืนผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพ รวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการเชิงสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพสูง (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) โดยมีการยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และสนับสนุนกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องแผนการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมจากผลกระทบของไวรัสโควิด-19 ภายใต้กรอบวงเงิน 4 แสนล้านบาท ตาม พ.ร.ก.กู้เงินฯ 1 ล้านล้านบาท (รอบที่ 1) จะมุ่งตอบโจทย์เป้าหมายสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างความ

เข้มแข็งแก่เศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการจ้างงาน เกษตรทฤษฎีใหม่ ท้องเที่ยวชุมชน กองทุนหมู่บ้าน และโลจิสติกส์ 2) เน้นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคด้วยการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อรองรับการเติบโตที่ยั่งยืนในอนาคต เน้นเกษตรสมัยใหม่ เศรษฐกิจชีวภาพ ท้องเที่ยวคุณภาพ และ 3) เน้นกระตุ้นอุปสงค์ และการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคบริการ และเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศผลการพิจารณา กลั่นกรองการใช้เงินกู้รอบที่ 1 ประกอบไปด้วย 3 แผนงานหลัก คือแผนงานสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจฐานราก จำนวนเงิน 49,463.03 ล้านบาทครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). 2564) ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสนับสนุนให้เกิดความเข้มแข็งของธุรกิจภาคเกษตรและเกษตรกร รวมถึงการแก้ไขปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และยกระดับคุณภาพชีวิต ในระดับพื้นที่ เพิ่มโอกาส การเข้าถึงช่องทางการตลาด พร้อมทั้งยกระดับมาตรฐานคุณภาพ และมูลค่าเพิ่มของสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และชุมชน เกษตรทฤษฎีใหม่ ท้องเที่ยวชุมชน เพื่อกระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาคในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจใหม่ ทั้ง 4 แห่ง จำนวนเงิน 20,340.57 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

แผนงานหรือโครงการลงทุนและกิจกรรมที่ครอบคลุมต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ ที่สามารถพลิกฟื้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เพิ่มศักยภาพ และยกระดับการค้า การผลิต และการบริการในสาขาเศรษฐกิจ ที่สำคัญของประเทศ โดยครอบคลุมภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การค้าและการลงทุน ท้องเที่ยวและบริการแผนงานกระตุ้นการอุปโภคบริโภค และการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ โครงการเราไปเที่ยวกัน และโครงการกำลังใจ รวมมูลค่า 22,400 ล้านบาทโดยใช้หลักร่วมจ่าย (co-pay) 60:40 ได้แก่ ค่าโรงแรมที่พัก ค่าอาหารและค่าแหล่งท่องเที่ยวในตัวเครื่องบิน และอุดหนุนค่าแพ็คเกจทัวร์ แก่อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) เป็นต้น (สรเสรีญ วงศ์ชะอุ่ม. 2563).

จากการเสริมสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและน้ำเกษตรกรได้รับประโยชน์จากการยกระดับเกษตรแปลงใหญ่ 5,450 แปลง จำนวน 262,500 ราย และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มไม่น้อยกว่า 11,000 ล้านบาทต่อปีเกิดพื้นที่ เกษตรทฤษฎีใหม่เพิ่มขึ้นกว่า 2.4 แสนไร่เกษตรสมัยใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมากกว่า 5 ล้านไร่พื้นที่ป่าไม้เพิ่มขึ้นกว่า 1.7 แสนไร่พื้นที่กักเก็บน้ำ 7,900 ล้านลูกบาศก์เมตรพัฒนาต้นแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพระหว่างและหลัง วิกฤติโควิด -19 กว่า 6 พื้นที่ กระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวนกว่า 2.0 ล้านคน/ครั้ง และคาดว่าจะสามารถเพิ่มรายได้ทางตรงให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ไม่น้อยกว่า 50,000 ล้านบาท (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.), 2561).

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นแผนพัฒนาการประกอบกิจการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของผู้ประกอบการประกอบด้วย แผนการผลิต และแผนการตลาด กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการพัฒนารูปแบบและความหลากหลายของสินค้า สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผู้ชุมชนผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการพัฒนาให้เป็นชุมชนต้นแบบในการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชน ตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด และชุมชนใกล้เคียงเพื่อเป็นต้นแบบชุมชนเข้มแข็งอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา และเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิจัยที่เกิดจากมหาวิทยาลัยราชภัฏร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นชุมชนในเขตพื้นที่บริการ

ของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นสถาบันการศึกษาที่เป็นที่พึ่งของท้องถิ่นในการให้ความรู้ ประสานความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในการพัฒนาท้องถิ่นให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งชุมชน/ท้องถิ่นเป็นผู้ได้รับการ พัฒนาเน้นการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน การสร้างเอกลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการส่งเสริมศักยภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ลักษณะโดดเด่น สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยสวยงาม และเป็นสิ่งกระตุ้นในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อให้สินค้าได้มาตรฐาน เพื่อนำออกสู่ตลาดการแข่งขันในอนาคตต่อไป

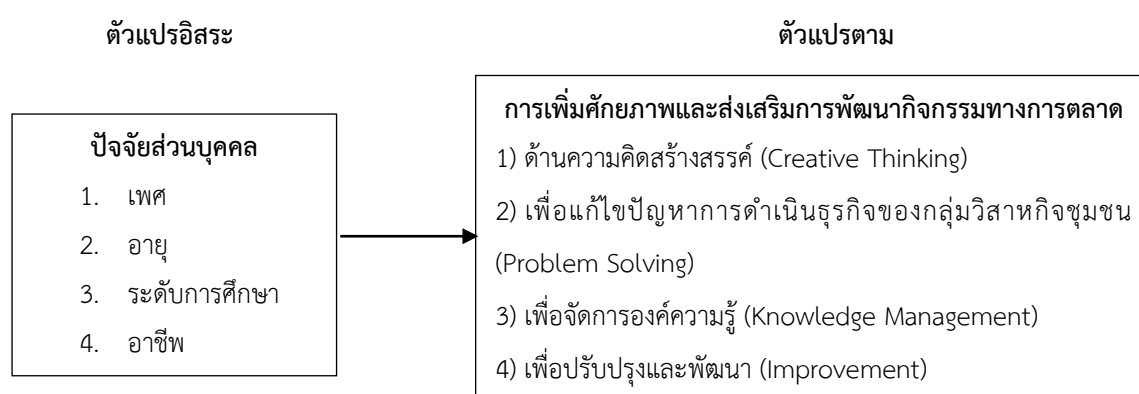
วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

1.2.2 เพื่อพัฒนาการใช้นวัตกรรมในกระบวนการผลิตสินค้า และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชน ตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ให้มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาการเพิ่มศักยภาพเพื่อส่งเสริมการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research: PAR) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Method) ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไปที่สนใจ จำนวน 100 คน และด้านสถิติมีการนำเสนอไว้ในภาพรวมเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ในพื้นที่ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำแบบสอบถามขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 100 คน และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน 1 ตุลาคม 2564- 30 กันยายน 2565

เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

1. แบบสอบถามรูปแบบการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ในพื้นที่ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด และทั้งจุดเด่นและ ข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิม
2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ในพื้นที่ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
3. แบบประเมินศักยภาพและส่งเสริมการพัฒนากิจกรรมทางการตลาดกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ในพื้นที่ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

การหาคุณภาพเครื่องมือ การศึกษาคณะผู้วิจัยมีแนวทางดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

- 1) สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและตัวแปรที่ศึกษาจากนั้นนำแบบสอบถามให้ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ก่อนนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพ
- 2) การประเมินคุณภาพโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ในการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (IOC: Item Objective Congruence Index) เพื่อประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยโดยกำหนดค่าที่สามารถนำไปใช้ได้อยู่ที่ 0.50 ขึ้นไป ผลการศึกษา พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.60-1.00 จึงสรุปได้ว่าข้อคำถามทุกข้อสามารถนำไปใช้ได้แต่มีการปรับข้อคำถามให้เหมาะสมในบางข้อเท่านั้น
- 3) การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยกำหนดให้แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น ไม่ต่ำกว่า 0.80 ขึ้นไป โดยการนำแบบสอบถามที่ทำการปรับแก้แล้วเรียบร้อยแล้วไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ในพื้นที่ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 30 คนแรก และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.95 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลและนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิธีการประมวลผลทาง

หลักสถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง ควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 99-100)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้คำนวณหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543: 102 - 103)

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51-5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51-4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51-3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51-2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และจัดทำรายงานวิจัยในรูปแบบตารางประกอบความเรียงผลการวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน และสามารถนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่มีเพศหญิง (ร้อยละ 54.50) อายุ 41 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 48.25) มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) (ร้อยละ 55.25) ประกอบอาชีพ อื่นๆ (กลุ่มวิสาหกิจ เกษตรกร ทำอาชีพค้าขาย) (ร้อยละ 36.00)

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

การเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมการพัฒนากิจกรรมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.20	0.50	มาก
2. ด้านความคิดสร้างสรรค์	4.23	0.60	มาก
3. ด้านการจัดการองค์ความรู้	4.22	0.62	มาก
4. ด้านปรับปรุงและพัฒนา	4.21	0.61	มาก
โดยรวม	4.21	0.45	มาก

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไป มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพพัฒนานวัตกรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.23$) ด้านการจัดการองค์ความรู้ ($\bar{X} = 4.22$) ด้านปรับปรุงและพัฒนา ($\bar{X} = 4.21$) และด้านแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ($\bar{X} = 4.20$)

2 เพื่อพัฒนาการใช้นวัตกรรมในกระบวนการผลิตสินค้า และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชน ตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ให้มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

1. การพัฒนานวัตกรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เสื้ออกและผ้าขาวม้า ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ภายใต้แนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการขับเคลื่อนทั้งในระดับ ชุมชน ระดับเขตพื้นที่ และในระดับจังหวัด โดยเน้นไปที่การขับเคลื่อนในระดับชุมชนเป็นหลัก ซึ่งที่ผ่านมาชุมชนมีการขับเคลื่อนกิจกรรมของชุมชนอย่างเข้มแข็งมาอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1) กระบวนการขับเคลื่อนในระดับกลุ่ม ชุมชน และเขตพื้นที่ การขับเคลื่อนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชุมชน จะเริ่มต้นจากชุมชน และพื้นที่ใกล้เคียง ในชุมชนถือว่าเป็นหน่วยปฏิบัติการในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นที่รวมของ

ทุกกลุ่มอาชีพ และการพัฒนากลุ่มอาชีพต่าง ๆ หรือเครือข่ายต่าง ๆ ที่ทำเรื่องเดียวกัน และสนใจในเรื่องเดียวกัน เพื่อสร้าง ความร่วมมือกัน โดยมีกระบวนการขับเคลื่อนที่สำคัญ ได้แก่

2) สร้างกลไกการทำงานในระดับเขตพื้นที่ โดยทั่วไปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะได้รับความร่วมมือจาก เครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมหลากหลายกลุ่ม อาทิ สำนักงานเขต มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด กลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ Young Smart Farmer (YSF) เป็นต้น อีกทั้ง มีการเข้าร่วมโครงการประกวดภูมิปัญญาท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์เปลือก และผ้าขาวม้า และได้ติดอันดับวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์เกษตรในท้องถิ่นจัดแสดงและจำหน่ายในงาน สำคัญของท้องถิ่น โดยได้รับความ ร่วมมือจากหลายหน่วยงานที่เข้ามาเก็บข้อมูลและผลักดันให้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ดังที่กล่าวไปข้างต้น นอกจากนี้ หน่วยงานและสถาบันต่าง ๆ มีการเข้ามาศึกษาดูงาน และพัฒนาให้เป็นพื้นที่ ชุมชนต้นแบบร่วมกัน กับชุมชน รวมถึงการให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3.) สร้างกองทุนระดับชุมชนที่เป็นนิติบุคคล หากในอนาคตกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีความเข้มแข็ง และ สามารถสร้างความร่วมมือให้แก่กันในชุมชนมากขึ้น อาจมีการจัดตั้งกองทุนระดับชุมชน โดยเฉพาะ โดยคนในชุมชน เป็นเจ้าของร่วมกัน ด้วยเหตุนี้ กองทุนดังกล่าวจึงอาจนำไปต่อยอดพัฒนาชุมชนในหลาย รูปแบบทั้งการพัฒนาอาชีพ พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ การให้ทุนการศึกษา การช่วยเหลือผู้ยากไร้ แก้ปัญหาคน ว่างงาน ปัญหาน้ำประปาไม่ทั่วถึง การจัดกิจกรรมวันเด็ก กิจกรรมต่อต้านยาเสพติด กิจกรรมทางศาสนา ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมและ ประเพณีในท้องถิ่น

1.4) พัฒนาและสร้างระบบการเชื่อมโยงเครือข่ายระดับเขตพื้นที่ โดยเชื่อมโยงกลุ่มการผลิต การ แปรรูป และการบริการในชุมชน ให้เป็นเครือข่ายระดับเขตพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า องค์ความรู้ รวมถึงการ เพิ่มอำนาจ การต่อรองมากขึ้น

1.5) การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สรุปรบทเรียน และถอดความรู้จากการทำงาน เพื่อยกระดับการ ทำงาน ขยายผลงานในเชิงพื้นที่ และพัฒนานโยบายของคนในชุมชน ได้แก่ ระดมแนวความคิดในการดำเนินงาน ประชุม ชักซ้อมความเข้าใจของวิทยากร ที่ปรึกษาโครงการและทีมนักวิจัยในแนวทางการดำเนินงานโครงการให้เป็นไปใน ทิศทางเดียวกัน จัดการแบ่งการทำงานของทีม

2. ส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบการดำเนินธุรกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์

การดำเนินโครงการในครั้งนี้ มีการออกแบบกิจกรรมและแนวทางการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และดำเนินการผ่านกระบวนการ Design Thinking ของธุรกิจ เพื่อนำรูปแบบธุรกิจเดิมมาปรับปรุง และวิเคราะห์การดำเนินงานผ่านโมเดล Business Model Canvas (BMC) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการมองธุรกิจได้อย่างเป็น ภาพรวม และทำให้ สมาชิกรับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจในทิศทางเดียวกัน กระทั่งนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นโมเดลธุรกิจใหม่ของ วิสาหกิจชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด 1) รูปแบบการทำธุรกิจของ (Business Model) ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด การออก แปรรูปแบบการทำธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จะใช้รูปแบบของแผนธุรกิจและความยั่งยืนใน เชิงธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ภาพรวมของปัจจัยที่มี ความสำคัญในการ ดำเนินการธุรกิจอย่างครอบคลุมทั้ง 9 ด้าน สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

Key Partnerships (KP) พันธมิตรที่ให้การสนับสนุนองค์ความรู้ ปัจจัยการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - เครือข่ายมหาวิทยาลัย - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง - เครือข่ายท้องถิ่นอื่น ๆ - พันธมิตรในการศึกษาดูงานและ จำหน่ายสินค้า - สถาบันการศึกษา - ชุมชนในระแวกใกล้เคียง - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง - กลุ่มอื่น ๆ - พันธมิตรที่ส่งมอบวัตถุดิบ และ ผู้จัดทำผลิตภัณฑ์ - เกษตรกรผู้ปลูกต้นกกในพื้นที่ - เกษตรกรผู้ทอผ้าขาวม้าในพื้นที่ - กลุ่มคนในชุมชน โดยเฉพาะ ผู้สูงอายุในชุมชน	Key Activities (KA) การผลิต - การออกแบบ - การควบคุม - การขนส่ง - การแก้ไขปัญหา - การทำวิจัยพัฒนาสินค้า - การบริการก่อนการขาย/หลังการขาย - เครือข่าย - การทำการตลาดออนไลน์ - การสร้างชุมชน	Value Propositions (VP) <u>Products and Services</u> - แหล่งผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน - สินค้าเป็นแบรนด์ที่ติดตลาด - มีการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าประจำ <u>Gains Creator</u> - สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านการ ซื้อขายผลิตภัณฑ์พื้นเมืองหรือท้องถิ่น <u>Pain Relievers</u> - สามารถเป็นของฝากของที่ระลึกได้ทุกเวลา - เป็นของฝากเพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้รับ - ได้ของฝากที่ระลึก ที่หายาก หรือ ไม่ค่อย มีจำหน่ายในท้องตลาด - สินค้ามีคุณภาพ ผลิตจากวัตถุดิบ ท้องถิ่น ที่มีคุณภาพ - สินค้าสร้างความประทับใจ ด้วยรูปลักษณะที่น่าดึงดูดใจ สวยงาม และบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น	Customer Relationships (CR) พยายามสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว เช่น การช่วยเหลือในทันที (Real-time) ผ่านข้อความส่วนตัว (Chat) ใน Facebook หรือตอบข้อความ (Comment) ในหน้าเพจ และให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่สั่งซื้อจำนวนมาก หรือลูกค้าที่กลับมาซื้อซ้ำ และให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน	Customer Segments (CS) <u>Customer Jobs</u> - ต้องการประหยัด เวลา ต้องการเวลาว่าง - ต้องการผ่อนคลาย ด้วยการซื้อของที่ระลึก - ต้องการที่จะหาความรู้ใหม่ ๆ - ต้องการเป็นคนประสบความสำเร็จ - ต้องการความมั่นคงในชีวิต - มักเปรียบเทียบสินค้าผ่านการรีวิว <u>Gains</u> - ต้องการประสบ การณ์แปลกใหม่ในของฝากและของที่ระลึก - ต้องการที่จะสัมผัสกับรากเหง้าของวัฒนธรรมในท้องถิ่น - ต้องการสินค้าที่มีฉลากระบุข้อมูลให้ ครบถ้วน - ต้องการสินค้าที่มีรูปแบบลักษณะที่ดี - สินค้าควรมีคุณสมบัติหลากหลาย <u>Pains</u> - สินค้าไม่มีคุณภาพเพียงพอ เช่น สีสันทน สดสวยไม่สวยงาม - รูปลักษณะสินค้าไม่สวย ไม่ตอบสนองต่อการ บริโภค เช่น แกะยาก มีอัตลักษณ์ไม่ชัดเจน
	Key Resources (KR) <u>ทรัพยากรบุคคล</u> - คนภายในวิสาหกิจชุมชน เกษตรกรในชุมชน <u>ทรัพยากรทางการเงิน</u> เงินสด, เงินกู้, เงินลงทุน <u>ทรัพยากรทางปัญญา</u> ภูมิปัญญา ท้องถิ่นออกแบบ ลวดลายเป็นผลิตภัณฑ์		Channels (CH) - เพจ Facebook สองช่องทาง คือ เพจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - การออกบูธตามสถานที่ต่าง ๆ อาทิ สถานที่ราชการ ในงาน เทศกาลเฉพาะ และในตลาดนัดชุมชน - จำหน่ายและประชาสัมพันธ์เพื่อ	

	เลือกและผ้าขาวม้า วัตถุดิบ (Materials) วัตถุดิบหลัก คือ กก ผ้าขาวม้า		ส่งเสริมการขาย เช่น สื่อ โทรทัศน์ และกลุ่มซื้อขาย ออนไลน์ต่าง ๆ	
Cost Structure (CS) 1. วัตถุดิบ กกและเส้นผ้า โดยเลือกที่มีคุณภาพจาก เกษตรกรในพื้นที่ (ร้อยละ 60 ของราคาทุนทั้งหมด) 2. แรงงาน ใช้แรงงาน จากสมาชิกคิดค่าแรงงาน 200 บาทต่อวัน (คิดเป็น ร้อยละ 20) 3. ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน เช่น ค่าน้ำ-ค่า ไฟ ค่าขนส่งสินค้า (คิด เป็นร้อยละ 20)				Revenue Streams (RS) รายได้ของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ รายได้จากการขายและ จากการผลิต ตามคำสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์เลือกและ ผ้าขาวม้า (คิดเป็นกำไรร้อยละ 30 ของราคาขาย)



รูปที่ 2 การถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน

3. การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชนตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์

รายการสินค้า	สินค้าเดิม	สินค้าที่พัฒนา
ผลิตภัณฑ์เสื่อกก		
		
ผ้าขาวม้า		
		

รูปที่ 3 การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชนตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์

จากรูปภาพเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เสื่อกกและผ้าขาวม้าชุมชนตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด มาจาก ฐานคิดที่ว่าต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นไปว่าผลิตภัณฑ์พื้นบ้านทั่ว ๆ ไปที่ขายให้แก่คนในท้องถิ่นเท่านั้น ไปสู่การขยายพื้นที่ให้ผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ เข้ามาสนใจและเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์เสื่อกก และผ้าขาวม้าชุมชนตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด มากขึ้น ซึ่งนำมาการวางแผนในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. การสร้างความแปลกใหม่ให้แก่ผู้บริโภค จากเดิมผลิตภัณฑ์เสื้อกและผ้าขาวม้าชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด แบบลวดลายเดิมที่ไม่ทันสมัย ไม่ถูกใจกับผู้บริโภคทุกกลุ่มวัย แต่หลังจากดำเนินโครงการแล้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ทำออกแบบลวดลายเสื้อก และผ้าขาวม้าให้ทันสมัยมากขึ้น ของผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ ลวดลาย ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ และปัจจุบันกำลังดำเนินการทดลองลวดลายใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ และมีโอกาสสร้างการสั่งซื้อจากผู้บริโภคที่ต้องการลวดลายและลักษณะของบรรจุภัณฑ์ แปลกใหม่ และเลือกลวดลาย ตามที่ต้องการได้ด้วย

2. การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ใหม่ จากเดิมเป็นแบบเสื้อลายหรือการบรรจุภัณฑ์ของผ้าขาวม้า ยังไม่มีตามโอกาสต่าง ยังเป็นแบบธรรมดา ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สวยงามน่าซื้อมากขึ้น อีกทั้งยัง ปรับเปลี่ยนฉลากใหม่ โดยการออกแบบทั้งตราสินค้า และฉลากสินค้า นับเป็นสร้างแบรนด์จากการที่บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์เสื้อกและผ้าขาวม้าชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเพิ่มโอกาสการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น

3. การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เสื้อกและผ้าขาวม้าชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สร้างความไว้วางใจและมั่นใจจากลูกค้า

4.การขยายช่องทางประชาสัมพันธ์และทำการตลาด โดยเน้นเรื่องเล่าภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

จากเดิมการขายสินค้าจะดำเนินการผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟสบุคเป็นหลัก และการขายจากคนใกล้ชิด โดย เน้นเฉพาะกลุ่ม หลังจากดำเนินโครงการแล้วได้เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปสู่การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชัน Shopee และ Lazada และขณะนี้กำลังดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ โดยจุดขายของผลิตภัณฑ์ที่นำไปประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วยเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจากชุมชน และเน้นใส่ใจสิ่งแวดล้อมควบคู่ จนทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เข้ามาอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบัน

5. การยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และพัฒนาคุณภาพชีวิต ประชาชนในพื้นที่ชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลศรีวิสัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ยึดแนวทางการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาคิดต่อยอดผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ นำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาแปรรูป เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วย ตนเอง และหมุนเวียนรายได้ในท้องถิ่น มีการวางแผนการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เสื้อกและผ้าขาวม้า โดยการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และกระจายรายได้ให้แก่ทุกภาคส่วนในชุมชน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำอย่างเป็น ระบบในการเลือกวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น อีกทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเสมือนเป็นศูนย์กลางที่ กระตุ้นให้คนในชุมชนสร้างงานจนมีรายได้เข้ามามากขึ้น และยังเป็นการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยผู้วิจัยและคณะสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยโดยนำผลการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนทั่วไป มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพพัฒนาวัฒนธรรมและฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นให้เกิดกิจกรรมทางการตลาดของชุมชนโดยการสร้างงาน

สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นชุมชน ตำบลศรีวิชัย อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวม ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการจัดการองค์ความรู้ ด้านปรับปรุงและพัฒนา และด้านแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสิงห์บุรี (2560) พบว่า การที่ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสิงห์บุรีได้รับการประเมินว่าอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ยังต้องได้รับการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านศักยภาพเชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังพบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการบริโภคอาหารที่คงความเป็นธรรมชาติ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค ดังนั้น เพื่อพัฒนาอาชีพและรายได้ที่เกิดจากภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดการสร้างงานและรายได้แก่คนในท้องถิ่นสำหรับการพัฒนาศักยภาพเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์กุ้งเลี้ยงปลาสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวิหารชาวสามัคคี ตำบลวิหารขาว อำเภอท่าช้าง จังหวัดสิงห์บุรี โดยใช้วิธีการสร้างแบบจำลองทางธุรกิจ (Business model canvas)

2. โครงการนวัตกรรมทางสังคมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ ภายใต้แนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นการศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่เชื่อมโยงกับแนวคิด BCG โดยส่วนใหญ่จะเน้นการดำเนินการภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะการส่งเสริมให้ชุมชนสามารถประกอบอาชีพและพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า และสามารถนำไปต่อยอดเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่คนในชุมชนอย่างถ้วนหน้า อีกทั้งยังมีข้อบ่งชี้ของการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนานวัตกรรม และการแบ่งปันความรู้ผ่านเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการยกระดับศักยภาพของกิจการชุมชน วิสาหกิจชุมชน และผู้ค้ารายย่อยใน ชุมชน ให้มีการพัฒนาทักษะและสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น เนื่องจาก การสร้างนวัตกรรมเพื่อให้ชุมชนรับนั้นชุมชนต้องมีผู้นำในการขับเคลื่อนในการที่พร้อมจะรับเพื่อให้ชุมชนจะเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนได้ จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนจากหลาย ฝ่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในชุมชนต้องเห็นถึงคุณค่าของทรัพยากรในท้องถิ่นและร่วมมือกันพัฒนาอาชีพที่เป็นของเอกลักษณ์ของคนใน ชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการประกอบอาชีพและพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จิระเกียรติ อภิบุญโยภาส และสุพุมล กล้าแสงใส (2563) พบว่า การพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจแก่วิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่าง เข้มแข็ง ยั่งยืน และแข่งขันเชิงพาณิชย์ได้ จำต้องมีการวิเคราะห์และจัดทำรูปแบบการทำธุรกิจ Business Model Canvas พบว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าฝ้ายอม สีสรรษาคีทองบัวแดงมีจุดเด่นในการใช้กระบวนการผลิตจากธรรมชาติ รวมทั้งมีต้นทุนทาง ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบในการผลิต แต่อาจขาดเทคนิค การนำเสนอและกิจกรรมทางการตลาดที่ช่วย สนับสนุนการตลาดใจของผู้ซื้อ ดังนั้นการพัฒนาวิสาหกิจผ่านการอบรมให้ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การ ประชาสัมพันธ์ การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการศึกษาดูงาน ถือเป็นเครื่องมือในการยกระดับความรู้ ของสมาชิกและพัฒนาวิสาหกิจให้มีความก้าวหน้าในเชิงของการเติบโตของรายได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเป็นการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ อันเป็นแนวทางในการยกระดับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งทำให้สามารถตั้งราคา ผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้นและทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกถึงประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ที่สนใจสามารถนำไปสู่ศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมความยั่งยืนในชุมชน และควรมีกิจกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาให้แก่สมาชิกในชุมชนโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และต้องมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า การเพิ่มอัตลักษณ์สินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญคือการขยายช่องทางจัดจำหน่ายและทำการตลาดให้ครอบคลุมผู้บริโภคในหลายกลุ่ม นอกจากนี้ ในการส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน และสร้างความตระหนักเรื่องเศรษฐกิจ การสร้างโมเดลต้นแบบจากสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ ก็ จะช่วยลดต้นทุนและสร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็ง ตลอดจนเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกันในชุมชนให้ยั่งยืนตลอดไป

ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชนที่มีความต้องการพัฒนาในเรื่องของการออกแบบ การสร้างอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ให้กับชุมชน และควรมีการศึกษากลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มีความต้องการอย่างชัดเจนเพื่อสร้างความแตกต่างหรือความได้เปรียบทางการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และผลจากงานนี้มีความหลากหลายของกลุ่มที่ร่วมงานควรมีการศึกษาตัวแปรที่มีจำนวนมากขึ้นให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่าง และการวัดแต่ประเภทให้มีความชัดเจนมากขึ้น จะทำให้งานมีประสิทธิภาพมาก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยและโครงการมากที่สุดและสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการของกลุ่มผลิตสินค้าชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษางานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ถือเป็นประสบการณ์แห่งกระบวนการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านความรู้เชิงวิชาการและการสร้างสรรค์ความคิดจากปราชญ์ผู้เชี่ยวชาญ ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพให้กับชุมชนพื้นที่รับผิดชอบของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่เป็นระบบ ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่ให้การสนับสนุนงบประมาณภายใต้โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ขอขอบคุณคณะทำงาน อาจารย์ผู้ร่วมวิจัย ที่ให้คำปรึกษาคำแนะนำในการทำวิจัยและตรวจแก้ไขข้อบกพร่องตลอดเวลา และขอขอบคุณผู้บริหารฯ กลุ่มอาชีพ ประชาชนทั่วไป และปราชญ์ชุมชน ที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลร่วมกันพัฒนางานโครงการและงานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). (ร่าง) ยุทธศาสตร์ การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2569. กรุงเทพฯ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- จิระเกียรติ อภิบุญโยภาส และสุพุมล กล้าแสงใส. (2563). รูปแบบการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง อำเภอนางรองบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. 16(2) : กรกฎาคม-ธันวาคม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสิงห์บุรี. (2560). *แผนผังโมเดลธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวิหารชาวสามัคคี ตำบลวิหารขาว อำเภอกำแพง จังหวัดสิงห์บุรี*. สิงห์บุรี : รุ่งศิริการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.). (2561) *สมุดปกขาว BCG in Action การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2564). *คู่มือการส่งเสริมการพัฒนา “ระบบเศรษฐกิจฐานราก”*. กรุงเทพฯ: สำนักสนับสนุนขบวนองค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการพัฒนา สถาบันพัฒนา องค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- สรเสรีญ วงศ์ชะอุ่ม. (2563). *การวางแผนพัฒนาประเทศ*. นนทบุรี: บริษัท ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง จำกัด.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Oliveira, M. A.-Y., & Ferreira, J. J. P. (2011). Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers. *African journal of business management*, 5(7), 22-30.