

การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถใช้เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับงานมหกรรม Motor GP ปี 2018 ในตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
Making the economic added value and Development of community products linking the sale of sport goods to the Motor Expo GP 2018 in Hoo Tamnop, Pakham District, Buriram

นลินทิพย์ พิมพ์กัณฑ์¹
ปรีชา ปาโนรัมย์²
สุริยา รักการศิลป์³
กุลกันยา ศรีสุข⁴
พิสมัย ประชานันท์⁵

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุปสงค์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการในตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ อุปสงค์จากนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าชุมชนในตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนามช้างอารีนาและสนามแข่งรถ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คนที่มาเยี่ยมชมสนามกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ กลุ่มชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาหาร จำนวน 25 คน และกลุ่มของที่ระลึก จำนวน 25 คน เครื่องมือที่ใช้ เป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจ แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า อุปสงค์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการในทุกรายละเอียดจัดอยู่ในระดับ มากที่สุด และสำหรับอุปสงค์จากนักท่องเที่ยวพบว่า ชอบที่จะซื้อสินค้าที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน สำหรับแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ควรเพิ่มเรื่องราวให้อยู่ในผลิตภัณฑ์ เช่น แพ้คเก็จ หรือ รูปร่างผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

คำสำคัญ : การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, การเชื่อมโยงสินค้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the demand for adding the economic value of community products of the entrepreneurs in Hoo Tamnop, Pakham District, Buriram, to study the demand from tourists on community goods in in Hoo Tamnop, Pakham District, Buriram and to study the tendency for adding the product value meeting the demand of sport tourists at Chang Arena field and racetrack in Muang Buriram. The samples were 400 tourists both Thai and foreigners visiting the stadium in Buriram,

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

²รองศาสตราจารย์ ดร.สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

⁴ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

⁵อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

the 2 groups of community producers as 25 food groups and 25 souvenir groups. The tools for this research were a questionnaire survey, interview and group discussion. Statistics used in this research were percentage, mean and standard deviation. The research results were found that the demand for adding the value of community products in every detail was at the most mean level and for demand from the tourists it was found that they preferred to buy the products produced by community people, especially the products as a the identity of the village. For the way for increasing the value of community products, it should add the stories to the product such as packages or product shapes.

Keywords: making of economic added value, community product development, Linking the product to Attraction Tourism.

บทนำ

การศึกษาเพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ก็คือ การนำไปเพื่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ให้กับชุมชน โดยพื้นที่ที่คณะผู้วิจัยได้ทำศึกษานั้น ได้แก่ ตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ สาเหตุที่ศึกษาในพื้นที่นี้เป็นเพราะ ประการที่ 1 ต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อยู่บริเวณรอบๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ให้เป็นผลิตภัณฑ์แห่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประการที่ 2 เพื่อเชื่อมโยงความร่วมมือกันระหว่างชุมชนที่อยู่บริเวณรอบๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์กับคณะอาจารย์ในมหาวิทยาลัย ประการที่ 3 เพื่อสร้างความรู้ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ต้องการยกระดับสินค้าของตนให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นในทางเศรษฐศาสตร์และสามารถจำหน่ายได้ในระดับราคาที่สูงขึ้นและเป็นที่ต้องการของตลาด โดยการศึกษาในพื้นที่นี้ มีความสำคัญต่อพัฒนาการด้านความรู้ในทางวิชาการรวมทั้งจะสามารถทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดอุปสงค์สืบเนื่อง (Derived Demand) กล่าวคือ เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าได้ในปริมาณมากและมีระดับราคาเหมาะสมทำให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้น จะสามารถช่วยให้ผู้ผลิตขยายการผลิตของตนเองได้เพิ่มขึ้น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงถือว่าเป็นประโยชน์มากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกสถานที่ในการศึกษาคือ ตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีสภาพปัญหาดังต่อไปนี้ 1. มีวัตถุดิบที่ค่อนข้างจะหายาก 2. ผลิตภัณฑ์มีต้นทุนสูง 3. การใช้บุคลากรในการทำงานมีจำนวนจำกัด และ 4. คุณภาพและปริมาณสินค้ายังด้อยอยู่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การดำเนินการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้มีความสำคัญมาก จึงได้ดำเนินการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอุปสงค์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการในตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาอุปสงค์จากนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าชุมชนในตำบลหูก่าน อำเภอปะคำจังหวัดบุรีรัมย์ ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนามช้างอารีนาและสนามแข่งรถ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนในการทำวิจัย
ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 ได้มีการจัดประชุมคณะนักวิจัยเพื่อชี้แจงรายละเอียดงานวิจัย และร่วมกันวางแผนเพื่อดำเนินการวิจัย ในแต่ละขั้นตอน โดยหัวหน้าโครงการเป็นผู้รับผิดชอบรายละเอียดบทที่ 1 บทที่ 2 และบทที่ 3 ส่วนในรายละเอียดบทที่ 2 นั้น ให้คณะนักวิจัยแบ่งหน้าที่ในการรับผิดชอบศึกษาเอกสาร

และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นมีการจัดประชุมคณะนักวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลเนื้อหาในบทที่ 2 และสร้างเครื่องมือเบื้องต้นเพื่อรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย แล้วทำการติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากนั้นทำการสำรวจข้อมูลประชากร เพื่อนำมาคัดเลือก และลงพื้นที่เบื้องต้นเพื่อทำการรวบรวมข้อมูลที่จะใช้ให้เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วมีการจัดประชุมคณะนักวิจัยเพื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเช่น แบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลอย่างเป็นระบบ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต พร้อมกับทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีการทดสอบเครื่องมือในการวิจัยทั้งหมดก่อนที่จะลงมือปฏิบัติจริง จากนั้นจึงกำหนดให้นักศึกษาซึ่งเป็นผู้ช่วยนักวิจัยจำนวน 30 คน เพื่อให้เข้าไปเก็บรายละเอียดข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ตามแบบที่กำหนดโดยจะมีการอบรมผู้ช่วยนักวิจัยก่อนที่จะดำเนินการวิจัย ต่อมาในระยะที่ 2 กำหนดให้ผู้ช่วยนักวิจัยแต่ละคน เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ตามแบบที่กำหนด แล้วมีการ คณะนักวิจัยจัดประชุม Focus Group และในระยะที่ 3 ขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้มีการลงรหัส ตรวจสอบรหัส นำข้อมูลเข้าเครื่องและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์จากนั้นทำการประมวลผล สรุปตามค่าสถิติต่าง ๆ และสรุปรายละเอียดต่าง ๆ และลงฐานข้อมูล ทดลองใช้ข้อมูล จากนั้นมีการเขียนรายงานผลบทที่ 4 และสรุปผลบทที่ 5 จากนั้นทำการสรุปผลการวิจัยแบบย่อ และจัดประชุมคณะนักวิจัย ตัวแทนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนักวิชาการด้านคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ผลของการวิจัย องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยมีความถูกต้องสมบูรณ์มากน้อยเพียงใด ต่อมาในระยะที่ 4 การเขียนรายงาน และการเผยแพร่ผลงาน แล้วจึงมีการเขียนรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ จำนวน 15 เล่ม จัดทำบทสรุปผู้บริหาร จัดทำบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติ หรือ นานาชาติ

2. การวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมสวนนกกีฬาทิวทัศน์บุรีรัมย์ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาหาร และกลุ่มของที่ระลึก จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งกลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมสวนนกกีฬาทิวทัศน์บุรีรัมย์ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน แบ่งเป็น ชาวไทย 300 คน ชาวต่างประเทศจำนวน 100 คน และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ กลุ่มชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาหาร จำนวน 25 คน และกลุ่มของที่ระลึก จำนวน 25 คน รวม 50 คน

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาที่จะศึกษาโดยได้ศึกษาจาก แนวคิดเกี่ยวกับมูลค่าทางเศรษฐกิจ อุปสงค์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำไปเพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจ และแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้รับข้อมูลในการดำเนินการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานนั้น คณะผู้วิจัยขอเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปในเบื้องต้นก่อน จากนั้นจะนำเสนอไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดเอาไว้ ได้แก่

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาอุปสงค์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการในตำบลห้วยทับอำเภอบัวคำ จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผลการวิจัยพบดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาอยู่ที่ ชั้นประถมศึกษา มีอาชีพค้าขาย มีรายได้ปัจจุบัน อยู่ที่ 5,000- 10,000 บาท/เดือน มีประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่ต้องการจะผลิต ได้แก่ จักรสาน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ของหมัก และ ผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 20 ขนม คิดเป็นร้อยละ 16 และน้ำพริก คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนตลาดที่จะนำไปจำหน่าย ส่วนใหญ่ จะจำหน่ายที่หมู่บ้าน และตลาดอำเภอบัวคำ

2. อุปสงค์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการในตำบลห้วยทับอำเภอบัวคำ จังหวัดบุรีรัมย์

พบดังนี้

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์สินค้า อยู่ในระดับ มากที่สุด และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ด้านที่จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ การกำหนดราคาสินค้าที่ได้มาตรฐาน อยากให้สำรวจราคาสินค้าที่เกิดจากนักท่องเที่ยว ราคาสินค้าที่ต้นผลิตเปรียบเทียบกับราคาตลาด อยากเรียนรู้การกำหนดราคาที่ไม่ขาดทุน การกำหนดราคาที่สามารถจำหน่ายได้ และลูกค้าเต็มใจที่จะจ่าย

2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์สินค้า อยู่ในระดับ มากที่สุด และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ที่จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน คุณภาพสินค้าควรอยู่ในระดับมาตรฐานสากล กระบวนการในการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าที่ได้มาตรฐาน มอกรับรองและคุณภาพสินค้าควรมีแพ็คเกจที่สามารถใช้ประโยชน์ได้มาก

2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มากที่สุด และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ที่จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ การมีคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน มอก. รองลงมาคือ กระบวนการที่มีการลดต้นทุน การทำแพ็คเกจสินค้าที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย และการเพิ่มคุณภาพสินค้าตามหลักวิชาการ อยากมีกระบวนการผลิตที่สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้

2.4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ ด้านช่องทางการตลาด อยู่ในระดับ มากที่สุด และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ที่จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าทางไลน์ (4.88) รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหลากหลาย การทำเว็บไซต์ชุมชน การจำหน่ายสินค้ารองรับมหกรรม Motor GP 2018 และ การจำหน่ายสินค้าทางเฟซบุ๊ก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าชุมชนในตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำจังหวัดบุรีรัมย์ ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวนทั้งหมด 300 คน ผลการวิจัยพบดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 300 คน โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ อยู่ระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่รับราชการ มีรายได้อยู่ที่ 15,001บาท/เดือน ขึ้นไป ส่วนใหญ่มาเยี่ยมชมที่สนามกีฬาช้างอารีนา มากกว่า 10 ครั้ง โดยชอบเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เสื้อกีฬาของทีมนบุรีรัมย์ สินค้าประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และของเด็กเล่น

2. อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าชุมชนในตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งพบว่า

2.1 ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ในการเลือกซื้อสินค้านั้น จะขึ้นอยู่กับราคา จัดอยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเข้าไปในรายละเอียดจะพบว่า ที่จัดอยู่ในระดับที่สนใจ มากที่สุด ได้แก่ การเลือกซื้อสินค้าเพราะราคา หรือ หากสินค้ามีคุณภาพแต่ราคาแพงก็จะสั่งซื้อ ซึ่งทั้ง 2 เหตุผลผู้ตอบให้น้ำหนักเท่ากัน ที่จัดอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ การให้น้ำหนักไปที่ สินค้าราคาตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้าจะต้องขึ้นอยู่กับราคาตามท้องตลาด เท่านั้น จึงจะซื้อ ซึ่งมีค่าน้ำหนักที่เท่ากัน ที่จัดอยู่ในระดับ น้อย ได้แก่ การให้น้ำหนักไปที่ สินค้าจะต้องราคาถูกเท่านั้น จึงจะเลือกซื้อ

2.2 ด้านการเลือกซื้อสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามอันเกิดจากด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเป็นหลักนั้น จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด และเมื่อพิจารณาเข้าไปในรายละเอียดพบว่า ทุกหัวข้อจัดอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

2.3 ด้านรสนิยม ผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านรสนิยมนั้น จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเข้าไปในรายละเอียดพบว่า ที่จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพราะผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน รองลงมาคือ หากเป็นอาหารรสชาติแบบอีสาน ต่อมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีแพ็คเกจใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ต่อมาคือ หากเป็นสินค้าที่ระลึกต้องเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น และที่จัดอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ มีอัตลักษณ์แบบสากล

2.4 ด้านบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อสินค้าจากด้านบริการ จัดอยู่ในระดับ มาก

ที่สุด และเมื่อพิจารณาเข้าไปในรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ ก็จะพบว่า ทุกหัวข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก โดยทุกรายละเอียดจัดอยู่ในระดับ มากที่สุด ทั้งหมดและ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนามช้างอารีนาและสนามแข่งรถ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

สิ่งที่ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะได้ผลิตภัณฑ์ ในด้านสินค้า มากที่สุด โดยให้ความสำคัญในทุกรายละเอียดที่ผู้วิจัยได้ถาม มีค่าเฉลี่ยจัดอยู่ในระดับ 5 ทั้งหมด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน คุณภาพสินค้าควรอยู่ในระดับมาตรฐานสากล คุณภาพสินค้าควรมีแพ็คเกจที่สามารถใช้ประโยชน์ได้มาก หากเป็นประเภทอาหาร ควรมีแพ็คเกจที่สะอาด มี มอก รับรอง

และที่มีความต้องการในระดับที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ ระดับ 5 ในทุกรายละเอียดข้อคำถาม ได้แก่ ด้านบริการ โดยมีรายละเอียดคือ ควรมีการบริการที่เป็นที่ประจําใจ การแต่งกายของผู้จำหน่ายควรบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควรมีบริการการจำหน่ายทางเว็บไซต์ ควรมีการบริการจำหน่ายทางเฟซบุ๊ก มีการบริการหลังการขาย

และที่มีความต้องการในระดับที่มีค่าเฉลี่ยลำดับต่อมา คือ ระดับ 4.51 ในทุกรายละเอียดข้อคำถาม ได้แก่ ด้านรสนิยม โดยมีรายละเอียดคือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีแพ็คเกจใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย หากเป็นอาหารขอรสชาติแบบอีสาน และ หากเป็นสินค้าที่ระลึกต้องเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น

และที่มีความต้องการในระดับที่มีค่าเฉลี่ยลำดับต่อมา คือ ระดับ 3.84 ในรายละเอียดข้อคำถามเพียง 2 ประการ ได้แก่ ด้านราคา โดยมีรายละเอียดคือ ท่านสนใจสินค้าเพราะราคา และหากสินค้ามีคุณภาพแต่ราคาแพงท่านสนใจที่จะสั่งซื้อ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถใช้เชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับงานมหกรรม Motor GP ปี 2018 ในตำบลหุทาบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ นี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์อยู่ 3 ประการ ทั้งนี้ได้ดำเนินการตามกระบวนการวิจัยทั้งหมดแล้ว และผลการวิจัยในแต่ละวัตถุประสงค์พบความรู้ที่เกิดขึ้น ดังต่อไปนี้

1. สำหรับอุปสรรคในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ประกอบการในตำบลหุทาบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยได้สำรวจความคิดเห็นในสภาพการผลิตที่เป็นอยู่ในขณะนี้ว่า ชุมชนต้องการอะไรบ้างเพื่อเติมเต็มการผลิตให้มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า หากเป็นเรื่อง การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์สินค้า มีความต้องการอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยรายละเอียดที่ต้องการเห็น มากที่สุดก็คือ การกำหนดราคาสินค้าที่ได้มาตรฐาน สาเหตุเป็นเพราะชาวบ้านมีการผลิตสินค้าแล้ว ทราบว่าราคาตลาดอยู่ที่เท่าไร แต่ไม่ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านกำลังผลิตนั้น ควรจะกำหนดราคาอยู่ที่เท่าใดจึงจะคุ้มทุนและได้กำไร และเป็นราคาที่เป็นที่พอใจของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ดังนั้น การสอบถามเกี่ยวกับราคากับผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตจะทราบได้ว่า ราคาที่แท้จริงที่ผู้ผลิตควรจะกำหนดนั้นควรจะเป็นราคาเท่าไร เพราะสินค้าบางประเภทเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย เป็นที่นิยมในการเลือกซื้อมาบริโภคมาใช้สอย สินค้าประเภทนี้ผู้ผลิตสามารถที่จะกำหนดราคาในระดับที่แพงได้ โดยผู้บริโภคก็เต็มใจที่จะจ่าย ยกตัวอย่างเช่น ไก่ในร้าน KFC ซึ่งไก่ตัวหนึ่ง หากชาวบ้านนำมาปรุงและจำหน่ายเองสามารถขายได้กำไรไม่มากนัก รวมทุนรวมกำไรแล้วอยู่ที่ประมาณ 150-170 บาท แต่หาก KFC นำมาจำหน่าย ไก่ 1 ตัว กลับได้ทั้งหมดทั้งกำไรรวมแล้วเกือบ 2,000 บาท ดังนั้น การกำหนดราคาที่แตกต่างกันจึงสามารถทำได้เพราะการปรุงแต่งในผลิตภัณฑ์ การโฆษณา และอื่นๆ ในผลิตภัณฑ์ถูกสร้างขึ้นมาเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งการยอมรับและเต็มใจในการจ่ายของลูกค้าก็มีโดยทั่วไป และลูกค้ายังเห็นและรู้สึกว่าเป็นสินค้าราคาไม่แพงอีกด้วย ผลการวิจัยที่พบอีกประการหนึ่งก็คือ ตัวผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน คุณภาพสินค้าควรอยู่ในระดับมาตรฐานสากล กระบวนการในการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าที่ได้มาตรฐาน มอก รับรองและคุณภาพสินค้าควรมีแพ็คเกจที่สามารถใช้ประโยชน์ได้มาก ซึ่งข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็น

ว่า ผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกในเขตนี้ มีความต้องการที่จะผลิตสินค้าให้สื่อถึงเรื่องราวอันเป็นอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน แต่บางครั้งก็อยู่อาศัยในหมู่บ้านมาหลายปีแล้วแต่ก็ยังไม่ทราบ ว่า อัตลักษณ์ของหมู่บ้านคืออะไร ถ้าหากจะนำเอาตัวผลิตภัณฑ์มาสื่อเป็นอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์นั้นก็อาจจะมีลักษณะที่คล้ายกันกับชุมชนอื่นๆ ในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้นสิ่งที่เป็นไปได้ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุมชนนั้นๆ ก็คือการสร้างชื่อหมู่บ้าน อำเภอ ขึ้นมาวางไว้เป็นสัญลักษณ์บนกล่องผลิตภัณฑ์ก็จะสื่อถึงอัตลักษณ์ได้ว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากหมู่บ้านนี้ ตำบลนี้ เพราะการใส่ชื่อหมู่บ้าน ตำบลและอำเภอ ก็จะเป็นสื่อสัญลักษณ์ได้ แต่หากใส่เฉพาะชื่อหมู่บ้านก็อาจจะไปซ้ำกับอีกหลายๆ หมู่บ้านที่มีอยู่ในประเทศไทย ดังนั้นอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์หากไม่สามารถพบได้ในคุณลักษณะพิเศษของสินค้าก็อาจจะดึงออกมาจากชื่อหมู่บ้าน ตำบลและอำเภอก็ได้ เพราะเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของหมู่บ้านนั้น ชาวบ้านมักจะไม่เคยประชุมและวิเคราะห์เรื่องนี้ สอดคล้องกับ ปรีชา ปาโนรัมย์ (2554) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มมูลค่าด้านเศรษฐกิจของสินค้าที่ระลึกอันเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะและวัฒนธรรมผ่านแนวคิดบรรษัทภิบาลในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า อัตลักษณ์ของสินค้าจะเป็นเครื่องบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของหมู่บ้าน และหากหมู่บ้านได้มีการผลิตสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง จะทำให้ผู้บริโภคเมื่อซื้อสินค้านั้นในทีใดก็จะนึกถึงหมู่บ้านนั้นทันที

ข้อค้นพบอีกประการหนึ่งก็คือ ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยพบเรื่องของ การมีคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน มอก. รองลงมาคือ กระบวนการผลิตที่มีการลดต้นทุน การทำแพ็คเกจสินค้าที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย และการเพิ่มคุณภาพสินค้าตามหลักวิชาการ อยากรู้กระบวนการผลิตที่สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ ซึ่งการค้นพบความต้องการของผู้ผลิตในสิ่งต่างๆ เหล่านี้ เป็นที่เข้าใจได้เพราะผู้ผลิตต้องการที่จะเห็นภาพของสินค้าที่ตนผลิตได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต โดยเป็นข้อค้นพบเป็นอันดับแรก ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ผลิตต้องการที่จะดำเนินการผลิตอย่างถูกต้องและเป็นที่ยอมรับ เพราะสินค้าหลายรายหากมีการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน จะไม่สามารถที่จะนำมาจำหน่ายในสังคมออนไลน์ได้ หรือไม่สามารถนำมาจำหน่ายได้โดยทั่วไป อย่างไรก็ตามสินค้าที่จะได้รับรองมาตรฐานนั้นจะต้องมีการผลิตที่เป็นไปตามคุณภาพที่กำหนดโดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ซึ่ง มอก. เป็นคำย่อมาจาก “มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม” หมายถึง ข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุดโดยจัดทำออกมาเป็นเอกสารและจัดพิมพ์เป็นเล่มภายใน มอก. แต่ละเล่มประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น เกณฑ์ทางเทคนิค คุณสมบัติที่สำคัญ ประสิทธิภาพของการนำไปใช้ คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตและ และวิธีการทดสอบเป็นต้น ในการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้น ผู้รับรองจะมีการออกไปรับรอง และให้แสดงเครื่องหมายรับรอง โดยในส่วนของประเทศไทย สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ วิธีที่ 3 แบบที่ 5 จัดเป็นการรับรองคุณภาพโดยบุคคลที่ 3 และมี การทดสอบแบบของผลิตภัณฑ์ ประเมินระบบการควบคุมคุณภาพของ โรงงานที่ผลิต รวมทั้งมีการติดตามผลและได้ออกใบอนุญาตให้แสดง เครื่องหมายมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายมาตรฐาน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ่านการตรวจสอบและได้รับการรับรองจาก สมอ. แล้วว่ามีคุณภาพ ได้มาตรฐานที่กำหนด มีความปลอดภัยในการอุปโภค บริโภค มีประสิทธิภาพในการใช้งานและมีคุณภาพสมราคา ปัจจุบัน สมอ. ได้อนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มอก. กับผลิตภัณฑ์ 5 เครื่องหมาย คือ เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ เครื่องหมายมาตรฐานเฉพาะความปลอดภัย เครื่องหมายมาตรฐานเฉพาะสิ่งแวดล้อม และเครื่องหมายมาตรฐานเฉพาะด้านความเข้ากันได้ทางแม่เหล็กไฟฟ้า และสำหรับสินค้าที่ระลึกประเภทอาหารที่ทางผู้ผลิตในตำบลหุทານผลิตนั้น หากได้รับการรับรองจาก มอก. ก็จะได้เครื่องหมายมาตรฐานแบบทั่วไป ซึ่งการผลิตที่ได้มาตรฐานนั้น สอดคล้องกับ วชิระ สิงห์คง (2559) ทำวิจัยเรื่อง การยกระดับผู้ผลิตสินค้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร วัตถุประสงค์ของการศึกษารั้งนี้ คือการยกระดับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้วิธีการอบรมให้ความรู้กระบวนการผลิตและข้อกำหนดมาตรฐาน จากนั้นตรวจตัวอย่างเพื่อคัดกรองของกลุ่มที่มีและไม่มีเครื่องหมาย อย. และตรวจตัวอย่างโดยพิจารณาตัดสินตาม เกณฑ์คุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่พบปัญหาคือ น้ำ

พริกปลาย่าง มันทอดอบเนย ว่านหางจระเข้ในน้ำเชื่อม แหนมเห็ด น้ำถั่วเหลือง คุกกี้ เส้นบะหมี่สด พริกแกง โดยควรแก้ไขในด้าน อะพลาทอกซิน กรดซอร์บิก ความรู้เรื่องนิยามและขอบข่ายของผลิตภัณฑ์ สตาฟีโลค็อกคัส อีเรียส ความชื้น กรดเบนโซอิก วอเตอร์แอกทิวิตี ตามลำดับ การคัดกรองตัวอย่างพบปัญหาเรื่องการ ชั่งน้ำหนักบรรจุกับการระบุข้อมูลบนฉลาก ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้เป็นตัวแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนใน จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อการพัฒนาสินค้าในท้องถิ่นสู่ความความปลอดภัยและความมั่นคงทางอาหาร

ข้อค้นพบอีกประการหนึ่งก็คือ ด้านช่องทางการตลาดอยู่ที่ระดับ มากที่สุด และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ที่จัดอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าทางไลน์ รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหลากหลาย การทำเว็บไซต์ชุมชน การจำหน่ายสินค้ารองรับมหกรรม Motor GP 2018 และ การจำหน่ายสินค้าทางเฟซบุ๊ก ซึ่งการจำหน่ายสินค้าในปัจจุบันพบว่า ผู้ค้าปลีกหลายรายอาจจะต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการจำหน่ายจากเดิมอยู่ ณ จุดที่ตั้ง และกระจายสินค้าไปตามอำเภอต่างๆ จังหวัดต่างๆ เพราะการทำกรจำหน่ายในลักษณะนี้อาจจะต้องใช้ต้นทุนการขนส่งมาก แต่การจำหน่ายในอีกรูปแบบหนึ่ง สามารถกระจายสินค้าได้กว้างมากยิ่งขึ้นและไปได้ทั่วประเทศ นั่นคือ การผลิตแบบสั่งคอมออนไลน์ และการจำหน่ายสินค้าในประเภทนี้หากมีการจำหน่ายมากๆ ก็จะทำให้เกิดร้านค้าในสั่งคอมออนไลน์ขึ้นมาและเราสามารถนำสินค้าไปจำหน่ายได้โดยสามารถจำหน่ายได้ทั่วประเทศ การจำหน่ายในรูปแบบนี้จะช่วยให้ผู้จำหน่ายสามารถที่จะจำหน่ายสินค้าและได้รับรายได้มหาศาลหากสินค้านั้นมีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

2. สำหรับแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เชิงเชิงกีฬาที่สนามช้างอารีนาและสนามแข่งรถ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบดังต่อไปนี้

จากผลการวิจัยจะพบว่า ในด้านราคานั้น โดยภาพรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ในการเลือกซื้อสินค้านั้น จะขึ้นอยู่กับราคา ซึ่งจัดอยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาเข้าไปในรายละเอียดจะพบว่า ที่จัดอยู่ในระดับที่สนใจมากที่สุด ได้แก่ การเลือกซื้อสินค้าเพราะราคา หรือ หากสินค้ามีคุณภาพแต่ราคาแพงก็จะสั่งซื้อ โดยที่ทั้ง 2 เหตุผลผู้ตอบให้น้ำหนักเท่ากัน ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้ซื้อสินค้าไม่ได้ซื้อเพราะราคาถูก แต่จะเลือกซื้อสินค้าเพราะคุณภาพเป็นหลัก แต่ราคาแพงนั้นจะต้องเป็นราคาที่ไม่แพงกว่าท้องตลาดมากนัก เพราะสินค้าในตำบลห้วยทำนบนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทอาหาร ดังนั้น หากจะผลิตสินค้าประเภทนี้จะต้องคำนึงถึง ประการที่ 1 รสชาติของอาหาร จะต้องอร่อยดึงดูดใจในการบริโภค ประการที่ 2 การหมักอายุของอาหาร ผู้ผลิตจะต้องสามารถผลิตโดยยืดอายุของสินค้าให้ยาวนานมากขึ้น ซึ่งจะต้องใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาเสริม ประการที่ 3 มีความสะอาดและปลอดภัย โดยผู้บริโภคสามารถที่จะบริโภคอย่างปลอดภัย ดังนั้นการผลิตสินค้าและตั้งราคาเอาไว้อตามคุณภาพของสินค้าเสมือนเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการประชาสัมพันธ์สินค้าไปด้วย

ในด้านผลิตภัณฑ์สินค้า พบว่า ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า เพราะผลิตภัณฑ์มีเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน คุณภาพสินค้าควรอยู่ในระดับมาตรฐานสากลคุณภาพสินค้าควรมีแพ็คเกจที่สามารถใช้ประโยชน์ได้มาก และหากเป็นประเภทอาหาร ควรมีแพ็คเกจที่สะอาด มี มอก รับรอง ซึ่งทั้งหมดเป็นรายละเอียดที่ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวจะระบุเอาไว้ว่า จะเลือกซื้อหากผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ครบ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากตำบลห้วยทำนบควรมีการผลิตโดยจะต้องใส่เรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมเข้าไปในผลิตภัณฑ์ซึ่งจะบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของตำบลห้วยทำนบได้เป็นอย่างดี เพราะการนำเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมเติมเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของตำบลห้วยทำนบมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบใดก็ได้ เพราะการมีอัตลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานโดยเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ผู้ผลิตมีความรู้สึกรู้ว่า ผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้เป็นของชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเจ้าของ และจะมีแนวคิดในการพัฒนาต่อเติมเพื่อความสำเร็จมากยิ่งขึ้น และสิ่งที่ จะตามมาก็คือ จะทำให้หน่วยงานรัฐรู้จักว่า ผลิตภัณฑ์นี้มาจากการผลิตของแหล่งใดและควรที่จะมี อย. หรือ มอก. รับรอง เพราะการมีหน่วยงานรัฐรับรองจะยิ่งเพิ่มความเป็นมาตรฐานให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ วชิระ สิงห์คง (2559) ที่ได้ทำวิจัยเรื่อง การยกระดับผู้ผลิตสินค้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ทุกผลิตภัณฑ์ควรมี อย.หรือ มอก. รับรอง แต่เมื่อศึกษาในผลิตภัณฑ์แล้วพบว่า ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและจะทำให้ได้มาตรฐานที่ดี อย่างไรก็ตาม

สอดคล้องกับข้อค้นพบด้านรสนิยมที่ระบุว่า การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเพราะผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน รongลงมาคือ หากเป็นอาหารชอบรสชาติแบบอีสาน ต่อมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีแพ็คเกจใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ต่อมาคือ หากเป็นสินค้าที่ระลึกต้องเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น และที่จัดอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ มีอัตลักษณ์แบบสากล

3. ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เอาไว้ว่า เป็นการศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนามช้างอารีนาและสนามแข่งรถ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบดังนี้

สิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องมีการดำเนินการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าชุมชนของตนเอง ได้แก่ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรม ทำให้ผลิตภัณฑ์บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสินค้าที่ควรอยู่ในระดับมาตรฐานสากลโดยมีอยู่ หรือ มอก รับรองมาตรฐานปรากฏอยู่บนแพ็คเกจของสินค้า ผลิตภัณฑ์จะต้องมีแพ็คเกจที่สามารถใช้ประโยชน์ได้มาก สาเหตุที่จะต้องมีแพ็คเกจในการบรรจุสินค้าเพราะจะสามารถยกระดับสินค้าจำหน่ายในช่องทางสังคมออนไลน์อีกช่องทางหนึ่ง และหากมีการยกระดับสินค้าเป็นรูปแบบแพ็คเกจได้สินค้านั้นจะต้องมีระยะเวลาเท่ากับคำว่า ใช้ระยะเวลาในการบริโภคยาวนานเท่าใด ซึ่งหากมีระยะเวลาในการบริโภคจะช่วยให้การตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างไรดี และสามารถที่จะช่วยในการตัดสินใจรับซื้อสินค้าจำหน่ายต่อได้โดยง่าย

สิ่งที่จะต้องนำมาพัฒนาและปรับปรุงอีกประการหนึ่งก็คือเรื่อง ควรจะต้องมีการบริการที่เป็นที่ประจำใจ การแต่งกายของผู้จำหน่ายควรบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควรมีบริการการจำหน่ายทางเว็บไซต์ ควรมีการบริการจำหน่ายทางเฟซบุ๊ก มีการบริการหลังการขาย ซึ่งทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อให้การจำหน่ายสินค้ามีคุณภาพ เพราะการบริการถือว่าเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพของการจำหน่ายสินค้าได้เป็นอย่างดี เช่น เมื่อผู้จำหน่ายสินค้ามีการแต่งกายเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น สะอาด เรียบร้อย ก็จะช่วยให้ผู้ซื้อตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาเพื่อการพิจารณาเพิ่มเป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่อาจจะก่อให้เกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจด้านราคาที่สูงขึ้นมาอีกทางเลือกหนึ่ง ซึ่งการนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาเพิ่มเติมขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมาวดี วงษ์เกิด (2560) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานวิถีวัฒนธรรมชุมชนสวยจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ก็มีผลการวิจัยที่สอดคล้องกัน ได้แก่ การนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ จะส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสวยจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และเพิ่มระดับราคาสินค้าได้เป็นอย่างดี และสิ่งที่จะต้องนำมาพัฒนาและปรับปรุงของผลิตภัณฑ์อีกประการหนึ่งก็คือ เรื่อง ราคาสินค้าให้เป็นไปตามคุณภาพสินค้า และควรทำราคาให้ต่างระดับกัน เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ง่ายตามสถานภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละคน โดยอาจจะจัดแบ่งผลิตภัณฑ์ออกตามน้ำหนัก หรือ ขนาด หรือ ตามที่ผู้จำหน่ายจะเห็นสมควร แต่จะต้องไม่ทำให้ต้นทุนหายไป แต่สินค้านั้นผู้บริโภคจะต้องมีความรู้สึกว่ามีค่าที่เพิ่มมากขึ้นที่จะจ่ายเงินของตนเองเพื่อที่จะซื้อสินค้าของเรา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย

1. ควรมีการผลิตสินค้าที่ระลึกที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใส่ชื่อหมู่บ้าน ตำบลเอาไว้นบนกล่อง หรือ แพ็คเกจ ที่ทำการผลิต เพราะจะช่วยให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้านี้เกิดจากชุมชนใด
2. ควรมีการทำสินค้าให้มีระดับราคาต่างๆ ตามระดับเศรษฐกิจของผู้บริโภค เพราะจะทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ง่ายมากขึ้น

เพื่อการดำเนินการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการดำเนินการวิจัยเรื่อง “การออกแบบแพ็คเกจในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร”
2. ควรมีการดำเนินการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การหมักอายุและการขยายอายุของสินค้าประเภทอาหารภายหลังจากที่บรรจุผลิตภัณฑ์”

เอกสารอ้างอิง

- วชิระ สิงห์คง. (2559). การยกระดับผู้ผลิตสินค้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชร. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร ฉบับพิเศษ การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 5. (119-130).
- ปัทมาวดี วงษ์เกิด. (2560). การศึกษาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานวิถีวัฒนธรรมชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. 1(2) หน้า 37.
- ปรีชา ปาโนรัมย์. (2554). การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มมูลค่าด้านเศรษฐกิจของสินค้าที่ระลึกอันเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะและวัฒนธรรมผ่านแนวคิดบริษัทภิบาลในเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์. สถาบันวิจัยและพัฒนาบุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ชมพูนุท โมราชาติ. (2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.