

นวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุนทรัพยากร วัฒนธรรม ชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์

Innovation in quality development and value addition of community products
based on capital, resources, culture, Thai-Cambodian border communities,
Surin Province

นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย¹ นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์² ธราธร ภูพันธ์เอก³ นิภาวัลย์ พวงผกา⁴
ณภัทชา ปานเจริญ⁵, นฤมล วลีประทานพร⁶ และอรุณไทย อุ่นไธสง⁷

Napapan Phattanachatchai¹, Navarat Nithichaianan², Tharathorn Phuphanchueak³, Nipawan Puangka⁴

Napatcha Pancharoen⁵, Narumon Waleeprathanporn⁶ and Arunothai Ounthaisong⁷

Received : January 20, 2024 Revised : March 29, 2024 Accepted : April 18, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มอาชีพบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรม 2) เพื่อพัฒนานวัตกรรมพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชน และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรม ชุมชนชายแดนไทย -กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิจัยแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยศึกษาชุมชนชายแดนในอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือสมาชิกกลุ่มอาชีพ/ธุรกิจชุมชนทั้งหมด จำนวน 30 คน และมีผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาคุณภาพและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน จำนวน 7 ราย เป็นผู้เข้าร่วมในการศึกษา โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และการอภิปรายกลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ โดยวิเคราะห์ตีความภายใต้กรอบแนวคิดนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชน

จากการศึกษา พบว่า 1) ชุมชนชายแดนไทย -กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากมีทุนทรัพยากร และทุนวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่กลุ่มอาชีพชุมชนยังมีการผลิตไม่ต่อเนื่อง สินค้าไม่ได้รับมาตรฐาน ขาดการสร้างแบรนด์ และขาดการบริหารจัดการที่ดี 2) การพัฒนานวัตกรรมพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงควรคำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากทุนทรัพยากรและให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของชุมชนเป็นฐาน เพื่อกำหนดข้อตกลงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ด้วยกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ วิเคราะห์ตลาด และ

^{1,2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

^{1,2,3} Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Surindra Rajabhat University

^{4,5,6,7} อาจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

^{4,5,6,7} Lecturer, Faculty of Management Sciences, Surindra Rajabhat University

* Corresponding Author E-mail: napatcha@srru.ac.th

การออกแบบเชิงระบบ 3) แนวทางการพัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มอาชีพควรประกอบด้วยการสร้างและกำหนดแนวทางร่วมกันเพื่อสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่า การจัดการการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และ มีการสร้างฐานข้อมูลและแบ่งปันความรู้ในชุมชน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยกลุ่มอาชีพชุมชนควรร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมีมาตรฐาน มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดี ภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างจริงจัง

คำสำคัญ: การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ทุนทรัพยากรและวัฒนธรรม นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

This research explores the potential for community product production among occupational groups, focusing on resource and cultural capital. It aims to develop innovative strategies for enhancing product quality and value addition within Thai-Cambodian border communities in Surin province. Employing Participatory Action Research (PAR) methodology, the study engaged 30 members of community occupational groups and six experts in quality development and value addition. Data collection methods included in-depth interviews, practical training, and group discussions, with analysis conducted through content and thematic analysis. Findings reveal the diverse resource and cultural capital within the Surin province communities, yet challenges persist, including inconsistent production, non-standardized products, and weak branding and management. To address these challenges, the study proposes leveraging resource capital while aligning with community culture through prototype development agreements, requirements and market analyses, and systemic design. Moreover, the research underscores the importance of collaborative efforts in innovation development, efficient marketing management, and knowledge sharing within the community to enhance product quality and ensure sustainable livelihoods. Recommendations emphasize the need for community collaboration to improve product standards and management systems, with government and private sector support essential for successful community product development efforts.

Keywords: Product quality improvement, Value addition, Resource and cultural capital, Community products Innovation.

1. บทนำ

จากการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะปัญหาด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความยากจนและความเหลื่อมล้ำโดยเฉพาะชุมชนหมู่บ้านที่อาศัยในภาคชนบท และมีอาชีพเกษตรกรรมซึ่งถือเป็นรากฐานของประเทศ ซึ่งผลกระทบสืบเนื่องการพัฒนาไม่ได้เกิดขึ้นแต่เพียงส่วนเดียวของชีวิต แต่เกิดขึ้นครอบคลุมทุกมิติของชีวิตทั้งด้าน

คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ สังคม สิ่งแวดล้อม การศึกษา และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ที่เป็นทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำและปัญหาความยากจนที่เพิ่มขึ้น รัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นการดำเนินการที่สำคัญในการวางรากฐานที่มั่นคงให้กับเศรษฐกิจของประเทศ โดยการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้สามารถมีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขันพึ่งพาตนเองได้ อันจะก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นและนำไปสู่การแก้ไข ปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เสมอภาค ซึ่งระบบเศรษฐกิจฐานรากจะต้องมีความหลากหลาย พอเพียง เพื่อเปิดโอกาสและแบ่งปันให้คนในชุมชนร่วมกันพัฒนาได้อย่างสร้างสรรค์สู่การจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่นรวมทั้งสามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้อย่างเป็นมิตรเป็นธรรม และมีความสัมพันธ์อย่างเท่าเทียมตามเป้าหมายการพัฒนาของยุทธศาสตร์ชาติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

ชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชาเป็นชุมชนหนึ่งของจังหวัดสุรินทร์ที่มีพื้นที่ติดเขตชายแดนไทย-กัมพูชา ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้น้อยและไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ โดยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม แรงงานทั่วไป และมีฐานะยากจนประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ (พงษ์ชาญ ณ ลำปาง, 2564) อย่างไรก็ตามชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชาได้มีการแก้ไขปัญหาความยากจนโดยการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนของตน จากการนำทุนทางสังคมทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนวัฒนธรรมและทุนภูมิปัญญา ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตนด้วยการรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพ มีการรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน การแปรรูปกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ร่วมกันในชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี แต่ด้วยการดำเนินงานของคนในชุมชนกันเองที่ยังขาดองค์ความรู้ ทักษะในมิติต่อการดำเนินงานกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพและมีความเข้มแข็ง โดยส่วนมากประสบกับปัญหาการเข้าถึงทรัพยากร การเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมทั้งเทคนิค วิทยาการและความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม มาพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า การเข้าถึงโอกาสทางการตลาด รวมถึงการขาดระบบการออมและการดำเนินงานกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ และการพัฒนากลุ่มอาชีพให้สามารถดำรงอยู่ได้กับสถานการณ์ของยุคสมัยใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงเป็นผลทำให้ชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชายังมีแนวโน้มต่อความยากจนและภาวะการมีหนี้สินที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรม ในการขับเคลื่อนและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในการพึ่งตนเองและการจัดการตนเองอย่างยั่งยืน จึงได้ดำเนินการวิจัยโดยการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยใช้เทคนิคการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร และวัฒนธรรม ในโครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐาน ทุน ทรัพยากร วัฒนธรรม ชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาว่ากลุ่มอาชีพบริเวณชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ มีศักยภาพการผลิตใดบ้างเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ ควรมีกระบวนการพัฒนาคุณภาพและการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์บนฐานทุนทรัพยากร ทุนวัฒนธรรมอย่างไร และแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรเป็นอย่างไร จึงเป็นที่มาของการศึกษาศักยภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ เพื่อพัฒนานวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ และ นำเสนอแนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งการดำเนินการครั้งนี้จะเป็นแนวทางและต้นแบบสำหรับนวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยคำนึงถึงความแตกต่างของทุนที่มีอยู่ของแต่ละชุมชนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ที่ตอบสนองเพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวัตรกรรมการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจำเป็นต้องศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

นวัตกรรมเพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน Ratyotha, Jiotrakul, Kongjareon, and Pechrasuwan (2020) ได้นำกล่าวถึงวัตรกรรมการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ว่า ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ซบเซาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ผู้ประกอบการจึงต้องนำพากิจการของตนเองไปสู่ความอยู่รอด และยังเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับกลุ่มอาชีพในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเช่นกัน แม้ว่าผู้ประกอบการจะได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหลายภาคส่วนก็ตาม ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนยังคงเคลื่อนไหวปรับตัวเพื่อรักษาความมั่นคงยั่งยืนให้แก่ผลิตภัณฑ์ของตนเอง การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มต้องคำนึงถึงการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศด้วย รวมทั้งต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาด การพัฒนาระบบเพื่อยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องเหมาะสมสอดคล้องกับวัฒนธรรมชุมชนและวิถีชีวิต ซึ่งสามารถดำเนินการได้ โดย

1. การสืบสานเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการสืบทอดองค์ความรู้ วิธีการ และเทคนิคที่สำคัญในการผลิต ด้วยการมีวิสัยทัศน์และความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่มอายุ รวมทั้งผู้ผลิตต้องเพิ่มเติมให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีความแตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นในประเภทเดียวกัน

2. การสร้างสรรค์การสื่อสารส่วนบุคคลเพื่อการปฏิบัติงานของผู้บริหารจัดการชุมชนเพื่อให้ได้ผู้ผลิตที่มีความเหมาะสมและช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านช่องทางทั้งแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์ ผู้บริหารจัดการชุมชนต้องเป็นนักคิด เป็นผู้ประสานงานเพื่อสร้างความร่วมมือกันในชุมชนโดยเน้นการสร้างการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตในชุมชนกับผู้ซื้อเพื่อที่จะสร้างความแข็งแกร่งในตราผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับความสัมพันธ์สาธารณะสำหรับการสนับสนุนผลิตภัณฑ์และสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้เกิดการจดจำและการยอมรับของผู้ซื้อไปสู่ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และมีความภักดีต่อตราสินค้า

3. การสร้างสรรค์มูลค่าผลิตภัณฑ์ให้เป็นเสมือนแม่เหล็กดึงดูดความน่าสนใจและกำลังการซื้อรวมทั้งพลังในการเจรจาต่อรองของผู้ซื้อ โดยการใช้กลยุทธ์ที่ป้องกันลูกค้าจากความตระหนกถึงการได้รับเป้าหมายเพื่อที่จะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์โดยการวางแผนจากผู้ผลิต โดยใช้นวัตกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและน่าสนใจ เช่น การผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หายากและเป็นสิ่งที่มีค่าไว้ อีกทั้งผู้ผลิตยังจะต้องมีความสามารถที่จะพัฒนาระบบการจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นจะเกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นแก่ผลิตภัณฑ์ของพวกเขา

ดังนั้น กรอบแนวคิดหลักที่สำคัญในการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ชุมชนไปสู่ผู้ขายให้มีมูลค่าเพิ่มคือการสร้างสรรค์ การสืบสานเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การสร้างสรรค์ผู้บริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความเป็นมืออาชีพ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีแรงดึงดูดความน่าสนใจต่อกำลังการซื้อของลูกค้าเพื่อที่จะยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีอัตลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ

กล่าวโดยสรุปคือการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน

นวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพ

การปฏิบัติหรือทำสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน หรือการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและให้ได้ผลดียิ่งขึ้นมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับการใช้งานและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า มีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสมสามารถแข่งขันได้ (Juran and Gryna. 1993; Crosby. 1979)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

เป็นขั้นตอนที่สำคัญการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความแตกต่างโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นหรือริเริ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าออกสู่ตลาด โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่ง McCathy and Pereaault (1991) ได้นิยามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่มีใครได้นำเสนอในตลาดมาก่อนมีการวิจัยและพัฒนา คิดสร้างสรรค์ และไม่มีในตลาดมาก่อน
2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงคุณสมบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ ให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นกว่าเดิม มีคุณภาพที่ดีขึ้น และสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น

3. ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่แล้วในท้องตลาด และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทำให้ธุรกิจมีโอกาสในการทำกำไรสูง และสามารถดำเนินการได้รวดเร็วทันต่อความต้องการของตลาด

ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จึงอาจเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เข้าสู่ตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีความแตกต่างแล้วนำเข้าสู่ตลาดอีกครั้งหนึ่ง หรือการลอกเลียนแบบให้เป็นสินค้าของตนเองแล้วนำเข้าสู่ตลาดก็ได้

อย่างไรก็ตามประเด็นสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

กระบวนการของการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)

กระบวนการคิดเชิงออกแบบซึ่งมีความสำคัญในการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือนำมาปรับกระบวนการต่างๆในการผลิตผลิตภัณฑ์หรือเพิ่มความพิเศษคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดโดยใช้เครื่องมือกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดได้มากที่สุด ดังนี้

Stanford D School (2010) ได้นำเสนอกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ขั้น Empathize, ขั้น Define, ขั้น Ideate, ขั้น Prototype, และ ขั้น Test ซึ่งสามารถอธิบายโดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

1. การทำความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง (Empathize) ในการทำความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง คือ การทำการเข้าใจต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง เช่น พฤติกรรม เหตุผล ความต้องการทางร่างกายและอารมณ์ วิธีการคิด การแปลความหมาย โดยศึกษาความต้องการให้ได้มากที่สุด ที่ต้องได้รับความเห็นอกเห็นใจเพื่อที่จะนำข้อมูลความต้องการมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างแท้จริง ซึ่งข้อมูลที่ใช้ อาจได้มาจากการ สังเกต การฟัง หรือการมีส่วนร่วมในปัญหานั้นๆ

2. การระบุปัญหาและการนิยาม (Define) ในการระบุปัญหาและการนิยามเพื่อการแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างถูกต้อง คือ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อนำมากำหนดประเด็นให้ชัดเจนว่าแท้จริงแล้วปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไร โดยอาจมีการตั้งคำถามในลักษณะปลายเปิดเพื่อให้จัดการกับรอบของการแก้ปัญหาและเกิดความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับทีมแก้ไขปัญหา

3. การหาแนวทางแก้ไข/การสร้างสรรค์ (Ideate) ในการหาแนวทางแก้ไข คือ การระดมความคิดสร้างสรรค์และทำท่ายในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นความคิดใหม่ ซึ่งอาจหลุดจากกรอบเดิมโดยไม่มีขีดจำกัด สามารถคิดสร้างสรรค์ต่างๆโดยมุ่งเน้นการแก้ปัญหาให้มากที่สุดเพื่อให้ได้แนวคิดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จะทำขึ้นเพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและมุ่งเน้นกระบวนการสร้างแนวคิดที่หลากหลาย เพิ่มศักยภาพการใช้วัตรกรรมจากมุมมองและความแข็งแกร่งของทีมงาน

4. สร้างต้นแบบ (Prototype) ในกระบวนการสร้างต้นแบบหรือสร้างแบบจำลองผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะนำไปผลิตจริงจากไอเดียสู่การแก้ไขปัญหาก็เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด จากเกณฑ์การพิจารณา เช่น มีแนวโน้มที่จะพอใจมากที่สุด มีเหตุมีผลที่สุด ไม่คาดคิดมากที่สุด ในขั้นตอนนี้คือการลงมือปฏิบัติต้นแบบที่สามารถสื่อสารให้ผู้ใช้งานเห็นภาพได้อย่างแท้จริง แก้ไขปัญหาในการจัดการทรัพยากรได้

5. ทดลองใช้ (Test) ในการทดลองการใช้เป็นโอกาสในการนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ไปทดสอบเพื่อให้ผู้ใช้ได้ทดลองผลิตภัณฑ์ และเก็บข้อมูลในจากการทดลองใช้ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมาปรับปรุงแก้ไข การเรียนรู้ผู้ใช้ ซึ่งข้อมูลที่ควรรวบรวมมีประเด็นสำคัญ ได้แก่ ข้อดี ข้อเสีย ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจ โดยนำข้อมูลต่างๆและปัญหาที่เกิดขึ้นนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนที่จะนำไปใช้จริง

สรุปได้ว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการที่เน้นการแก้ปัญหาย่างสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การทำความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง การระบุปัญหาและการนิยาม การหาแนวทางแก้ไข/การสร้างสรรค์ การสร้างต้นแบบ และทดลองใช้

ทุนทรัพยากร และ ทุนวัฒนธรรม

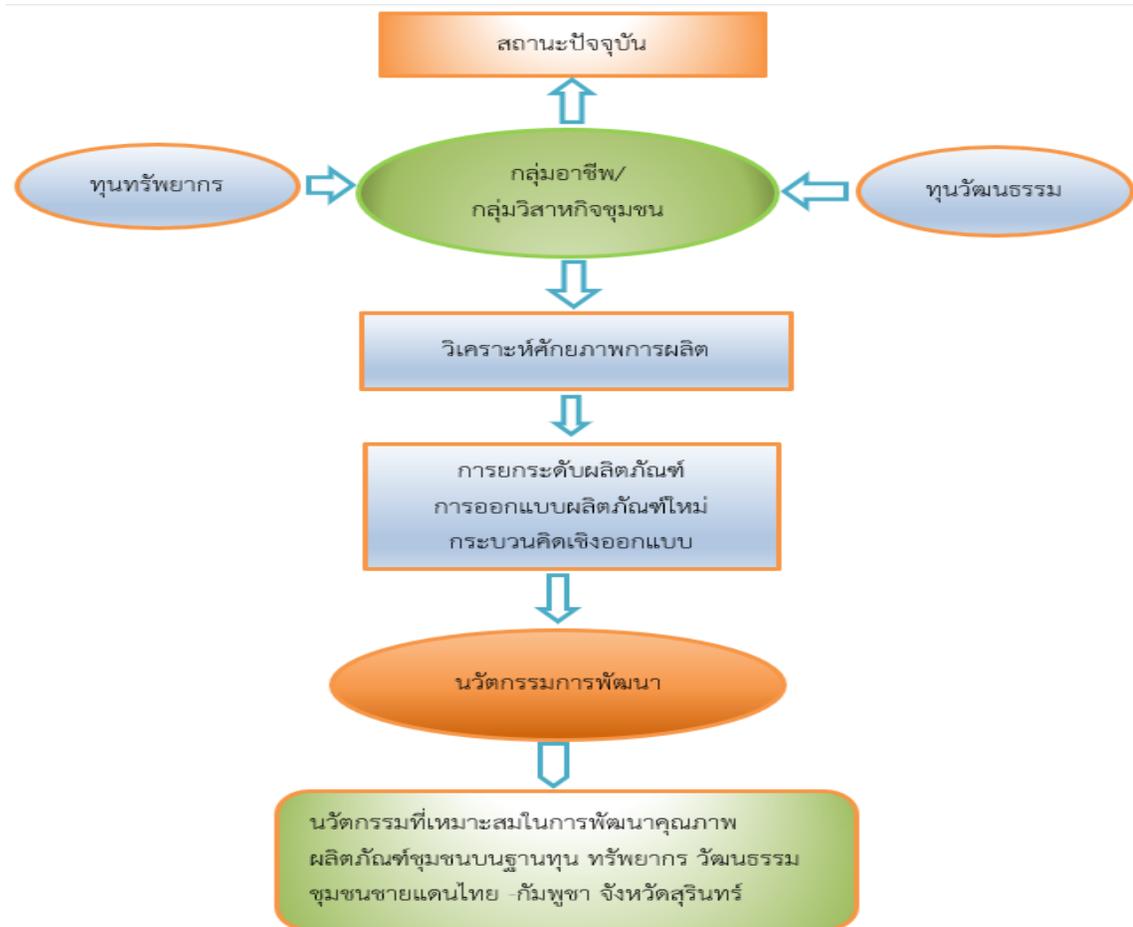
การพัฒนาชุมชนจำเป็นต้องวิเคราะห์ทุนที่มีอยู่ในชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนทรัพยากรและทุนวัฒนธรรม โดยสามารถ ให้คำจำกัดความดังนี้

ทุนทรัพยากร (Resource Capital) ทุนทรัพยากรเป็นการศึกษาถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการในชุมชน เช่น เงินทุนจากแหล่งภายนอกที่สนับสนุนและเงินทุนภายในชุมชน อุปกรณ์และเครื่องจักร แรงงานของคนในชุมชน และวัตถุดิบที่อยู่ภายในชุมชนได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในชุมชน ซึ่งทุนทรัพยากรเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ (ชนิดา เสี่ยงไพศาล (2550) ส่วนทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) เป็นการศึกษาเกี่ยวข้องกับความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมของบุคคลหรือชุมชน ที่สามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน รวมถึงช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างความเข้มแข็ง และสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ โดยมีกระบวนการผลิตบนพื้นฐานขององค์ความรู้ของชุมชน เพื่อสร้างสรรค์และเกิดวัตรกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. 2545)

ซึ่งการศึกษาทุนทรัพยากรและทุนวัฒนธรรมจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการสร้างรายได้ในชุมชนและสร้างสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยประเด็นที่กล่าวมาซึ่งประกอบด้วย การศึกษาศักยภาพกลุ่มตามฐานทุนทรัพยากร วัฒนธรรม และการพัฒนานวัตกรรมยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ เพื่อนำเสนอแนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมใน

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย -กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยดังรูปภาพประกอบที่ 1

ภาพประกอบ 1



3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เทคนิคการวิจัยแบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ((Participatory Action Research : PAR) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมาย ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพ/ธุรกิจชุมชนในเขตตำบลโคกตะเคียน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ นักวิชาการที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณภาพและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน

กลุ่มตัวอย่าง ในการสัมภาษณ์เชิงลึกคัดเลือกจากประชากรเป้าหมายและใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง คัดเลือกตัวแทนกลุ่มอาชีพ/ธุรกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในตำบลโคกตะเคียน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มละ 3-5 ราย จำนวน 30 ราย โดยอ้างอิงเกณฑ์จาก Creswell (2007) และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณภาพและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน จำนวน 7 ราย พิจารณาจากความรู้ความสามารถด้านการพัฒนาชุมชนหรืองานมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และมีความพร้อมในการร่วมงานวิจัย

เป็นหลัก เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าสู่โครงการ ใช้เกณฑ์ผู้ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ที่สามารถให้ข้อมูลได้ เป็นอย่างดีตามเกณฑ์ของ Nastasi and Schensul (2005) และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการครั้งนี้ด้วยความสมัครใจ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ และแบบสอบถาม โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยระยะแรก เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อทำการรวบรวมข้อมูล

3.3 การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มอาชีพชุมชน/ธุรกิจชุมชน ได้แก่ การผลิต การตลาด การประชุมกลุ่ม โดยมีอุปกรณ์ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย สมุดบันทึก แบบสัมภาษณ์ กล้องถ่ายภาพนิ่ง อุปกรณ์บันทึกเสียง

ส่วนเครื่องมือเชิงปริมาณเพื่อประเมินผลผลิตภัณฑืต้นแบบใช้กระบวนการประชุมและวิพากษ์ผลผลิตภัณฑืจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด จำนวน 4 คน และด้านการออกแบบและพัฒนาผลผลิตภัณฑื จำนวน 3 คน รวม 7 คน เพื่อหาค่าเฉลี่ยของคะแนน

3.4 การหาคุณภาพของข้อมูลและเครื่องมือการวิจัย

การหาคุณภาพของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความเชื่อถือ ได้กระทำพร้อม ๆ กับกระบวนการเก็บข้อมูล ด้วยการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Data Triangulation) ด้านข้อมูล ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล และด้านผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเชิงเนื้อหา

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาในประเด็นที่สะท้อนและเชื่อมโยงต่อกันนวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย - กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์ และพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการขับเคลื่อนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน อันนำไปสู่แนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา

3.6 การสนทนากลุ่ม

การออกแบบการวิจัยด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ตำบลโคกตะเคียน ด้วยการประชุม วิพากษ์ วิเคราะห์ อภิปรายแลกเปลี่ยน เพื่อเสนอแนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา

4. ผลการวิจัย (Research Results)

ศักยภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรม พบว่า ข้อมูลผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพในตำบลโคกตะเคียน อำเภอทาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ มีจำนวน 8 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มทอผ้าไหม 2) กลุ่มทอเสื่อกก 3) กลุ่มสานตะกร้าเชือกมัดฟาง 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์จากต้นกก/ไหล (หมวก ตะกร้า) 5) กลุ่มปลูกผักปลอดสาร 6) กลุ่มจักสานตะกร้า/ไม้กวาดจากต้นไผ่ 7) กลุ่มนวดแผนไทย และ 8) กลุ่มทำขนมเบเกอรี่

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มอาชีพในชุมชนโคกตะเคียนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพที่เกิดจากกลุ่มแม่บ้าน ที่รวมตัวกันขึ้นมา เพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อหารายได้ ในช่วงเวลาว่างจากงานด้านการเกษตร มีการผลิตที่ไม่

สม่ำเสมอ ผลิตเฉพาะช่วงที่มีเวลาว่าง จำนวนของสมาชิกในกลุ่ม ประมาณ 10-20 คน สินค้าแต่ละประเภทยังไม่ได้รับมาตรฐานสินค้ายังไม่มีแบรนด์เป็นของตนเอง กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าประเภทประชาชนทั่วไป หรือลูกค้าตามตลาดนัดราคาขายส่วนใหญ่ขายในราคาไม่สูงมากทำไรต่อหน่วยประมาณ 20-50 บาท สินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่ ผลิตตามฤดูกาล การผลิตสินค้าเป็นการผลิตจากองค์ความรู้เดิมที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมา และอาศัยทรัพยากรในชุมชนในการผลิตสินค้าเป็นหลัก

การพัฒนานวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรม ชุมชน พบว่า การพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ต้องเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและตลาดในทุกระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและตลาด

กระบวนการพัฒนานั้นเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ซึ่งได้นำเสนอขั้นตอนการพัฒนาที่เน้นทั้งการหาข้อตกลงร่วมกัน การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และความต้องการของกลุ่มสมาชิก การวิเคราะห์ตลาดและความต้องการของลูกค้า การระดมความคิดเห็นและการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และการทดสอบผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเช่น ทรัพยากรทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมชุมชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามีคุณภาพและมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนและเจริญเติบโต โดยทำให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มรายได้และสร้างเศรษฐกิจที่หมุนเวียนในชุมชน การร่วมมือและแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ด้วยการใช้กระบวนการที่เน้นความร่วมมือและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าแก่ตลาด จะเป็นข้อมูลและแบ่งปันความรู้ในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถส่งเสริมกระบวนการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าในระยะยาวของผลิตภัณฑ์และธุรกิจในชุมชนได้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกกลุ่มที่พร้อมรับการพัฒนาและมีทรัพยากรที่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีผู้รับผิดชอบหลักในการทำงาน ซึ่งได้คัดเลือกกลุ่มในการพัฒนา 2 กลุ่มคือ กลุ่มทอเสื่อกกและกลุ่มปลูกผักปลอดสารที่ได้ปลูกต้นกาแฟเป็นพืชตัวใหม่ในพื้นที่ โดยการนำกระบวนการพัฒนานวัตกรรมเพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นกว่าเดิมที่พร้อมใช้งาน โดยพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชน ได้โจทย์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือ กระเป๋าจากกก ที่มุ่งเน้นเน้นความทันสมัย, ความทนทาน, และความเป็นเอกลักษณ์ ด้วยการผสานความทันสมัยและภูมิปัญญาของชุมชน, การลักษณะเฉพาะที่ผู้ซื้อสามารถสั่งผลิตได้ตามความต้องการ, และการเพิ่มความโดดเด่นด้วยลวดลายและตัวอักษรตามความต้องการของลูกค้า และชาดอกกาแฟ (Coffee Blossom tea) ที่มีกลิ่นหอมหวานธรรมชาติ เน้นภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ปลอดสารจากองค์ความรู้ของกลุ่มด้านการปลูกผักปลอดสารที่ได้รับความเชื่อจากผู้ซื้อที่เป็นจุดแข็งของกลุ่ม

ซึ่งกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบมีขั้นตอนดังนี้คือ

1. การศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มเบื้องต้น
2. การหาข้อตกลงร่วมกันในการพัฒนา
3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ
4. การศึกษาข้อมูลทางการตลาด
5. การอบรมเชิงปฏิบัติการ
6. การประเมินผล

รูปภาพประกอบ 2

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์จากกก
แนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนา



รูปภาพที่ 3

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟ



การประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การประเมินและวิพากษ์ผลิตภัณฑ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด จำนวน 4 คน ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวน 3 คน รวม 7 คน โดยใช้ข้อคำถาม 7 ด้าน สำหรับกระเป๋าจากกก คือ 1) ความประณีต สวยงาม 2) ด้านรูปแบบ/รูปทรง 3) ด้านประโยชน์ใช้สอย 4) ด้านวัสดุที่ใช้ 5) ด้านอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา 6) ความเป็นไปได้ทางการตลาด และ 7) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม

ตาราง 1 ผลการประเมิน กระเป๋าจากกก

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลความ
1) ความประณีต สวยงาม	4.52	0.27	ดีมาก
2) ด้านรูปแบบ/รูปทรง	4.48	0.37	ดี
3) ด้านประโยชน์ใช้สอย	4.48	0.37	ดี
4) ด้านวัสดุที่ใช้	4.52	0.27	ดีมาก
5) ด้านอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา	4.48	0.37	ดี
6) ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4.58	0.45	ดีมาก
7) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4.58	0.45	ดีมาก
รวม	4.52	0.36	ดีมาก

จากตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผลิตภัณฑ์จากเสือกที่ได้รับการพัฒนาจากทุนทรัพยากร วัฒนธรรมในชุมชนมีระดับการประเมินในภาพรวมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.52 โดยมีความพึงพอใจในระดับดีมาก ประกอบด้วย ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม ด้านวัสดุที่ใช้ และด้านความประณีตสวยงาม ความพึงพอใจในระดับดี ประกอบด้วยด้าน รูปแบบ/รูปทรง ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

ส่วนขาดจากดอกกาแพ ใช้คำถาม 7 ด้านคือ 1) ด้านรสชาติ 2) ด้านความสะดวกปลอดภัย น่าเชื่อถือ 3) ด้านการสร้างแบรนด์ 4) ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ 5) ความเป็นไปได้ทางการตลาด 6) ด้านอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และ 7) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม

ตาราง 2 ผลการประเมิน ชาดอกกาแพ

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลความ
1) ด้านรสชาติ	5.00	0.48	ดีมาก
2) ด้านความสะดวกปลอดภัย น่าเชื่อถือ	4.44	0.37	ดี
3) ด้านการสร้างแบรนด์	4.44	0.37	ดี
4) ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์	4.44	0.37	ดี
5) ความเป็นไปได้ทางการตลาด	5.00	0.48	ดีมาก
6) ด้านอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา	5.00	0.48	ดีมาก
7) ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4.58	0.45	ดีมาก

รวม	4.70	0.42	ดีมาก
------------	-------------	-------------	--------------

จากตาราง 2 สรุปผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผลผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟที่ได้รับการพัฒนาจากทุนทรัพยากร วัฒนธรรมในชุมชนมีระดับการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.70 โดยมีความพึงพอใจระดับดีมาก ประกอบด้วย ด้านรสชาติ ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด และด้านอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ความพึงพอใจในระดับดี ประกอบด้วยด้านความปลอดภัยลดภัย นำเชื่อถือ ด้านการสร้างแบรนด์ ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ และด้านอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

นอกจากนั้นแล้วผู้ประเมินมีข้อเสนอแนะ ให้ต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และมุ่งเน้นความเป็นธรรมชาติให้มากที่สุด เจาะกลุ่มตลาดผู้รักสุขภาพ นำเสนอความมีอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะท้องถิ่นและสร้างความเชื่อให้กับผู้บริโภคด้วยการนำเสนอเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับทุนทรัพยากรและทุนวัฒนธรรมของชุมชน

5. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย สำหรับหน่วยงานท้องถิ่น หรือจังหวัด

1.1 การผลักดันและกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชุมชนในระดับท้องถิ่นเพื่อการดำเนินที่สอดคล้องกับความต้องการและอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจน

1.2 องค์การภาคี ภาครัฐและเอกชนและภาคประชาชน ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นพี่เลี้ยงการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพเพื่อสร้างยั่งยืน

1.3 ควรส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมให้เกิดการกระตุ้นให้กลุ่มอาชีพได้พัฒนาศักยภาพของกลุ่มเช่นกิจกรรมการแข่งขันทางการตลาด ทัศนศึกษาดูงาน เป็นต้น

1.4 ภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างจริงจัง กลุ่มอาชีพชุมชนควรร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมาตรฐานกลุ่มอาชีพชุมชนควรพัฒนา ระบบการบริหารจัดการที่ดี

2. ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

จากผลการวิจัยข้างต้น มีข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

2.1 กลุ่มควรพัฒนาระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรักษาสิ่งแวดล้อมพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

2.2 กลุ่มควรมีวางแผนกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการรวมถึงการสร้างแบรนด์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.3 กลุ่มพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ดี ทั้งด้านการเงิน การบัญชี ทรัพยากรบุคคล และการจัดการความเสี่ยง รวมถึงการเสริมสร้างศักยภาพของสมาชิกกลุ่มให้มีความรู้และทักษะที่จำเป็นสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มและเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ

6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

แนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย-กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชนชายแดนไทย -กัมพูชา จังหวัด สุรินทร์ จำเป็นต้องมีการนำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการเพิ่มคุณค่าแก่ชุมชนที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ดังนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพดีและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ จึงสามารถกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ดังนี้ 1) การศึกษาความต้องการของชุมชนหรือกลุ่มอาชีพที่ ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) การศึกษาตลาดและศักยภาพกลุ่ม 3) การสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่า 4) การทำงานร่วมกัน และสร้างความร่วมมือ 5) การทดสอบและปรับปรุง 6) การประชาสัมพันธ์และการตลาด 7) การเก็บรวบรวมข้อมูลและ แบ่งปันความรู้ และ 8) การสร้างความยั่งยืน ดังรูปภาพ 4

รูปภาพประกอบ 4 แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน



ต่อไปได้ดีขึ้นในระยะยาว

การพัฒนานวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรม ชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภทคือ กระเป๋าจากกกและชาดอกกาแพ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งการพัฒนาต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน และมีการสร้างเครือข่ายภายในและภายนอกชุมชนเพื่อการขยายผลและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในทำนองเดียวกัน เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างประหยัดและคงเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและยั่งยืนในระยะยาว

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในกระบวนการพัฒนาคุณภาพตามฐานทุน ทรัพยากรและวัฒนธรรมของชุมชน จำเป็นต้องใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการต่อยอด และเน้นวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความเฉพาะถิ่น ตลอดจนใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นและมีความประหยัด โดยแนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยของธนกร ศิริสุคนธา (2559) และจวีร์วรรณ จันทลา, วลี สงสูงวงศ์, เพ็ญสินี กิจคำ และสุรรัตน์ วงศ์ สมิ้ง (2559) ที่เน้นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตสินค้าหรือบริการ และการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของชุมชน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นแล้วการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการพัฒนาคุณภาพ จำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนความรู้จากประสบการณ์ผู้ผลิตในชุมชน และต้องได้รับการพัฒนาและส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การออกแบบนวัตกรรมต้องให้ความสำคัญกับประโยชน์การใช้ รวมถึงการคงเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ โดยนำ

เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับใช้ในผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า และส่งเสริมความภาคภูมิใจในชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงกระบวนการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมพร้อมกัน หรือเรียกว่าการพัฒนาแบบองค์รวม เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ซึ่งส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรชุมชน และการเชื่อมโยงกับทางเศรษฐกิจและสังคม อย่าง BCG Model และ Bio Economy ที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มทรัพยากรทางชีวภาพ และ Circular Economy ที่นำของเหลือใช้มาก่อให้เกิดมูลค่า ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังต้องคำนึงถึงการสร้างเครือข่ายการดำเนินงานภายในและภายนอกชุมชน เพื่อการขยายผล การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการพึ่งพาอาศัยกันเพื่อการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิตา แจ่มยวง (2564) และ นภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย และคนอื่น ๆ (2566) ที่แสดงให้เห็นให้เห็นถึงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพและคงยั่งยืน ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มในทุกขั้นตอนของกระบวนการ และมีการรับรู้ถึงการผลิตภัณฑ์ที่สร้างประโยชน์ทั้งต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม สุดท้ายยังให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนและการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ ต่อโครงการผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าในชุมชนได้อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน ด้วยการเชื่อมโยงความรู้และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นครบถ้วน

แนวทางนวัตกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทุน ทรัพยากร วัฒนธรรมชุมชน ชายแดนไทย - กัมพูชา จังหวัดสุรินทร์

การพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอเสื่อกกและการทำเกษตร การปลูกพืชแบบปราณีต ปลอดภัย ที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมา มีการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์จนเกิดการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับที่ผู้ผลิต และเป็นฐานความรู้ที่สำคัญของชุมชน แต่การพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความรู้ใหม่เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับการสร้างความยอมรับของผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือสมาชิกในชุมชน ซึ่งต้องอาศัยระบบการมีส่วนร่วม การเข้าใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน และการเรียนรู้จากกัน โดยการจัดการประชุมกลุ่มย่อยและการทำกรณีศึกษาเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญ โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ ธัญศิริภรณ์ ณ น่าน และคนอื่น ๆ (2566) และงานวิจัยอื่น ๆ เช่น Bureekul (2009) Dechakhumphu and Homdee (2018) ซึ่งระบุถึงความสำคัญของการบริหารจัดการชุมชนโดยให้โอกาสคนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่วางแผน ดำเนินการ และประเมินผล การแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นเป็นกิจกรรมเริ่มต้นที่สำคัญในการลดความขัดแย้งและสร้างความร่วมมือในชุมชน นอกจากนี้ยังเน้นถึงการสร้างความเข้าใจในกระบวนการการตลาดเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและวิธีการในการดำเนินงานร่วมกัน ในสร้างสังคมที่มีความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนความรู้เป็นฐาน ข้อความนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนความรู้ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในชุมชน ที่มีผลในการลดความขัดแย้งและส่งเสริมความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน โดยรวมกันไปสู่ความสำเร็จของโครงการหรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณค่าและความยั่งยืนต่อไป

ในกระบวนการพัฒนาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นต้องศึกษาความต้องการของชุมชนหรือกลุ่มอาชีพที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก จากนั้นจึงการศึกษาตลาดและศักยภาพกลุ่ม เพื่อสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าและเหมาะสมกับศักยภาพของกลุ่ม โดยอาศัยการทำงานร่วมกันและสร้างความร่วมมือ มีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ

มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและแบ่งปันความรู้เพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร แสดงให้เห็นถึงการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Srisook Hiranwijitporn and Kaewtem (2020) ที่พูดถึงการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่การยกระดับผลิตภัณฑ์การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การยกระดับกระบวนการทางการผลิต การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม ในการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด การยกระดับคุณค่าอื่น ๆ เพื่อขยายผลทางธุรกิจหรือสร้างโอกาสทางการตลาดเป็นกิจกรรมที่สามารถจูงใจผู้ผลิตสินค้า ให้สามารถพัฒนาสินค้าของตนเองให้ได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับการนำนวัตกรรมเพื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน ต้องอาศัยกระบวนการวิเคราะห์ การพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค การศึกษาความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน พร้อมทั้งหากกลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางทางการตลาดให้ตอบสนองได้อย่างทั่วถึง ศึกษาความต้องการของชุมชนหรือกลุ่มอาชีพที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาที่ตรงจุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดิ์ชาย ลิกษา (2562) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พบว่า กระบวนการศึกษาปัญหาเป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะนำไปสู่การเริ่มกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการถ่ายทอดความรู้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลจากการถ่ายทอดความรู้และจัดระดมความคิดตลอดจนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนที่แตกต่างกัน การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น การพัฒนาเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ ที่ผู้ผลิตยังไม่เคยทำมาก่อนแต่ยังคงเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมมาเป็นจุดเด่น จุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ใหม่ รวมถึงการสร้างสรรครูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด อีกทั้งยังเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาต่อยอดในอนาคต นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับแนวคิดของ มรกต กำแพงเพชร (2557) ที่ได้อธิบายไว้ว่า นวัตกรรมในปัจจุบันไม่ได้มีความซับซ้อนยุ่งยากอย่างที่ผู้ประกอบการ SMEs การจินตนาการไว้ เพราะนวัตกรรมเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ และมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษาและสถาบันการเงินอีกมากมายที่พร้อมให้การส่งเสริมสนับสนุนช่วยเหลือ ขอเพียงผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต ไม่หยุดนิ่งในการแสวงหาข้อมูล และโอกาสทางธุรกิจ โดยอาศัยข้อมูลที่มาจากการสอบถามพูดคุยกับลูกค้าถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อเรา โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในใจของลูกค้า ผู้ประกอบการ SME สามารถเริ่มต้นด้วยสร้างสินค้านวัตกรรมด้วยก้าวเล็ก ๆ จากการปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ด้วยวิธีคิดที่แตกต่าง สร้างสรรคตามกระบวนการสร้างสินค้า นวัตกรรมที่จะต้องพัฒนาแนวคิดของสินค้านวัตกรรมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า พัฒนาสินค้าจนกระทั่งสามารถครองใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี เมื่อผู้ประกอบการ SMEs เกิดการเรียนรู้ในการสร้างสินค้านวัตกรรมแล้ว ก็จะสามารถผลิตสินค้านวัตกรรมอื่น ๆ ออกมาสู่ตลาดได้อีก จนสามารถขับเคลื่อนธุรกิจของตนให้มีความสามารถในการแข่งขันซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าให้กับระบบเศรษฐกิจ นอกจากนั้นแล้ว ชมพูนุท ศรีพงษ์, นัทที ขจรกิตติยา และอรรธรณ วรานันตกุล (2566) ได้ศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และนวัตกรรมธุรกิจ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ยังให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่า การเสริมสร้างนวัตกรรมธุรกิจให้ครอบคลุมควรดำเนินการทั้งด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และด้านนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อให้สินค้าและบริการสามารถเข้าสู่การแข่งขันได้

เอกสารอ้างอิง

- จวีร์วรรณ จันพลา, วลี สงสูงวงศ์, เพ็ญสินี กิจคำ และสุริรัตน์ วงศ์สมิง. (2559). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทย
ทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *Veridian E-Journal, Silpakorn University,*
ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 9(2), 82-98.
- ชนิดา เสี่ยงไพศาล. (2550). “L’economie des bien symboliques” (เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิง สัญลักษณ์).
ปีแยร์ บูร์ดิเยอะ: บทแปลและวิเคราะห์หมโนทัศน์ทางสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- ชมพูนุท ศรีพงษ์, นัทที ขจรกิตติยา และอรวรรณ วรานันตกุล. (2566). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการ และนวัตกรรมธุรกิจ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ผลิต
ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แปรรูปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัย*
มหาสารคาม, 15(4), 102-115.
- ธนกร ศิริสุขคนธา. (2559). การพัฒนาศักยภาพและการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*,
9(2), 90-106.
- ธัญศิภรณ์ ณ น่าน, พิมสิริ ตีทยาน, ธิตพัฒน์วีเปลี่ยน, พนมศักดิ์ ต่อมใจ, พัฒนิตา ไบยา, ศุภนิดา ทองปิ่น, อภิขญา
ฝิปากเพราะ และสุพิน แสงสุข. (2566). การพัฒนาระบบคัดคุณภาพโกโก้ผลสดด้วยกลไกการมีส่วนร่วม
ในพื้นที่จังหวัดน่าน. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 15(3), 182-197.
- นภาพรรณ พัฒนัตถชัย, นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์, ธราธร ภูพันธ์เอก, ณภัทษา ปานเจริญ, นฤมล วลีประทานพร, อรุณทัย
อุ้นไธสง และณัฐวุฒิ ใจกล้า. (2566). การขับเคลื่อนชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อเพิ่มคุณค่า
ผลิตภัณฑ์ชุมชนชายแดนบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา อำเภอทาบเชิง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารการบริหาร*
การปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 7(2), 23-42.
- พงษ์ชาญ ณ ลำปาง. (2564). *การพัฒนาภาคีเครือข่ายด้วยนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนจังหวัดสุรินทร์*
แบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- พระวิมาน คมกีร์ปัญญา และภาณุวัฒน์ สิงห์คำบ้อง. (2566). ชุมชนนวัตกรรมด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐาน
ทุนทางทรัพยากร. *วารสารมหาจุฬาริชาการ*, 10(1), 407-418.
- มรกต กำแพงเพชร. (2557). ผู้ประกอบการ SME กับการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่นวัตกรรม. *วารสาร ธุรกิจ*
ปริทัศน์, 6(1), 219-227.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2545). *ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก*. ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 28 ตุลาคม
2542, (1), 12-14 .
- ศักดิ์ชาย ลิกขา. (2562). *การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ร่วมกับห้าง
หุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์ เซ็นเตอร์. โครงการยกระดับใหม่และ OTOP ศูนย์หม่อนไหมก้าวไกลสู่สากล
กิจกรรม การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ โดย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
กาฬสินธุ์ ประจำปีงบประมาณ 2562.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)*.
สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ.

- สุนิดา แจ่มยวง. (2564). การสร้างนวัตกรรมจากของเหลือใช้จากเปลือกกาแฟ. *จดหมายข่าวและกาแฟ*. สถาบันชาและกาแฟ แห่งมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2(7), 6-9.
- Bureekul, T. (2009). *Participatory: Concept theory and process*. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Crosby, P.B. (1979). *Quality Is Free*. New York : McGraw-Hil.
- Dechakumpu, K., & Homdee, T. (2018). Participatory mechanism of community in public area management of Had Hae, the Mekong River Central Island. *Area Based Development Research Journal*, 9(5), 347–360.
- Juran, J.M. & Gryna, F.M. (1993). *Quality Planning and Analysis*, 3rd ed. Singapore : McGraw Hill International Edition.
- Mccathy & Pereault, Jr. (1991). *Basic Marketing*. New York: Mc Graw-Hill.
- Nastasi, B. K. & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, 43(3), 177-195.
- Srisook, T., Hiranwijitporn, N., & Kaewtem, S. (2020). Value chain concept of processed agricultural products for development ability in marketing skills of farmers in Lampang province to support smart farmer project. *Humanities and Social Sciences Journal of Pibulsongkram Rajabhat University*, 14(2), 505–521.
- Ratyotha, T., Jiotrakul, T., Kongjareon, M., & Pechrasuwan. N. (2020). Innovation to Promote the Added Value of Community Products. *Journal of ASEAN PLUS⁺ Studies*, 1(2), 27-41. Retrieved on October 28, 2022, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/aseanplus/article/view/244871/166700>.
- Stanford D School. (2010). *An Introduction to Design Thinking PROCESS GUIDE*. In Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. Retrieved on January 12, 2023, from <https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf>