



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตาม
แนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11
ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

Community Participation on Value Added of Community's
Product followed by the Guidelines of Community Tourism
OTOP Nawat Witee: A Case Study of Ban Wang Khon, Moo 11,
Pho Chon Kai Subdistrict, Bang Rachan District,
Sing Buri Province

ผศ.ดร. สุกัญญา พยุงสิน
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ประจำปีงบประมาณ 2562

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีภายใต้ความอนุเคราะห์ที่ให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วยความเคารพยิ่ง

ขอขอบพระคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่กรุณาให้คำชี้แนะแนวทาง ให้กำลังใจ สนับสนุนเวลา และงบประมาณสำหรับการฝึกอบรมพัฒนาตนเองในทุกๆ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านข้อมูล และให้ความร่วมมือให้สัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีตลอดการดำเนินการวิจัย

ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ปลูกฝังความมานะพยายามในการพัฒนาตนเอง เพื่อจะได้ทำคุณประโยชน์ในวิชาชีพและสังคมต่อไป กราบขอบพระคุณบุคคลอันเป็นที่รักยิ่งทั้งบิดาและมารดา ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดเวลา คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากงานวิจัย ขอมอบคุณความดีทุกประการให้แก่ทุกท่านที่กล่าวนามมาข้างต้น

ผศ.ดร. สุกัญญา พยุงสิน

บทคัดย่อ

การศึกษาคั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี 2) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี และ 3) หาข้อเสนอแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 25 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติบรรยาย (descriptive statistics) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า ผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนเป็นการผลิตที่ใช้วัตถุดิบภายในชุมชน บรรจุภัณฑ์ยังไม่มีการใช้ตราผลิตภัณฑ์จึงทำให้ผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่จึงจำหน่ายภายในชุมชน

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า กลุ่มสมาชิกหมู่บ้านวังขรณ์ มีความต้องการในเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยวฯ โดยผลิตภัณฑ์ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์จากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกๆ ขั้นตอน และจากการสำรวจความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มและผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ นั้นพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ และตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าได้แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังขรณ์ ตราผลิตภัณฑ์ยังสามารถนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ภายในชุมชนและยังได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการการวิจัย.....	2
ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ข้อมูลชุมชนบ้านวังขรณ์ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี....	6
ประวัติความเป็นมา.....	6
การเดินทาง.....	7
แนะนำจุดท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดโครงการ OTOP นวัตวิถี.....	12
ความหมายของ OTOP นวัตวิถี.....	12
แนวทางการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี.....	13
กระบวนการ 5 เสน่ห์.....	13
8 วิถี ทนวัฒนธรรมไทย.....	14
แนวคิดการมีส่วนร่วม.....	16
องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม.....	17
รูปแบบการมีส่วนร่วม.....	17
วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์.....	

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์.....	18
ความหมายของการบรรจุภัณฑ์.....	18
การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	30
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการ ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี.....	33
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการ ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	34
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว.....	35
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	35
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการ ออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	37
บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ.....	41
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	41
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	41
สรุปผลการวิจัย.....	43
อภิปรายผล.....	46
ข้อเสนอแนะ.....	47
บรรณานุกรม.....	48

	หน้า
ภาคผนวก.....	49
ภาคผนวก ก.....	50
แบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำหรับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	51
แบบสอบถามเพื่อการวิจัยสำหรับนักท่องเที่ยว.....	54
ภาคผนวก ข.....	56
หนังสือขออนุญาตออกจดหมายราชการขอใช้สถานที่.....	57
หนังสือขออนุญาตรายงานการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย.....	58
หนังสือขออนุญาตรายงานการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย.....	59
ประวัติผู้วิจัย.....	60

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ภาพที่ 2.1 แผนที่ตั้งตลาดจ็อกแจ็ก.....	7
ภาพที่ 2.2 กลุ่มการทำไม้กวาดดอกหญ้า.....	8
ภาพที่ 2.3 ตลาดจ็อกแจ็ก.....	9
ภาพที่ 2.4 ฟาร์มปู.....	10
ภาพที่ 2.5 กลุ่มฝึกปลอดสารพิษ.....	11
ภาพที่ 3.1 ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์.....	23
ภาพที่ 3.2 จัดสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชน.....	24
ภาพที่ 3.3 ช่องทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านวังขรณ์.....	25
ภาพที่ 4.1 ลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกประเด็นปัญหา.....	28
ภาพที่ 4.2 ระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	29
ภาพที่ 4.3 ตราผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา.....	38

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
ตารางที่ 2	การมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอ บางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี.....	33
ตารางที่ 3	ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตรา ผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	34
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วน บุคคล.....	35
ตารางที่ 5	ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบ ตราผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	37

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถ ในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชน มีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีด ความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการและ พันธกิจ กระทรวงมหาดไทย ข้อ 4. เสริมสร้างความเข้มแข็ง ของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วม ของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนภารกิจอำนาจหน้าที่ของ กรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้าง ความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 , 2559, หน้า 88)

นโยบายรัฐบาลมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาในเรื่องปากท้องของประชาชนโดยให้ ภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการเพื่อให้สอดคล้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาชุมชนส่งเสริมยกระดับผลิตภัณฑ์ และพัฒนา ช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้ขายได้มุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากลทำให้ผลิตภัณฑ์ของคนใน ชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ต่างๆ ไม่มีความสุข รายได้ไปตกอยู่กับ ผู้ประกอบการคนเดียว หรือบางกลุ่มเล็กไม่กระจายถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริง จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านยุคการผลิตสินค้า OTOP ออกจากชุมชนเพียงด้านเดียวสู่การเพิ่ม ช่องทางสร้างรายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดยการขายสินค้า อยู่ใน ชุมชน ที่มาจากการท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ ทั้งนี้ครอบครัวและลูกหลานยังอยู่ร่วมกันไม่ต้องแข่งขันนำผลิตภัณฑ์ออกไปขายนอก ชุมชนเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ชวนกันคิด ชวนกันทำ ผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งมี การเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามา เยี่ยมเยือนและใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ซึ่งรายได้จะกระจายอยู่กับคนในชุมชน ทุกคนมี ความสุข เป็นการสร้าง ความเข้มแข็งให้กับชุมชน (Strength with in) และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ ฐานรากอย่างแท้จริง (คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี, 2561, หน้า 3)

จากการสัมภาษณ์ ผู้ใหญ่ สมศักดิ์ พ่วงเอี่ยม บ้านวังจรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี พบปัญหาดังนี้เนื่องจากเกษตรกรภายในท้องถิ่นได้ทำการปลูกข้าวหอมมะลิ 105 แบบปลอดภัย ซึ่งภายในท้องที่ภายในชุมชนเพื่อใช้ในการบริโภคและมีจำนวนเพียงพอต่อการจัด จำหน่ายภายนอกชุมชนในการจำหน่าย ซึ่งถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากคน ภายในชุมชนและภายนอก เนื่องด้วยในการบรรจุข้าวยังคงใส่เป็นถุงพลาสติกและกระสอบจึงทำให้ ภาพลักษณ์ของสินค้ายังไม่โดดเด่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังขาดการพัฒนาทั้งด้านภาพลักษณ์ของ

ตัวบรรจุภัณฑ์สินค้ายังไม่น่าเชื่อถือขาดอัตลักษณ์ของชุมชนโพชนไก่ และเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาเปลี่ยนแปลงให้เป็นชุมชนวิถี ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจในการพัฒนาศักยภาพการจัดจำหน่าย และการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อเป็นการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป (สมศักดิ์ พ่วงเอี่ยม, 2561)

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อหาข้อเสนอแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ขอบเขตของการโครงการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

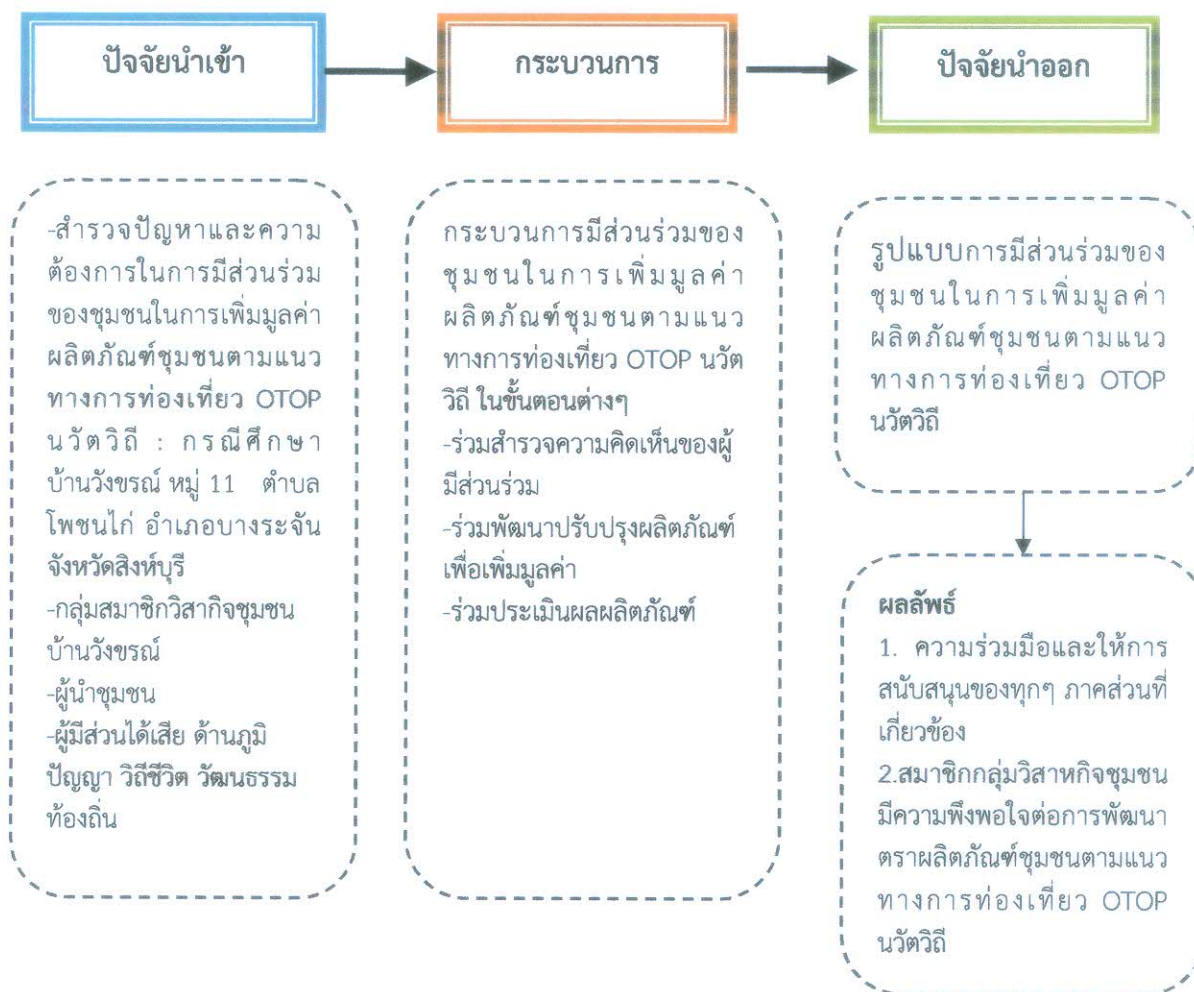
การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี และนักท่องเที่ยว

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี มีกรอบแนวความคิด ดังนี้



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบกิจการของชุมชนเพื่อทำการผลิตสินค้า ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีการรวมตัวกันเพื่อประกอบกิจการเพื่อสร้างรายได้ พัฒนาตนเองภายในชุมชนและระหว่างชุมชน

2. การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำงาน และร่วมบำรุงรักษา มากกว่าร่วมสมทบด้านวัตถุและการเงิน ซึ่งอาจมีความจำเป็นอยู่ก็ตาม โดยภาพรวมแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา

3. OTOP นวัตกรรม หมายถึง การผลิต และการกระจายสินค้าที่เกิดจากความต้องการของผู้ซื้อโดยตรง ผลิตจำนวนไม่มาก ชุมชนไม่เสียทรัพยากรและกำลังคน หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นการผลิตที่เอาใจคนซื้อเป็นที่ตั้ง แทนที่จะผลิตแล้วไปหาผู้ซื้อทีหลัง โดยให้การท่องเที่ยวเป็นแรงหลักในการวางแผนเป้าหมาย โดยยังใช้จุดแข็งเดิมของโอท็อป คือ ผลิตจำนวนไม่มาก ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยปรุงเสน่ห์ให้มีความ “ร่วมสมัย” ในสินค้า/บริการ ให้คนซื้อสามารถนำไปใช้แบบ “ร่วมวิถี”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ได้รับประโยชน์ในด้าน

1. ทราบอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม

2. ชุมชนสามารถนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนเพื่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

3. ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการจัดการตลาดและการบริหารเข้ามาใช้เป็นหลักของการศึกษาพร้อมทั้งประยุกต์จากผลการวิจัยหลายเรื่องที่มีความคล้ายคลึงกันเข้ามาเป็นแนวทางเพิ่มเติม โดยมีเนื้อหาหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลชุมชน บ้านวังขรณ์ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
 - 1.1 ประวัติความเป็นมา
 - 1.2 แนะนำจุดท่องเที่ยว
2. แนวคิดโครงการ OTOP นวัตวิถี
 - 2.1 ความหมายของ OTOP นวัตวิถี
 - 2.2 แนวทางการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
 - 2.3 กระบวนการ 5 เสน่ห์
 - 2.4 8 วิถีทุนวัฒนธรรมไทย
3. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
 - 3.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม
 - 3.2 องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม
 - 3.3 รูปแบบการมีส่วนร่วม
4. แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
 - 4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์
 - 4.2 การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมา

ชุมชนวังขรณ์ ตั้งอยู่ในตำบลโพชนไก่ เป็นตำบลที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอ บางระจันเป็นที่ราบลุ่ม มีแหล่งน้ำเหมาะแก่การทำนาตลอดปี เป็นชุมชนที่มีตลาดหลายแห่งและมีผู้คนเยอะแยะมาก จัดเป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดสิงห์บุรี โดยมี นายสมศักดิ์ พ่วงเอี่ยมเป็นผู้นำหมู่บ้าน แนะนำว่า มาบ้านวังขรณ์ ต้องไม่พลาด ตลาดในชุมชนที่กำลังพัฒนาต่อเติมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อของจังหวัดสิงห์บุรีแห่งใหม่ เป็นสิ่งที่ขึ้นชื่อและคนนิยมไปกัน คือตลาดจ็อกแจ็ก สาเหตุที่เรียกว่าตลาดจ็อกแจ็ก เพราะมีผู้คนมาจับจ่ายใช้สอยเป็นจำนวนมากเพราะมีสินค้าที่ครบทุกอย่าง ทั้งของพื้นบ้านและพื้นเมือง มาที่นี่จึงไม่ผิดหวังเลย และราคาเป็นกันเอง ใครมาแล้วจะต้องมาอีกอย่างแน่นอนจึงเป็นที่มาของ ตลาดจ็อกแจ็ก (ชุมชนท่องเที่ยว OTOP จังหวัดสิงห์บุรี, 2562)

มีซุ้มอาหารพื้นบ้านหลากหลาย เน้นทำอาหารวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติในพื้นที่ เป็นอาหารเฉพาะถิ่น เช่น น้ำพริกกะปิ ขนมหอย มะพร้าวแก้ว และอื่นๆ อีกมากมาย ที่นักท่องเที่ยวควรมาลองชิม เช่น ปูนาทอด (ปูนาที่นี่ เป็นปูนาที่เพาะเลี้ยงเอง) และมีผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นในกลุ่ม ที่ขายดีเป็นอันดับหนึ่ง เรียกว่าต้องสั่งจองกันข้ามปีเลยทีเดียว นั่นคือไม้ขยันทัน (ไม้กวาด) นั่นเอง ใช้ดี ใช้ทน ใช้จนหลานโตกันเลยทีเดียว อย่าลืมอุดหนุนไม้กวาดแสนขยัน ไม้กวาดทางมะพร้าว ที่อยากบอกว่าใครซื้อไปขยันทุกคน

ที่อยู่ : บ้านวังขรณ์ ม.11 ต.โพชนไก่ อ.บางระจัน จ.สิงห์บุรี 16130

โทรศัพท์: 086-0373752

facebook : ตลาดจ็อกแจ็ก

เวลาเปิด/ปิด : เวลา 07.00 - 18.00 น. วันอังคารปิดทำการ

สินค้าที่จำหน่าย : ปลาตุ๋นย่าง/น้ำพริก ขนมหอย (กล้วยบวชชี/ข้าวต้มมัด/มะพร้าวแก้ว/ขนมห่ม) ผักผลไม้ตามฤดูกาล น้ำผลไม้ อาหารตามสั่ง

แนะนำจุดท่องเที่ยว

จุดที่ 1 ชมวิถีชาวบ้านบ้านวังขรณ์

เป็นชุมชนที่มีการจับกลุ่มกันภายในชุมชนมีหลายครอบครัวเป็นส่วนร่วม ทำเป็นกลุ่มอาชีพ เพื่อหารายได้ให้แก่ครอบครัวของแต่ละครอบครัว โดยกลุ่มที่จัดสร้างขึ้นเป็นกลุ่มการทำไม้กวาดดอกหญ้า ที่นำมาขายเป็นสินค้า OTOP ของหมู่บ้านวังขรณ์ อีกจุดเด่นของวังขรณ์ก็คือมีอาหารที่อร่อยมากมายให้ชิม



ภาพที่ 2.2 กลุ่มการทำไม้กวาดดอกหญ้า
ที่มา : <https://atsingburi.com> > listing

จุดที่ 2 ตลาดจ้อกแจ้ก

ตลาดจ้อกแจ้กได้เปิดโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีมีการแสดงของชาวบ้านชุมชนวังขรณ์ ซึ่งการแสดงว่า ชุดรำเคียวเกี่ยวข้าว ตลาดจ้อกแจ้กเปิดทุกวันยกเว้นวันอังคารเป็นตลาดชุมชนแห่งการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านวังขรณ์ โดยมี นายสมศักดิ์ พ่วงเอี่ยม เป็นผู้ใหญ่บ้าน ตลาดจ้อกแจ้กนั้นเป็นตลาดในชุมชนที่กำลังพัฒนาต่อเติมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อของจังหวัดสิงห์บุรีแห่งใหม่ ภายในตลาดจะมีซุ้มอาหารพื้นบ้านมากมายหลายซุ้ม จะเน้นการทำอาหารจากวัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่นในชุมชนหรือแหล่งธรรมชาติในพื้นที่

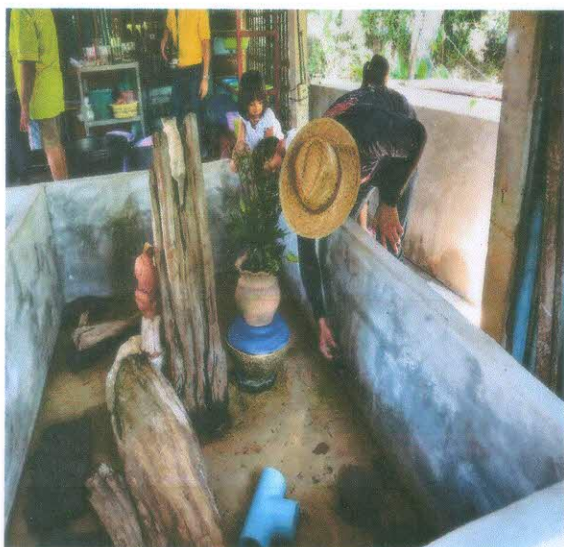


ภาพที่ 2.3 ตลาดจ้อกแจ้ก

ที่มา : <https://atsingburi.com> > listing

จุดที่ 3 ฟาร์มปู

ฟาร์มปูที่เลี้ยงเป็นปูนา เนื่องจากส่วนตัวชอบกินปูนามาก เคยไปหาตามท้องนา 5-6 ชั่วโมง ไม่สามารถหาได้ เลยเกิดความคิด จะเลี้ยงขาย จึงใช้เงินเก็บที่มีอยู่ 2 หมื่นบาท ลงทุนเลี้ยงปูนาในบ่อปูน บนที่ดินที่มีอยู่ 1 ไร่ 44 ตารางวา สั่งปูนา คุละใช้สมาจากหลายจังหวัด ปัจจุบันเลี้ยงปู 2 สายพันธุ์ คือ ปูนาธรรมดา ตัวจะมีขนาดเล็ก และ ปูนาพันธุ์กำแพง ตัวใหญ่ รสชาติมัน ครั้งนี้สำเร็จแล้วก็เลี้ยงมาขายทั้งปูสด ปูดอง และนำปูมาแปรรูปเป็นน้ำพริกเผา กะปิปู ส่งขายร้านอาหาร ยังมีขนมจีน น้ำยาปูขายอีกด้วย



ภาพที่ 2.4 ฟาร์มปู

ที่มา : <https://atsingburi.com > listing>

จุดที่ 4 กลุ่มผักปลอดสารพิษ

เป็นลักษณะการดำเนินงานของเศรษฐกิจครัวเรือนที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว เป็นอาชีพของคนในหมู่บ้าน ผักปลอดสารพิษเป็นแนวคิดทางการเกษตรอย่างหนึ่งที่นำหลักการของ เศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ด้วยทั้งนี้ผักปลอดสารพิษเป็นการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำ นางพิช ยาพัฒน์ เป็งแก้ว จึงมีแนวคิดที่จะปลูกผักปลอด สารพิษไว้กินเอง โดยค้นคว้าวิธีการปลูกและ เทคนิคการดูแลและเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้นโดยที่ไม่ใช้สารเคมีและสารพิษในการปลูกเช่นการนำหมัก เพื่อทำเป็นปุ๋ย การทำปุ๋ยคอก เพื่อใช้แทนปุ๋ยเคมีจากหนังสือเกษตรเพื่อลดต้นทุนต่อมาเพื่อนบ้านเห็น ว่าผักที่ปลูกของ นางพิชยาพัฒน์ เป็งแก้ว งอกงามและปลอดสารพิษจึงขอซื้อไปบริโภคทำให้เกิด อาชีพเสริมเพิ่มให้กับครอบครัวอีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 2.5 กลุ่มผักปลอดสารพิษ

ที่มา : <https://atsingburi.com > listing>

แนวคิดโครงการ OTOP นวัตกรรม

1. ความหมายของ OTOP นวัตกรรม

OTOP หมายถึง One Tambon One Product หรือหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม หมายถึง การนำ “นวัตกรรม” ผสมกับคำว่า “วิถีชีวิต” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยไม่ใช้การนำสินค้าที่มีความโดดเด่นของชุมชนออกไปวางเสนอขายนอกแหล่งชุมชนอย่างที่เคยมีมา แต่เป็นการนำผู้คนจากข้างนอกเข้าไปสัมผัสวิถีชีวิต เรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ อาหารการกินและแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ

แนวคิดของ “OTOP นวัตกรรม” เป็นการเปลี่ยนจากที่ชาวบ้านเคยผลิตสินค้าออกไปขายให้คนภายนอก เอาวิถีชีวิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการพัฒนาแบบระเบิดจากภายใน สนับสนุนให้คนในท้องถิ่นลุกขึ้นมาพัฒนาชุมชนของตนเองให้เข้มแข็งดึงอัตลักษณ์ชุมชนดั้งเดิมที่เน้นความเรียบง่าย ซึ่งดำเนินมาหลายชั่วอายุคน มาสร้างเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวประทับใจ พร้อมมีสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนติดไม้ติดมือกลับบ้านไปด้วย ถ้าจะเปรียบให้เห็นภาพชัดเจน โครงการ OTOP ก็เหมือนเหรียญสองด้าน ตลอดการดำเนินงานเป็นการทำงานด้านเดียว ซึ่งเป็นที่มาของ โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ยุทธศาสตร์ของกรมการพัฒนาชุมชนที่จะพลิกโฉมหน้าของ OTOP และสร้างความมั่งมีศรีสุขให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน (คู่มือการขับเคลื่อนการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม, 2561)

แนวคิดของโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม เป็นประวัติศาสตร์หน้าใหม่เป็นก้าวกระโดดของผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เป็นการทำให้เรื่องที่บ้านมีความถนัด จะส่งผลดีแก่ชุมชน 3 ด้าน คือ

1. ปรับสินค้าให้มี “นวัตกรรม” โดยยังคงเน้นอัตลักษณ์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน รวมทั้งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีรูปแบบสินค้าของที่ระลึกเพิ่มขึ้น
2. ชาวบ้านไม่ต้องเดินทางออกไปขายของนอกบ้าน โดยการเพิ่มมูลค่า “เสน่ห์ชุมชน” ที่เป็นต้นทุน ทั้งเรื่องแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมภูมิปัญญา และสร้างการเป็น “เจ้าบ้านที่ดี” ดึงคนให้เข้ามาใช้จ่ายในบ้านที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการของชุมชน
3. สร้างช่องทางการตลาดที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยแต่ละชุมชนเป็น “แอ่งเล็ก” ที่มีเสน่ห์เพียงพอในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มา “เช็คอิน” ได้ตลอดทั้งปี

กระบวนการทำงานอาศัยโครงการไทยนิยม ยั่งยืน ซึ่งเป็นแผนแม่บทของรัฐบาลเป็นกรอบในการวางแผนการทำงาน 3 เรื่อง คือ

1. ดึงเสน่ห์ชุมชนที่มาจากต้นทุนต่างๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ต้นทุนด้านวัฒนธรรม/ภูมิปัญญา
2. ปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายการตลาดซึ่ง หมายถึงนักท่องเที่ยว ทั้งในรูปแบบสินค้าของที่ระลึก การบริการ และอาหารรสชาติพื้นถิ่น
3. เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและในจังหวัดโดยการสร้างแอปพลิเคชัน (application) ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงเสน่ห์ชุมชนทั้งสถานที่ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ

2. แนวทางการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

โครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกกันอย่างคุ้นเคยว่า โอท็อป (OTOP : One Village, One Product) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น มีเป้าหมายในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบลตั้งแต่ปี 2544 โอท็อปครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างกว้างขวางส่วนใหญ่เป็นหัตถกรรม อาทิ ผ้าทอ ผ้าแปรรูป งานจักสาน จุดเด่นของโอท็อป คือ เส้นที่ท้องถิ่นผลิตจำนวนมาก วัตถุประสงค์ในชุมชน หมู่บ้านบางแห่งมีวัตถุประสงค์ที่เป็นอัตลักษณ์ แบบไม่มีที่ไหนเหมือน เช่น มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI (Geographical Indication) ซึ่งเป็นจุดขายสำคัญในการสร้างแบรนด์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกเหนือจากเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนนั้น

การผลิตของโอท็อปที่ผ่านมาเป็นแบบ “ห่วงโซ่อุปทานแบบผลัก” (Supply chain Push) หมายถึง การตัดสินใจผลิตจนถึงการกระจายสินค้าอยู่บนพื้นฐานการพยากรณ์ในระยะยาว แต่ปัจจุบันอิทธิพลของเทคโนโลยีสารสนเทศ และ e-business มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ การพยากรณ์แบบเดิมไม่ถูกต้องเสมอไปทำให้เงื่อนไขการซื้อเปลี่ยนไป สินค้าโอท็อปสวยงามแต่ไม่ร่วมสมัยใช้ในชีวิตประจำวันค่อนข้างยาก OTOP นวัตวิถี เป็นการปรับกระบวนการใช้ห่วงโซ่อุปทานแบบดึง (Supply chain Pull) หมายถึง การผลิต และการกระจายสินค้าที่เกิดจากความต้องการของผู้ซื้อโดยตรง ผลิตจำนวนไม่มาก ชุมชนจึงไม่สูญเสียทรัพยากรและกำลังคน หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลิตโดยเอาใจคนซื้อเป็นตัวตั้ง แทนที่ผลิตแล้วไปหาผู้ซื้อที่หลัง

การดำเนินงานโอท็อปตั้งแต่เริ่มต้น เป็นการผลัก “คนในชุมชน+สินค้า” ออกไปขายข้างนอกโดที่ข้างนอกประกอบด้วย “ใจคนซื้อ” มากมายและซับซ้อนยิ่งขึ้นเมื่อระบบออนไลน์มีอิทธิพลในชีวิตจากที่เคยขายได้มากๆ เริ่มขายยากและต้องขายถูกลงเกิดความสูญเสีย OTOP นวัตวิถี คือการดึง “คนซื้อ+ใจคนซื้อ” เข้ามาในบ้านเราโดยใช้โอกาสทางการท่องเที่ยวเป็นตัวการวางเป้าหมายยังใช้จุดแข็งเดิมของโอท็อป คือ ผลิตจำนวนไม่มาก ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีอัตลักษณ์ศักดิ์มาเฉพาะส่วนที่เป็นเส้นที่โดยปรุงเส้นให้มีความ “ร่วมสมัย” ออกมาเป็นสินค้า/บริการ ที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้อย่างเหมาะสมกับชีวิตปัจจุบัน เรียกว่า เป็นการปรุงเส้นให้เกิดการใช้งานแบบ “ร่วมวิถี-ร่วมสมัย”

3. กระบวนการ 5 เส้น

การดำเนินงาน OTOP นวัตวิถี คือการดึงคนมาเที่ยวบ้าน การเตรียมตัวเป็นเจ้าของบ้านที่ดี การออกแบบประสบการณ์ให้คนมาเที่ยวประทับใจ เมื่อเรียนรู้ว่าคนมาเที่ยวชอบอะไร ก็สามารถผลิตให้ถูกใจออกแบบโดยใช้เส้นท้องถิ่น แต่ให้มีความสามารถนำไปใช้ได้โดยรวมสมัย-ร่วมวิถี รายได้ที่เกิดขึ้นไม่ใช่มาจากสินค้าโอท็อปเพียงทางเดียวแต่เกิดได้หลายทาง จากการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว รายได้ที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากการนำสินค้าออกไปขายในงานแสดงสินค้าปีละ 1-2 ครั้ง แต่เกิดทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวเข้าไปในชุมชน OTOP นวัตวิถี เกิดด้วยกระบวนการ 2 เส้น ได้แก่

3.1 Smile เจ้าบ้านยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีตั้งแต่พบกันครั้งแรกและผู้มาเยือนก็ได้ส่งรอยยิ้มกลับสู่ชุมชน

3.2 Story ชุมชนมีเรื่องราว/เรื่องเล่า ที่น่าสนใจ บางเรื่องสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นสินค้าของที่ระลึก หรือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งมี “นักเล่าเรื่องของชุมชน”

3.3 Secret สูตรลับอาหารพื้นบ้าน หรือวิธีการปรุงที่สร้างความประทับใจ

3.4 Surprise มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ปรารถนาใจ และประทับใจ มีการดูแลรักษาที่ดีชุมชนสะอาด มีการดูแลเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

3.5 Spirit เจ้าบ้านมีน้ำใจไมตรี มีความโอบอ้อมอารี

4. 8 วิถี “ทุนวัฒนธรรมไทย”

วัฒนธรรม คือทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีกระบวนการถ่ายทอดเพื่อคงลักษณะสำคัญของเผ่าพันธุ์ไว้

ความสำคัญของวัฒนธรรมเป็นไปเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานสร้างความเรียบร้อยในสังคมนั้น วัฒนธรรมช่วยยึดโยงจิตใจคนในสังคมเดียวกัน ก่อให้เกิดสุนทรียภาพในชีวิต และเพื่อใช้ในการสื่อสารร่วมกันในสังคมเดียวกันและผู้คนที่ต่างสังคม วัฒนธรรมต้องมีการศึกษาเพื่อพัฒนาให้การต่อยอดอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหว ตลอดเวลา มิใช่เพียงแค่ “อนุรักษ์” เก็บรักษาไว้อย่างเดียว เมื่อวัฒนธรรมกลายเป็นมรดกและต้นทุนที่มีค่าในกาสร้างสรรค์เศรษฐกิจอย่างยั่งยืน กระทรวงวัฒนธรรมจึงจำแนกให้เข้าใจง่ายว่าเป็น 8 วิถีวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1. อาหาร ครอบคลุมถึงลักษณะการรับประทาน รูปแบบการปรุงและภาชนะต่างๆ
 2. การแต่งกาย หมายถึงรูปแบบเสื้อผ้าอาภรณ์ และแต่งกายในพิธีการต่างๆ
 3. ที่อยู่อาศัย ครอบคลุมถึงลักษณะการอยู่อาศัย และสถาปัตยกรรมต่างๆ ทั้งบ้านเรือนและสถานที่สำคัญ
 4. ประเพณี หมายถึง สิ่งที่เราเชื่อถือ และยึดเป็นแนวปฏิบัติสืบต่อกันมาในสังคมหนึ่งๆ จนกลายเป็นแบบแผนที่คนในสังคมนั้นปฏิบัติต่อกันมา เพราะมีประโยชน์ต่อส่วนรวมให้ผลในการยึดโยงจิตใจรวมกัน
 5. ภาษา ทั้งการพูด ตัวหนังสือ จารึกต่างๆ
 6. อาชีพ เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่เกิดจากการทดลองจนกลายเป็นองค์ความรู้ เป็นทักษะที่จุนเจือชีวิต สร้างรายได้ให้ผู้คนในสังคมนั้น
 7. ความเชื่อ เป็นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ แต่เราสัมผัสได้ด้วยความรู้สึก และสามารถถ่ายทอดโดยการแทนค่าเป็นรูปธรรมได้
 8. ศิลปะพื้นถิ่น หมายถึง การแสดงออกเพื่อความรื่นเริงทั้งการเล่น การแสดงต่างๆ
- ทั้ง 8 วิถีวัฒนธรรม เป็นแกนที่ให้เห็น “วิถี” ชีวิตของมนุษย์ในชุมชนแต่ละแห่ง ในแต่ละสังคม ล้วนมีวิถีที่ต่างกันไปตามภูมิวัฒนธรรม และภูมินิเวศ เป็นความต่างที่มี “อัตลักษณ์” เป็นตัวของตัวเอง

กรมการพัฒนาชุมชน (2561, หน้า 38 – 42) กล่าวว่า ชุมชนมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 มิติ ได้แก่ 1) ด้านประวัติศาสตร์ 2) ด้านศิลปวัฒนธรรม / ประเพณี และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนที่มีครบทั้ง 3 มิตินี้ ถือว่าได้เปรียบเรื่องต้นทุน บางชุมชนอาจจะไม่มีครบทั้ง 3 มิติ ดังนั้น จึงต้องใช้หลักการตลาดเข้ามาช่วยให้คนภายนอกมองเห็นคุณค่าของชุมชนบนฐานของต้นทุนทั้ง 3 มิติ ซึ่งคุณค่าดังกล่าว คือ “จุดขาย” ที่เป็นเป้าหมายที่ชุมชนต้องการ

กระบวนการในการพัฒนาประกอบด้วย

1. ค้นหา “จุดเด่น” 5 ข้อ ใน 3 มิติ เพื่อสร้างจุดขาย
 - 1.1 ทำ 5 สถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมเด่น ภายใต้คำว่า “ชม”
 - 1.2 ทำ 5 เมนูเด็ด ภายใต้คำว่า “ชิม”
 - 1.3 ทำ สุดยอดผลิตภัณฑ์ ภายใต้คำว่า “ช้อป”
2. ค้นหาทุนของชุมชน
 - 2.1 ทุนเดิม ได้แก่
 - 2.1.1 ทุนทางประวัติศาสตร์ คือ “ความลึกซึ้ง” เมื่อนำมาใช้เมื่อนำมาใช้ ต้องมีความรู้เรื่องดังกล่าวอย่างลึกซึ้ง
 - 2.1.2 ทุนทรัพยากรธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม คือ “รักษา” เมื่อนำมาใช้ ต้องมีมาตรการดูแลรักษา
 - 2.1.3 ทุนศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี คือ “สร้างสรรค์” เมื่อนำมาใช้ ต้องใช้อย่างสร้างสรรค์ เข้าใจการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา

2.2 ทุนใหม่ ได้แก่

2.2.1 **ทุนความคิดสร้างสรรค์** คือ “สร้างคุณค่า” ความคิดสร้างสรรค์สามารถต่อยอดทุนเดิมให้กลายเป็นทุนใหม่ โดยยังมองเห็นรากเดิมอยู่ ทำให้ชุมชน/สังคมภายใน เกิดความตระหนักในคุณค่า และสามารถส่งต่อคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว/สังคมภายนอก

2.2.2 **ทุนนวัตกรรม** คือ “ยกระดับ” การบูรณาการความรู้เก่าใหม่ ก่อให้เกิดเป็นนวัตกรรม ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ นวัตกรรมการผลิตที่ช่วยลดความสูญเสีย เป็นต้น

ทั้งนี้ การบริหารจัดการ “ทุนเดิม” และ “ทุนใหม่” อย่างมีประสิทธิภาพ จะสร้างความยั่งยืน 5 ด้าน ให้กับชุมชน ซึ่งหมายถึง ต้นทุนชุมชนที่เก็บเกี่ยวไว้ใช้ระยะยาว และส่งต่อให้รุ่นลูกหลานได้

จุดขายของการท่องเที่ยวชุมชน คือ การเป็นตัวของตัวเอง หรือมีอัตลักษณ์ การค้นหาตัวเองจึงเป็นกระบวนการสำคัญ สิ่งที่ต้องบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชน มี 3 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น และวิถีชีวิต (ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย การแต่งกาย ภาษา อาชีพ ประเพณี ความเชื่อ และศิลปะพื้นบ้าน) การสังเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ได้ ถือว่าชุมชนได้สร้างกระบวนการรักษา “มรดกทางวัฒนธรรม” ของตนเอง

หลักในการจัดทำแผนชุมชนมีหลายรูปแบบ ชุมชนบางแห่งอาจนัดในการทำแผนยุทธศาสตร์ บางแห่งอาจเริ่มต้นด้วยเวทีระดมความคิดเห็นและตกลงหลักการด้วยตนเอง บางชุมชนอาจใช้โมเดลสำเร็จรูปช่วยให้ความคิดเข้าระบบ เช่น การใช้ Y Model ซึ่งมีกระบวนการ 5P ได้แก่

1. Place ด้านการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพสร้างแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว เพราะเป็นแม่เหล็กตัวแรกที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
2. Preserve ด้านอนุรักษ์ ดูแลรักษาทรัพยากรที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น/ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาเยือนด้วยความประทับใจ และเป็นต้นทุนที่ยั่งยืนของชุมชน
3. People ด้านชุมชน พัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน พัฒนาผู้ประกอบการชุมชน ให้มีความเข้มแข็งแก่ไปด้วยกัน
4. Product ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการให้มีความโดดเด่น สินค้าต้องผลิตแบบรู้ใจคนซื้อ
5. Promotion ด้านการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริม/สนับสนุนการท่องเที่ยวและกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รู้จักพลังสื่อ เลือกใช้สื่อที่ประหยัดและให้ผลกว้าง (impact)

แนวคิดการมีส่วนร่วม

ความหมายของการมีส่วนร่วม

Reeder (1974) ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมเป็นการพบปะทางสังคม ทั้งในลักษณะที่มีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล และการมีส่วนร่วมของกลุ่ม

ประชัย ศรีจามร (2549) ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมของประชาชนว่าเป็นการสร้างโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา โดยผ่านทางกระบวนการส่งเสริม ชักนำ การสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการเรียนรู้ การริเริ่มใน การคิด ร่วมกำหนดแนวทางในการพัฒนาร่วมแก้ไขและวางแผนปฏิบัติ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการ ช่วยเหลือทรัพยากรทางการบริการ ตลอดจนอำนาจในการตัดสินใจในการกำหนดกิจกรรม แนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนเองให้เกิดขึ้นเกิดขึ้นภายในชุมชนด้วยความเต็มใจและเต็ม ความสามารถของตนเองเพื่อเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการและควบคุมการใช้ และการกระจายทรัพยากรตลอดจน ปัจจัยการผลิตในสังคมอันจะนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง

สุธี วรประดิษฐ์ (2553) ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วม หมายถึง การร่วมกันของชุมชนเกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วม ในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้เกิดผลต่อความต้องการของกลุ่มคนที่ สอดคล้องกับวิถีชีวิตทาง สังคม ทั้งนี้ในการที่จะให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้น การจัดการ กิจกรรมการมีส่วนร่วมต้อง คำนึงถึงวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วม กิจกรรม เพราะกลุ่มคนในชุมชนมีความแตกต่างกันในลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจ และการได้รับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนโดยสรุปมี ขั้นตอนทั้งสิ้น 5 ขั้นตอนคือ

1. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ปัญหาของชุมชน
2. การวางแผนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิต
3. การกำหนดกิจกรรม
4. การดำเนินกิจกรรม
5. การประเมินผลกิจกรรม

ซึ่งเป็นขั้นตอนของการเข้ามามีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญโดยใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง โดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำหรืออำนวยความสะดวกเท่านั้น

องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม

การบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม (2553) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนของสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ระดับ ดังนี้

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร (Inform) ถือเป็น การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับ ต่ำที่สุด แต่เป็นระดับที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นก้าวแรกของการที่ภาครัฐจะเปิดโอกาสให้ประชาชน เข้าสู่กระบวนการ มีส่วนร่วมในเรื่องต่าง ๆ วิธีการให้ข้อมูลสามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น เอกสาร สิ่งพิมพ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ จัดหมายข่าว การจัดงาน แลกเปลี่ยน การติดประกาศ และการให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์

2. การรับฟังความคิดเห็น (Consult) เป็นกระบวนการที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานภาครัฐด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การรับฟังความคิดเห็น การสำรวจความคิดเห็น การจัดเวทีสาธารณะ การแสดง ความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์

3. การเกี่ยวข้อง (Involve) เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน หรือร่วมเสนอแนะทางที่นำไปสู่การตัดสินใจ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ประชาชนว่าข้อมูล ความคิดเห็น และความต้องการของประชาชนจะถูกนำไปพิจารณาเป็นทางเลือกในการบริหารงาน ของภาครัฐ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพิจารณาประเด็นนโยบายสาธารณะ ประชาพิจารณ์ การจัดตั้งคณะทำงาน เพื่อเสนอแนะประเด็นนโยบาย

4. ความร่วมมือ (Collaboration) เป็นการให้กลุ่มประชาชน ผู้แทนภาคสาธารณะ มีส่วนร่วม โดยเป็นหุ้นส่วนกับภาครัฐในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจ และมีการดำเนินกิจกรรม ร่วมกันอย่าง ต่อเนื่อง เช่น คณะกรรมการที่มีฝ่ายประชาชนร่วมเป็นกรรมการ

5. การเสริมอำนาจแก่ประชาชน (Empower) เป็นขั้นที่ให้บทบาทประชาชนในระดับสูงที่สุด โดยให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจ เช่น การลงประชามติในประเด็นสาธารณะต่าง ๆ โครงการกองทุนหมู่บ้านที่มอบอำนาจให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจทั้งหมด

รูปแบบการมีส่วนร่วม

Cohen and Uphoff (1980) ได้เสนอรูปแบบการมีส่วนร่วม 4 แบบดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision making) ในกระบวนการของการตัดสินใจ นั้นประการแรกสุด คือ การกำหนดความต้องการและจัดลำดับความสำคัญ จากนั้นเลือกนโยบาย และประชากรที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจในช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบ ของการดำเนินงานตามโครงการนั้นจะได้มาจากคำถามที่ว่า ใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการ ได้บ้างและ จะทำประโยชน์โดยวิธีใด เช่น การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหารงาน การประสานงานและการขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ นอกจากความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและคุณภาพแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงการ กระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่ม ผลประโยชน์ของโครงการนี้รวมทั้งผลประโยชน์ในทางบวกและ ผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการซึ่งเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลในสังคม

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) สิ่งสำคัญที่จะต้องสังเกตคือ ความเห็น ความชอบ และความคาดหวัง ซึ่งจะมีอิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล ในกลุ่มได้

Delbecq and Andrew (1971) ได้กล่าวถึงรูปแบบของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผน 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลรายละเอียดของโครงการต่าง ๆ
2. การวิเคราะห์หรือสรุปปัญหา
3. การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา
4. ดำเนินการแก้ไขปัญหา
5. ติดตามและประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนา และปรับปรุง การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้า หรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะให้เห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลาพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innovation) หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉีกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนาจนมาถึงขั้นสุดยอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package)

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ (Packaging) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสรุปได้ดังนี้

1. Packaging หมายถึง งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ในอันที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้าตลอดจนประโยชน์ใช้สอย อาทิเช่น ความสะดวกสบายในการหยิบหิ้ว พกพาหรือการใช้ เป็นต้น

2. Packaging หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบ การผลิต ภาชนะบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มสินค้าบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก (Label) และตราชื่อ (Brand name)

3. Packaging หมายถึง ผลรวมของศาสตร์ (Science) ศิลป์ (Art) และเทคโนโลยีของการออกแบบ การผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า เพื่อการขนส่งและการขายโดยเสียค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

4. Packaging หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและเศรษฐศาสตร์เพื่อหาวิธีการรักษาสภาพเดิมของสินค้าจนกว่าจะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้ยอดขายมากที่สุดและต้นทุนต่ำสุด

5. Packaging หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตรูปร่างหน้าตาของภาชนะบรรจุ สิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์

6. Packaging เป็นทั้งศิลปะและวิทยาศาสตร์ ซึ่งถูกมองในหลายแง่โดยบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตสินค้า กล่าวคือ ฝ่ายเทคนิคจะคิดถึงปฏิกิริยาระหว่างภาชนะบรรจุกับผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ฝ่ายผลิตจะพิจารณาต้นทุนและประสิทธิภาพของระบบการบรรจุ ฝ่ายจัดซื้อจะคำนึงถึงต้นทุนของวัสดุทางการบรรจุ และฝ่ายขายจะเน้นถึงรูปแบบและสีสันทึ่สะดุดตา ซึ่งจะช่วยในการโฆษณา ผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้ Packaging ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมจะเกิดขึ้นได้จากการประนีประนอมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ภาชนะบรรจุซึ่งมีน้ำหนักเบาและราคาต้นทุนต่ำแต่ในขณะเดียวกันมีรูปแบบสวยงาม และให้ความคุ้มครองอย่างเพียงพอแก่ผลิตภัณฑ์ภายในได้

7. Packaging หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดในขบวนการทางตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

8. Packaging หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยมีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า

การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายขององค์กรในระบบการค้าเสรี

การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการตลาด ดังนี้ตามที่ได้อธิบายแล้วว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทในส่วนประสมทางการตลาดในการทำหน้าที่เสริมกิจกรรมการตลาดในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ รายละเอียดปลีกย่อยในการช่วยเสริมกิจกรรมต่าง ๆ มีดังต่อไปนี้

1. การเปลี่ยนแปลงหีบห่อ

การเปลี่ยนแปลงหีบห่อ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงหรือการตัดสินใจว่าเมื่อใดควรจะเปลี่ยนเป็นปัญหาที่ต่อเนื่องกัน แนวโน้มในปัจจุบันมักจะนิยมการเปลี่ยนแปลง แต่ขึ้นอยู่กับความเคลื่อนไหวของปัจจัยรอบตัว โดยทั่ว ๆ ไปฝ่ายจัดการจะมีเหตุผลสองประการสำหรับพิจารณาเปลี่ยนหีบห่อใหม่ เพื่อแก้ไขยอดขายที่ลดลงและเมื่อมีความต้องการใช้ประโยชน์จากวัสดุชิ้นใหม่ ๆ บางบริษัทเปลี่ยนหีบห่อเพื่อช่วยในการส่งเสริมการขาย ขยายตลาดการจำหน่ายให้กว้างขึ้น หีบห่อที่ออกแบบใหม่อาจใช้เป็นจุดสำคัญในการเขียนคำโฆษณาจูงใจลูกค้าหรือมีฉะนั้นก็เป็นเพราะหีบห่อของเก่าดูล้าสมัยเกินกว่าที่จะนำมาใช้โฆษณาได้

2. หีบห่อสำหรับแต่ละฝ่ายผลิตภัณฑ์

การหีบห่อในสินค้ากลุ่มเดียวกัน ผู้ผลิตต้องตัดสินใจว่าจะพัฒนาการหีบห่อสินค้าในเครือชนิดต่าง ๆ ให้คล้ายกัน (Family Packaging) หีบห่อสินค้าในเครือหมายถึง การสร้างเอกลักษณ์จุดเด่นของสินค้าทุกชนิด หรือใช้รูปแบบธรรมดา ๆ แทน การตีค่าหีบห่อสินค้าในเครือ มักจะต้องควบคู่ไปกับการตีค่าของยี่ห้อในเครือนั้นเมื่อมีสินค้าใหม่เริ่มผลิตมาในสายเดียวกัน ค่าของการส่งเสริม

การขายจะเกี่ยวข้องกับสินค้าเก่ารวมกับสินค้าใหม่นั้น หรืออีกทางหนึ่งยุทธวิธีอาจจะใช้แต่เพียงกับสินค้าซึ่งใช้ด้วยกัน หรือมีคุณภาพเหมือนกัน

3. ทียบห่อที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีก

การนำทียบห่อมาใช้ประโยชน์เมื่อใช้สินค้าหมดแล้ว เป็นยุทธวิธีอย่างหนึ่งที่น่าพิจารณา เจ้าของสินค้าควรจะออกแบบทียบห่อนั้นให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ หลังจากที่ใช้สินค้าหมดแล้ว จะเห็นได้ว่าทียบห่อที่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์อื่น ๆ ได้ใหม่ จะสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายซ้ำอีกได้

4. การใช้วิธีการทียบห่อรวม

ทียบห่อรวม เป็นการนำสินค้าหลายชิ้น หรือหลายอย่างมารวมห่อเข้าด้วยกันแล้วขายเป็นชุด ในราคาที่ถูกกว่าการซื้อทีละชิ้น ทียบห่อแบบนี้จะช่วยให้ยอดขายต่อหน่วยและยอดขายรวมสูงขึ้น รวมทั้งอาจเป็นหนทางในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือระบายสินค้าในคลังให้หมดไป เป็นการสร้างความสะดวกในการซื้อขายและลดต้นทุนด้านการเก็บสินค้าด้วย แต่ในกรณีที่สินค้านั้นไม่ได้ใช้บ่อย ๆ หรือเป็นของที่ใช้ได้ไม่นาน ทียบห่อรวมอาจจะไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเท่าใด หรือไม่ช่วยในด้านการขายเท่าที่ควร ในการออกแบบหรือเปลี่ยนแปลงทียบห่อที่ออกมานั้นว่า มีลักษณะในด้านการขายเท่าที่ควร ในการออกแบบหรือเปลี่ยนแปลงการทียบห่อที่ออกมานั้นว่า มีลักษณะใดในสายตาของผู้บริโภคทั่วไปยอมรับหรือไม่ อย่างไร เมื่อเทียบกับทียบห่อของผลิตภัณฑ์คู่แข่งในชั้นวางสินค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนลวดดี โปสุวรรณ และวิศาล บุญประกอบ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มีดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยวิธี E-Commerce : ชุมชนล้านใหม่ พบว่า การอนุรักษ์อาชีพที่มีดของคนในชุมชนนั้นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมสืบต่อกันมา ได้มีการพัฒนารูปแบบการตีเหล็กเพื่อสนองความต้องการของตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุด ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มีดพื้นบ้านแบบดั้งเดิมเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านที่มีอยู่แล้วให้เป็นที่สนใจต่อผู้บริโภคด้วยรูปปลั๊กซ์ที่ต้องการมีการตกแต่งลดทอนของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและการเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายกว่าเดิม เช่นการทำมีดกรีดยางคุณภาพดี เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการขยายผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

จิตติมา เสือทองและคณะ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขี้ยวขจี จังหวัดนนทบุรี การวิจัยครั้งนี้ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขี้ยวขจี จังหวัดนนทบุรี และเพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขี้ยวขจี จังหวัดนนทบุรี ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ โดยทำการวิจัยจากกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรี 30 แม่บ้านเขี้ยวขจี จังหวัดนนทบุรี จำนวน 26 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบบสอบถาม แบบประเมินความพึงพอใจ ผลจากการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขี้ยวขจี จังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มสตรีแม่บ้านเขี้ยวขจี จังหวัดนนทบุรี พึงพอใจและเลือกแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ แนวทางที่ 2 เป็นแนวทางการออกแบบที่สมควรนำไปพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์

ขนม ทองพับต่อไป ข้อเสนอแนะ การศึกษาวิจัย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรีในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของตราสัญลักษณ์ประจำผลิตภัณฑ์ ว่าควรทำการพัฒนาตราสัญลักษณ์ประจำผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วย ผลงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ควบคู่กับการพัฒนาออกแบบตราสัญลักษณ์ประจำผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ ของกลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี ต่อไปในอนาคต

ปณณัณช ธนัทพรธรรมรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี (2557) ได้กล่าวถึง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตือพัฒนา ตำบลที่มะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากใช้รูปแบบอย่างง่าย ๆ พิมพ์ข้อความบรรยายสรรพคุณบนกระดาษธรรมดาติดไว้ที่ผลิตภัณฑ์ สินค้าบางประเภทบรรจุลงขวดพลาสติกโดยไม่มีฉลาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ และแม้ว่าเคยมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนได้เข้ามาช่วยออกแบบสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้กับทางกลุ่ม แต่เนื่องจากกลุ่มไม่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจึงส่งผลให้ไม่ยอมรับแบบสัญลักษณ์ที่ออกแบบมา หลังจากเข้ามาทำการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มฯ โดยการใช้กระบวนการมีส่วนร่วม ทำให้มีผลงานที่ออกแบบมาจากกระบวนการมีส่วนร่วมสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มฯ ได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้เกิดการยอมรับและยังสร้างความภูมิใจให้กับกลุ่มฯเป็นอย่างมาก และจากการสำรวจความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทางด้านบรรจุภัณฑ์และตราของผลิตภัณฑ์

ศศิพร ต่ายคำ และคณะ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่า ทดลองใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่า ประเมินและปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน พบว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนฯ ได้เกิดจากการระดมสมองของคนภายในชุมชนและผ่านการรับรองรูปแบบจากคนภายในชุมชน และการประเมินผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าเพิ่มมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจที่วิสาหกิจชุมชนสามารถนำทรัพยากรภายในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาผสมผสานให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบทุกด้าน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้นำเอาวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรีไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์หรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อไป

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านวังขรณ์ เพื่อทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และตัวแปรที่ต้องการศึกษา รวมทั้งสร้างแบบสัมภาษณ์โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

1.1 ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ การเก็บข้อมูลภาคสนามในพื้นที่จริงจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 25 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน

1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แบบสัมภาษณ์ (in-depth interview)

2) จัดสนทนากลุ่ม (Focus group)

1.1.3 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)



ภาพที่ 3.1 ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากสนทนากลุ่มและเวทีชาวบ้าน (PAR) โดยการใช้ประชุมกลุ่มเฉพาะ (focus group discussion) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : ภูมิศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2. ผู้วิจัยวิเคราะห์และสังเคราะห์และสรุปข้อมูลทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : ภูมิศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี



ภาพที่ 3.2 จัดสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อหาข้อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับแนวแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2. ผู้วิจัยจัดประชุมสัมมนาระดมความคิดเห็นของสมาชิกชุมชนแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรีทั้งในภาครัฐและเอกชน โดยนำเสนอผลสรุปจากการวิเคราะห์ SWOT ให้แก่ที่ประชุม และร่วมกันระดมความคิดเห็น เพื่อร่วมกันหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
3. สรุปผล และจัดทำรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์



ภาพที่ 3.3 ช่องทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านวังขรณ์

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเข้าพื้นที่และทำความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ผู้นำชุมชน และสมาชิกภายในชุมชน ตั้งแต่ช่วงเดือน มกราคม 2562 โดยผู้นำชุมชน และสมาชิกภายในชุมชนและผู้ที่มีความสนใจ ในการนำเสนอข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านกิจกรรมการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสัมภาษณ์เชิงลึก

บริบทของสภาพปัจจุบันของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรีจัดเป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดสิงห์บุรี โดยมีนายสมศักดิ์ พวงเอี่ยมเป็นใหญ่บ้าน ได้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกถึงการเข้าสู่การเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเนื่องจากนโยบายของภาครัฐบาลมีโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้นกับคนในชุมชน จากการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการกระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและมีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันกับแผนการพัฒนากองการท่องเที่ยว (กระแสมืองหลัก เมืองรอง ชุมชน) ที่มีวัตถุประสงค์ของภาครัฐบาล ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง
2. เพื่อเชื่อมโยงแผนการพัฒนากองการท่องเที่ยว (กระแสมืองหลัก เมืองรอง ชุมชน) ให้มีความโดดเด่นภายใต้อัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว
3. เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในหมู่บ้าน OTOP
4. เพื่อการท่องเที่ยว ให้มีขีดความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และสามารถนำมาต่อยอดในการจัดการหมู่บ้านได้อย่างเหมาะสม
5. เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพสินค้า OTOP เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน
6. โดยกำหนดกิจกรรมหลักในการดำเนิน 6 กิจกรรม คือ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวแต่ละท้องถิ่น การส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว การประเมินผล และติดตามขยายผลและยังสอดคล้องกับนโยบายของทางจังหวัดสิงห์บุรีที่ได้ทำการอนุมัติโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่มีวัตถุประสงค์ของจังหวัดสิงห์บุรี ดังนี้

1. เพื่อประชาสัมพันธ์และจัดทำสื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวช่องทางสื่อออนไลน์

2. เพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ระดับจังหวัด

3. เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 24 หมู่บ้าน ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

4. เพื่อเป็นแหล่งจัดเก็บ รวบรวมข้อมูล ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จังหวัดสิงห์บุรี ผู้ใหญ่ สมศักดิ์ พ่วงเอี่ยม ได้กล่าวว่าบ้านวังขจร หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอ

บางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ได้รับเลือกเป็นหมู่บ้านที่มีการจัดเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี จึงเข้าเป็นส่วนหนึ่งของโครงการโดยการนำเสนอในรูปแบบของการนำนักท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดใกล้เคียงมาเที่ยวตลาดจ็อกแจ็ก ซึ่งเป็นตลาดในชุมชนที่กำลังพัฒนาต่อเติมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อของจังหวัดสิงห์บุรีแห่งใหม่ เนื่องจากชุมชนวังขจร ตั้งอยู่ในตำบลโพชนไก่ เป็นตำบลที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอบางระจันเป็นที่ราบลุ่ม มีแหล่งน้ำเหมาะแก่การทำนาตลอดปี เป็นชุมชนที่มีตลาดหลายแห่งและมีผู้คนเยอะแยะมาก แต่สิ่งที่ขึ้นชื่อและคนนิยมไปกันคือตลาดจ็อกแจ็ก สาเหตุที่เรียกว่าตลาดจ็อกแจ็ก เพราะมีผู้คนมาจับจ่ายใช้สอยเป็นจำนวนมาก เพราะมีสินค้าที่ครบทุกอย่าง ทั้งของพื้นบ้านและพื้นเมือง มาที่นี้จึงไม่ผิดหวังเลย และราคาเป็นกันเอง ใครมาแล้วจะต้องมาอีกอย่างแน่นอนจึงเป็นที่มาของ ตลาดจ็อกแจ็ก โดยมีลักษณะของการจัดให้มีซุ้มอาหารพื้นบ้านหลากหลาย เน้นทำอาหารวัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติในพื้นที่ เป็นอาหารเฉพาะถิ่น เช่น น้ำพริกกะปิ ขนมไทย มะพร้าวแก้ว และอื่นๆ อีกมากมาย ที่นักท่องเที่ยวควรมาลองชิม เช่น ปูนาทอด (ปูนาที่นี้ เป็นปูนาที่เพาะเลี้ยงเอง) และมีผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นในกลุ่ม ที่ขายดีเป็นอันดับหนึ่ง เรียกว่าต้องสั่งจองกันข้ามปีเลยทีเดียว นั่นคือไม้ขยันทัน (ไม้กวาด) นั่นเอง ใช้ดี ใช้ทน ใช้จนหลานโตกันเลยทีเดียว อย่าลืมนอุดหนุนไม้กวาดแสนขยัน ไม้กวาดทางมะพร้าว ที่อยากบอกว่าใครซื้อไปขยันทุกคน สมาชิกชุมชนก็นำสินค้าที่ผลิตเองภายในครัวเรือนมาวางขายที่ตลาดแต่สมาชิกชุมชนยังคงต้องการให้มีการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนเพื่อให้มีความเป็นมาตรฐานและเพื่อให้เกิดการจดจำของผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน โดยสรุปประเด็นปัญหาของชุมชนและปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

1. ชุมชนขาดตราสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
2. พื้นที่ในของบ้านวังขจร หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ยังไม่มีจุดสนใจในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมมากนัก
3. ชุมชนยังขาดการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน
4. ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่ได้มาตรฐาน
5. สมาชิกภายในชุมชนต้องการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายนอกชุมชนเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และต้องการให้บุคคลภายนอกรู้จัก บ้านวังขจร หมู่ 11 เพิ่มมากขึ้น
6. ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีหลากหลายแต่ยังขาดความสม่ำเสมอในการผลิต



ภาพที่ 4.1 ลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกประเด็นปัญหา

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์การมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

นอกจากนี้ในการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี สมาชิกภายในชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยมีแกนนำที่ให้ความสำคัญกับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกภายในชุมชนคือผู้ใหญ่บ้าน สมศักดิ์ พ่วงเอี่ยม จากการมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดสร้างตลาดจ็อกแจ็ก ซึ่งสถานที่ในการจัดตั้งกลุ่มและสิ่งก่อสร้างได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐเพื่อก่อให้เกิดการรวมกลุ่มทำงานสร้างอาชีพและการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนบ้านวังขรณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มพบว่า



ภาพที่ 4.2 ระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จุดแข็ง

1. บ้านวังขรณ์มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ใฝ่รู้และมีความพยายามในการพัฒนาชุมชนของตนเอง ให้มีความทันสมัยและเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกับหมู่บ้านอื่นๆ
2. สมาชิกภายในชุมชนบ้านวังขรณ์ มีความรักสามัคคีกัน ร่วมแรง ร่วมใจในการพัฒนาอาชีพ พัฒนาหมู่บ้าน
3. กลุ่มสมาชิกมีความพยายามในการเสาะแสวงหาแหล่งขายจากภายนอกเพื่อก่อให้เกิด รายได้ภายในกลุ่มร่วมกัน
4. ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางตัวได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค เช่น ปลาตุ๋นย่าง น้ำพริกกะปิ ปูนาทอด ไม้กวาดทางมะพร้าว ข้าวสาร น้ำสมุนไพรมะดัน เป็นต้น

จุดอ่อน

1. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเพียงลูกค้าภายในชุมชน ยังไม่แพร่หลายสำหรับ บุคคลภายนอก
2. ผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนยังขาดความสม่ำเสมอในการผลิต เช่น ไม้กวาด ข้าวสาร เป็นต้น
3. บรรจุภัณฑ์ยังขาดมาตรฐาน และตราของผลิตภัณฑ์ชุมชน
4. ยังขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนและผลิตภัณฑ์ยังไม่มี ความแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ของผู้ค้ารายอื่นที่มีอยู่ภายในท้องตลาด

โอกาส

1. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐภายในจังหวัดสิงห์บุรี
2. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยส่วนใหญ่มีอยู่ภายในชุมชน
3. เกิดความหลากหลายในการกระจายอาชีพของคนภายในชุมชน

อุปสรรค

1. กระแสของโครงการ OTOP นวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามสมัยนิยมของ ผู้บริโภค
2. ข้อจำกัดในด้านของพื้นที่ในการท่องเที่ยวของบ้านวังขรณ์ ยังไม่ใช่พื้นที่หลักในการ ท่องเที่ยวทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี (สำหรับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน) ผู้วิจัยได้ลำดับ การนำเสนอ ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) มีผลการวิเคราะห์ ดังตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=25)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	9	36.00
หญิง	16	64.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	4	16.00
30-40 ปี	11	44.00
41-50 ปี	7	28.00
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	3	12.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	5	20.00
สมรส	12	48.00
อื่นๆ (หม้าย, หย่าร้าง)	8	32.00
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	3	12.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	8.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	4	16.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	8	32.00
ปริญญาตรี	6	24.00
สูงกว่าปริญญาตรี	2	8.00

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=25)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
พนักงานบริษัท/โรงงาน	2	8.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4	16.00
ธุรกิจส่วนตัว	3	12.00
ทำไร่/ทำสวน	6	24.00
อื่น ๆ (แม่บ้าน)	10	40.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 20,000 บาท	8	32.00
20,000-30,000 บาท	12	48.00
30,001-40,000 บาท	5	20.00
40,001-50,000 บาท	-	-
มากกว่า 50,000 บาท	-	-

จากตารางที่ 1 พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.00 อายุระหว่าง 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.00 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 48.00 การศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 32.00 ประกอบอาชีพอื่น ๆ (แม่บ้าน) คิดเป็นร้อยละ 40.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.00

ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ตารางที่ 2 การมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

การมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1. ท่านได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.48	0.58	มาก
2. ท่านได้รับประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.08	0.70	มาก
3. ท่านได้มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมประชุมเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.12	0.72	มาก
4. ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.20	0.64	มาก
5. ท่านได้มีส่วนร่วมในการลงมติให้มีการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการเพิ่มมูลค่า	4.56	0.50	มากที่สุด
ภาพรวม	4.28	0.38	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.28$, S.D. = 0.38) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านได้มีส่วนร่วมในการลงมติให้มีการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการเพิ่มมูลค่า ($\bar{X}=4.56$, S.D. = 0.50) รองลงมาท่านได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X}=4.48$, S.D. = 0.58) และท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X}=4.20$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านได้รับประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X}=4.08$, S.D. = 0.70)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน

ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1.การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	4.72	0.45	มากที่สุด
2.การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา	4.80	0.40	มากที่สุด
3.การออกแบบน่าสนใจสามารถดึงดูดใจ	4.24	0.83	มาก
4.การออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน	4.16	0.74	มาก
5.การออกแบบสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์	4.24	0.83	มาก
6.การออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน	4.76	0.43	มากที่สุด
ภาพรวม	4.48	0.28	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.28) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.40) รองลงมาการออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.43) และการบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.74)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี (สำหรับนักท่องเที่ยว) ผู้วิจัยได้ลำดับการนำเสนอ ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) มีผลการวิเคราะห์ ดังตาราง

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=40)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	25	62.50
หญิง	15	37.50
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	7	17.50
30-40 ปี	12	30.00
41-50 ปี	17	42.50
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	4	10.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	11	27.50
สมรส	22	55.00
อื่นๆ (หม้าย, หย่าร้าง)	7	17.50
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	3	7.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	3	7.50

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=40)	ร้อยละ
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	8	20.00
ปริญญาตรี	15	37.50
สูงกว่าปริญญาตรี	9	22.50
5. อาชีพ		
พนักงานบริษัท/โรงงาน	7	17.50
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	35.00
ธุรกิจส่วนตัว	5	12.50
ทำไร่/ทำสวน	10	25.00
อื่น ๆ (เช่น แม่บ้าน,นักเรียน,นักศึกษา)	4	10.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 20,000 บาท	4	10.00
20,000-30,000 บาท	10	25.00
30,001-40,000 บาท	16	40.00
40,001-50,000 บาท	7	17.50
มากกว่า 50,000 บาท	3	7.50

จากตารางที่ 4 พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังฆรณ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.50 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.50 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 55.00 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.50 ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตรา
ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตารางที่ 5 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตรา
ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	การแปลความ
1.การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	4.52	0.64	มากที่สุด
2.การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่น สะดุดตา	4.12	0.68	มาก
3.การออกแบบน่าสนใจสามารถดึงดูดใจ	4.15	0.73	มาก
4.การออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ภายในชุมชนได้อย่างเหมาะสม	4.27	0.64	มาก
5.การออกแบบสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.55	0.59	มากที่สุด
6.การออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน	4.33	0.65	มาก
ภาพรวม	4.32	0.34	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$, S.D. = 0.48) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.59) รองลงมาการบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.64) และการออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.68)



ภาพที่ 4.3 ตราผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา

ขั้นที่ 3 หาข้อเสนอแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

จากการวิเคราะห์เพื่อหาข้อเสนอแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นการชี้ให้เห็นการวิเคราะห์องค์ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถเปรียบเทียบและมองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ทำขายตามท้องตลาด ฉะนั้นจุดสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน คือต้องมีความแตกต่างและสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะพื้นที่แล้วนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สรุปโดยภาพรวมได้ประเด็นดังนี้

1. ศักยภาพภายในชุมชนที่สามารถเชื่อมต่อและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานในระดับท้องถิ่น เช่น พัฒนาชุมชน ตลอดจนสามารถสร้างเครือข่ายทางการตลาดตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับจังหวัด ห้างสรรพสินค้าภายในท้องถิ่น เนื่องจากในปัจจุบันมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือชุมชน สนับสนุนให้เป็นชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดสิงห์บุรี เป็นต้น ชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ได้รับคัดเลือกให้ดำเนินโครงการสัมมนาชี้แจงต่างๆ เพื่อการมุ่งเน้นการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้แก่ชุมชน เช่น โครงการไม้กวาดบ้านวังขรณ์ โครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ผ่านการฝึกปฏิบัติให้เกิดผลจริง ความสำเร็จในเบื้องต้นเกิดขึ้นจากความสามัคคีภายในชุมชนที่ต้องการให้คนภายในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และยังต้องการนำเสนออาหารและผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่นและยังพร้อมสำหรับการให้ความร่วมมือในการพัฒนาและเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสมาชิกภายในชุมชนมองเห็นความสำคัญของการร่วมกลุ่มแบบมีส่วนร่วม การนำผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนมาสร้างความเป็นอัตลักษณ์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นหรือความแตกต่างจากตลาดภายนอกและเพื่อให้เกิดการจดจำอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังขรณ์

2. สมาชิกภายในชุมชนมีแนวคิดในการมีส่วนร่วมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ไปในทิศทางเดียวกัน พบว่า สมาชิกภายในชุมชนบ้านวังขรณ์ ส่วนใหญ่มีอาชีพทำไร่ ทำนา ยังไม่ได้มีอาชีพอื่นที่ชัดเจน ที่ผ่านมามีได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐบาล เช่น ธนาคารเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานพัฒนาชุมชน การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) เป็นต้น โดยเข้ามาส่งเสริมให้สมาชิกประกอบอาชีพ การเลี้ยงปลาตุก การเลี้ยงปูนา การทำปุ๋ย การทำไม้กวาด การแปรรูปน้ำสมุนไพร เป็นต้น แต่ในการสนับสนุนดังกล่าวสมาชิกภายในชุมชนก็ยังไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากยังขาดการเพิ่มมูลในตัวของผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบภายในชุมชน จากการรวบรวมข้อมูลทำให้พบว่าภายในชุมชนมีวัตถุดิบประเภทของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น กล้วย ดอกกระเจียว ใบเตย มะพร้าว ข้าว ทางกลุ่มและผู้วิจัยได้มีการรวบรวมความคิดเห็นที่จะเพิ่มมูลค่าจากผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในท้องถิ่นเนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสมาชิกภายในชุมชนเพียงแค่เก็บมาขายให้กับสมาชิกภายในชุมชนทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอ และผู้วิจัยได้พบว่าสมาชิกภายในชุมชนได้พูดถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังขรณ์ในเรื่องการมีฝีมือในการทำอาหารพื้นถิ่น รสชาติของอาหารเป็นที่ถูกใจของคนที่อยู่ภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงเวลาที่มีการจัดงานต่างๆ จึงทำให้สะท้อนถึงความแตกต่างด้านทักษะในการทำอาหารและผู้วิจัยต้องการผนวกความเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาเพื่อให้เกิดการพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการยอมรับและให้มีความเป็นมาตรฐานเพื่อจำหน่ายภายนอกชุมชนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของการจัดทำแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่ทางภาครัฐบาลสนับสนุนให้ชุมชนนำสินค้าทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และการร่วมมือกันในทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมชุมชนที่ผ่านการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าของชุมชนและสามารถนำไปออกงานในระดับจังหวัดได้ ได้แก่ น้ำสมุนไพร ปลาตากแห้งสมุนไพร กล้วยแปรรูป น้ำพริกกะปิ ปูนาทอดสมุนไพร และข้าวบรรจุถุง เป็นต้น

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ในการมีส่วนร่วมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐบาลในเรื่องของการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี และเพื่อช่วยให้ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองและกลุ่มอันเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน ผู้วิจัยได้สรุป อภิปรายผล และเสนอข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย
2. วิธีการดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อหาข้อเสนอแนะทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
 - 1.1 ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชนบ้านวังขรณ์ เพื่อทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และตัวแปรที่ต้องการศึกษา รวมทั้งสร้างแบบสัมภาษณ์โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
 - 1.2 ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ การเก็บข้อมูลภาคสนามในพื้นที่จริงจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 25 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 40 คน

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แบบสัมภาษณ์ (in-depth interview)

2) จัดสนทนากลุ่ม (Focus group)

1.2.3 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากสนทนากลุ่มและเวทีชาวบ้าน PAR) โดยการใช้ประชุมกลุ่มเฉพาะ (focus group discussion) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

2.2 ผู้วิจัยวิเคราะห์และสังเคราะห์และสรุปข้อมูลทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

3. เพื่อหาข้อเสนอแนะแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

3.1 ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับแนวแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

3.2 ผู้วิจัยจัดประชุมสัมมนาระดมความคิดเห็นของสมาชิกชุมชนแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรีทั้งในภาครัฐและเอกชน โดยนำเสนอผลสรุปจากการวิเคราะห์ SWOT ให้แก่ที่ประชุม และร่วมกันระดมความคิดเห็น เพื่อร่วมกันหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

3.3 สรุปผล และจัดทำรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและอัตลักษณ์ของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ผู้วิจัยเข้าพื้นที่และทำความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ผู้นำชุมชน และสมาชิกภายในชุมชน ตั้งแต่ช่วงเดือน มกราคม 2562 โดยผู้นำชุมชน และสมาชิกภายในชุมชนและผู้ที่มีความสนใจ ในการนำเสนอข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านกิจกรรมการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสัมภาษณ์เชิงลึก

บริบทของสภาพปัจจุบันของชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรีจัดเป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดสิงห์บุรี โดยมีนายสมศักดิ์ พ่วงเอี่ยมเป็นผู้นำหมู่บ้าน ได้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกถึงการเข้าสู่การเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเนื่องจากนโยบายของภาครัฐบาลมีโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้นกับคนในชุมชน จากยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการกระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและมีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันกับแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว (กระแสมืองหลัก เมืองรอง ชุมชน) ที่มีวัตถุประสงค์ของภาครัฐบาล

โดยสรุปประเด็นปัญหาของชุมชนและปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

1. ชุมชนขาดตราสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
2. พื้นที่ในของบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ยังไม่มีจุดสนใจในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมมากนัก
3. ชุมชนยังขาดการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน
4. ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่ได้มาตรฐาน
5. สมาชิกภายในชุมชนต้องการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายนอกชุมชนเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และต้องการให้บุคคลภายนอกรู้จัก บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 เพิ่มมากขึ้น
6. ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีหลากหลายแต่ยังขาดความสม่ำเสมอในการผลิต

ตอนที่ 2 วิเคราะห์การมีส่วนร่วมในการจัดการตลาดของสมาชิกชุมชน บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

นอกจากนี้ในการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี สมาชิกภายในชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยมีแกนนำ ที่ให้ความสำคัญกับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกภายในชุมชนคือผู้ใหญ่บ้าน สมศักดิ์ พ่วงเอี่ยม จากการมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดสร้างตลาดจ็อกแจ็ก ซึ่งสถานที่ในการจัดตั้งกลุ่มและ สิ่งก่อสร้างได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐเพื่อก่อให้เกิดการรวมกลุ่มทำงานสร้างอาชีพและการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนบ้านวังขรณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

จุดแข็ง

1. บ้านวังขรณ์มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ใฝ่รู้และมีความพยายามในการพัฒนาชุมชนของตนเอง ให้มีความทันสมัยและเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกับหมู่บ้านอื่นๆ
2. สมาชิกภายในชุมชนบ้านวังขรณ์ มีความรักสามัคคีกัน ร่วมแรง ร่วมใจในการพัฒนาอาชีพ พัฒนาหมู่บ้าน
3. กลุ่มสมาชิกมีความพยายามในการเสาะแสวงหาแหล่งขายจากภายนอกเพื่อก่อให้เกิด รายได้ภายในกลุ่มร่วมกัน
4. ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางตัวได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค เช่น ปลาตุ๋นย่าง น้ำพริกกะปิ ปูนาทอด ไม้กวาดทางมะพร้าว ข้าวสาร น้ำสมุนไพโร เป็นต้น

จุดอ่อน

1. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเพียงลูกค้ำภายในชุมชน ยังไม่แพร่หลายสำหรับ บุคคลภายนอก
2. ผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนยังขาดความสม่ำเสมอในการผลิต เช่น ไม้กวาด ข้าวสาร เป็นต้น
3. บรรจุภัณฑ์ยังขาดมาตรฐาน และตราของผลิตภัณฑ์ชุมชน
4. ยังขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนและผลิตภัณฑ์ยังไม่มีแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ของผู้ค้ารายอื่นที่มีอยู่ภายในท้องตลาด

โอกาส

1. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐภายในจังหวัดสิงห์บุรี
2. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยส่วนใหญ่มีอยู่ภายในชุมชน
3. เกิดความหลากหลายในการกระจายอาชีพของคนภายในชุมชน

อุปสรรค

1. กระแสของโครงการ OTOP นวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามสมัยนิยมของ ผู้บริโภค
2. ข้อจำกัดในด้านของพื้นที่ในการท่องเที่ยวของบ้านวังขรณ์ ยังไม่ใช้พื้นที่หลักในการ ท่องเที่ยวทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนัก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับสมาชิกชุมชนในด้านของการมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านได้มีส่วนร่วมในการลงมติให้มีการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการเพิ่มมูลค่า รองลงมาท่านได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ชุมชน และท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านได้รับประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ชุมชน และในส่วนของความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา รองลงมาการออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน และการบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การออกแบบสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน รองลงมาการบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของ และ การออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน ตามลำดับ ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

การวิเคราะห์องค์ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถเปรียบเทียบและมองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ทำขายตามท้องตลาด ฉะนั้นจุดสำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนคือต้องมีความแตกต่างและสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะพื้นที่แล้วนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจตรงตามความต้องการของผู้บริโภคศักยภาพภายในชุมชนที่สามารถเชื่อมต่อและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานในระดับท้องถิ่น ตลอดจนสามารถสร้างเครือข่ายทางการตลาดตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับจังหวัด ห้างสรรพสินค้าภายในท้องถิ่น สมาชิกภายในชุมชนมีแนวคิดในการมีส่วนร่วมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ไปในทิศทางเดียวกัน แต่ในการสนับสนุนดังกล่าวสมาชิกภายในชุมชนก็ยังไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากยังขาดการเพิ่มมูลค่าในตัวของผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบภายในชุมชน และผู้วิจัยได้พบว่าสมาชิกภายในชุมชนได้พูดถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านวังขรณ์ในเรื่องการมีฝีมือในการทำอาหารพื้นถิ่น รสชาติของอาหารเป็นที่ถูกใจของคนที่อยู่ภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงเวลาที่มีการจัดงานต่างๆ จึงทำให้สะท้อนถึงความแตกต่างด้านทักษะในการทำอาหารและผู้วิจัยต้องการผนวกความเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาเพื่อให้เกิดการพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการยอมรับและให้มีความเป็นมาตรฐานเพื่อจำหน่ายภายนอกชุมชนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของการจัดทำแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่ทางภาครัฐบาลสนับสนุนให้ชุมชนนำสินค้าทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และการร่วมมือกันในทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมชุมชนที่

ผ่านการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าของชุมชนและสามารถนำไปออกงานในระดับจังหวัดได้ ได้แก่ น้ำสมุนไพร ปลาตากแห้งสมุนไพร กลัวยแปรรูป น้ำพริกกะปิ ปูนาทอดสมุนไพร และข้าวบรรจุถุง เป็นต้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังชมภู หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า หมู่บ้านวังชมภูมีการรวมตัวกันของคนภายในชุมชนเพื่อทำการผลิตสินค้าประจำชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีประจำชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังขาดความเป็นอัตลักษณ์ประจำพื้นที่ การออกแบบยังไม่เป็นที่น่าสนใจขาดความสม่ำเสมอในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ ปัญญาชน รัตนพรพรรัตน์ (2557) ที่กล่าวว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบง่ายๆ จะทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ และไม่เป็นที่ยอมรับในสายตาของผู้บริโภค หากว่าความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าควรสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแบบมีส่วนร่วมจากสมาชิกในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกๆ ขั้นตอน

บ้านวังชมภู กลุ่มสมาชิกมีความพึงพอใจมากที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาและวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิพร ต่ายคำ และคณะ (2557) ที่กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนฯ ได้เกิดจากการระดมสมองของคนภายในชุมชนและผ่านการรับรองรูปแบบจากคนภายในชุมชน และการประเมินผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าเพิ่มผู้ประกอบการมีความพึงพอใจที่วิสาหกิจชุมชนสามารถนำทรัพยากรภายในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาผสมผสานให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบทุกด้าน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้นำเอาวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์หรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อไป ในส่วนของผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากต่อการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติมา เสือทอง และคณะ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี และเพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้มีความพึงพอใจมากต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับและทำให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ของตราสัญลักษณ์ประจำผลิตภัณฑ์ ว่าควรทำการพัฒนาตราสัญลักษณ์ประจำผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วย และในด้านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลภายนอกชุมชนนั้นสมาชิกชุมชนมีความเห็นตรงกันจากการสัมภาษณ์ถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกรูปแบบให้มีจำนวนช่องทางที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรัตนลวดิ โปสุวรรณ และวิศาล บุญประกอบ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มีดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยวิธี E-Commerce : ชุมชนล้านใหม่ พบว่าการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้อยู่ในความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ให้ตรงต่ออัตลักษณ์ของชุมชนยังต้องเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อการขยายตลาดในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

1. การต่อยอดแนวคิดเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ควรมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตเพิ่มเติมมากกว่าเน้นเฉพาะการพัฒนา รูปแบบและบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว ควรมีการเพิ่มทักษะของการสร้างนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อการเตรียมความพร้อมต่อการพัฒนาตลาดในอนาคต
2. เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบ OTOP นวัตวิถี ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนไทยและยังเป็นโครงการที่มาในระยะเวลานี้สั้น ๆ ควรที่จะต่อยอดและดำเนินการโครงการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในระยะยาว

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). **คู่มือการขับเคลื่อนการดำเนินงาน โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย: กรุงเทพฯ
- ณัฐกานต์ พงษ์สรนันท์ จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และฐานากาญจน์ วงศ์วิเศษศิลป์. (2560). **แนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว**. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่.
- จิตติมา เสือทอง มัทนา โมรากุล และวรฤทัย หาญโชติพันธ์. (2555). **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเชียงวชิ จังหวัดนนทบุรี**. มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา.
- ปิ่นณัฏช รัตนพรชรรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี. (2557). **การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี**. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ประชัย ศรีจามร. (2549). **การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการปลูกป่าภาครัฐ กรณีศึกษาตำบลป่าอ้อดอนชัย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา พัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รัตน์ลวดี โปสุวรรณ และวิศาล บุญประกอบ. (2553). **การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มีดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายด้วยวิธี E-commerce : ชุมชนบ้านใหม่**. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- สุธี วรประดิษฐ์. (2553). **การมีส่วนร่วมของชุมชนงานสารสนเทศสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอก ระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดตราด**. **ตราด: สำนักงานการศึกษานอกระบบและ การศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดตราด**.
- ศศิพร ต่ายคำ. (2557). **การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนศึกษา,ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). **Participation place in rural development: Seeking clarity through specificity, world development**. New York: Cornell University.
- Delbecq, A. L., & Andrew, H. V. (1971). **A group process model for problem identification and program planning**. *Applied Behavioral Sciences*, 7(10), 466-492. Dunham
- Reeder, W. (1974). **Some aspect of the informal social participation of families**. New York: Methuen.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
สำหรับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

คำชี้แจง

การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำ การตอบแบบสอบถามของท่านไปวิเคราะห์เป็นภาพรวม ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความ เป็นจริงที่สุด และขอให้ตอบทุกข้อคำถาม เพราะข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการมีส่วนร่วม ของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ดังนี้

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งในความร่วมมือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (สมาชิกกลุ่มชุมชน)

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนของ
ชุมชน

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตรา
ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับข้อมูลจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี

41-50 ปี

30-40 ปี

มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า |
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |

5. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท/โรงงาน | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> ทำไร่/ทำสวน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 40,001 - 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,000 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000 บาท | |

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

- | | | |
|---|---------------|------------------------------|
| 5 | คะแนน หมายถึง | ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด |
| 4 | คะแนน หมายถึง | ระดับการมีส่วนร่วมมาก |
| 3 | คะแนน หมายถึง | ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง |
| 2 | คะแนน หมายถึง | ระดับการมีส่วนร่วมน้อย |
| 1 | คะแนน หมายถึง | ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด |

การมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการ ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังซอรัญ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ชุมชน					
2. ท่านได้รับประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าตราผลิตภัณฑ์ชุมชน					
3. ท่านได้มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมประชุมเกี่ยวกับการพัฒนา ปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ชุมชน					
4. ท่านได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับตรา ผลิตภัณฑ์ชุมชน					
5. ท่านได้มีส่วนร่วมในการลงมติให้มีการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการเพิ่มมูลค่า					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน

ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน					
2. การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา					
3. การออกแบบน่าสนใจสามารถดึงดูดผู้บริโภค					
4. การออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน					
5. การออกแบบสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์					
6. การออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านได้ให้ความกรุณาเวลาและให้ความร่วมมือในการ
ตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี :
กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

คำชี้แจง

การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามใดๆทั้งสิ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำการตอบแบบสอบถามของท่านไปวิเคราะห์เป็นภาพรวม ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงที่สุด และขอให้ตอบทุกข้อคำถาม เพราะข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ 11 ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ดังนี้

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งในความร่วมมือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยว)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบ
ตราผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับข้อมูลจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 30 ปี

41-50 ปี

30-40 ปี

มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา

อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

มัธยมศึกษาตอนต้น

ปริญญาตรี

มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- พนักงานบริษัท/โรงงาน
 ธุรกิจส่วนตัว
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 ทำไร่/ทำสวน

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 20,000 บาท
 20,000 - 30,000 บาท
 30,001 - 40,000 บาท

- 40,001 - 50,000 บาท
 มากกว่า 50,000 บาท

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเพียงช่องเดียว

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด
 4 คะแนน หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมาก
 3 คะแนน หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง
 2 คะแนน หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อย
 1 คะแนน หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

ความพึงพอใจของสมาชิกในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ชุมชน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน					
2. การออกแบบสวยงามเหมาะสมมีความโดดเด่นสะดุดตา					
3. การออกแบบน่าสนใจสามารถดึงดูดใจ					
4. การออกแบบสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชนได้อย่างเหมาะสม					
5. การออกแบบสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน					
6. การออกแบบช่วยในการจดจำชุมชน					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านได้ให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้

ภาคผนวก ข
เอกสาร



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ที่ วันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๒

เรื่อง อนุญาตออกจดหมายราชการขอใช้สถานที่

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

ดิฉัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ สมหวัง และ ดร.สุกัญญา พยุงสิน ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาบ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี” และเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี” จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒

คณะผู้วิจัยมีความประสงค์จัดสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) กับตัวแทนชุมชนท้องถิ่นและผู้นำชุมชน โดยใช้สถานที่ คือ ที่ว่าการผู้ใหญ่บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ในวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๒ เวลา ๘:๓๐- ๑๖: ๓๐ น.

ทั้งนี้ ผู้ใหญ่บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรีให้การสนับสนุนประสานงาน และความร่วมมืออย่างดีมาก และต้องการหนังสือราชการขอใช้สถานที่ซึ่งออกโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุญาต

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ สมหวัง)

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ

(ดร. สุกัญญา พยุงสิน)

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ที่ วันที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

เรื่อง อนุญาตรายงานการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

เนื่องด้วยดิฉัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ สมหวัง และ ดร.สุกัญญา พยุงสิน ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาบ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี” และเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี” จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒

คณะผู้วิจัยได้จัดสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) กับตัวแทนชุมชนท้องถิ่นและผู้นำชุมชน โดยใช้สถานที่ คือ ที่ว่าการผู้ใหญ่บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ในวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๒ เวลา ๘:๓๐- ๑๖: ๓๐ น.

คณะผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนและให้ความร่วมมืออย่างดีมากจากผู้นำชุมชนและชาวบ้าน ณ บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ สมหวัง)

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ

(ดร. สุกัญญา พยุงสิน)

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ

ขอรับรองว่าคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่

เก็บข้อมูลการวิจัยจริง

.....

()



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ที่ วันที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

เรื่อง อนุญาตรายงานการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

เนื่องด้วยดิฉัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ สมหวัง และ ดร.สุกัญญา พยุงสิน ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาบ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี” และเรื่อง “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษา บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี” จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒

คณะผู้วิจัยได้จัดสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) กับตัวแทนชุมชนท้องถิ่นและผู้นำชุมชน โดยใช้สถานที่ คือ ที่ว่าการผู้ใหญ่บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ในวันที่ ๒ มีนาคม ๒๕๖๒ เวลา ๘:๓๐- ๑๖: ๓๐ น.

คณะผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนและให้ความร่วมมืออย่างดีมากจากผู้นำชุมชนและชาวบ้าน ณ บ้านวังขรณ์ หมู่ ๑๑ ตำบลโพชนไก่ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราวรรณ สมหวัง)

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ

(ดร. สุกัญญา พยุงสิน)

อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ

ขอรับรองว่าคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่

เก็บข้อมูลการวิจัยจริง

(.....)

๒๕.๓.๒๕๖๒

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ-นามสกุล ดร.สุกัญญา พงษ์สิน

อีเมล dr.sukunya@hotmail.com

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน 3 3099 00135 16 6

ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ถนน.นารายณ์มหาราช

ตำบล.ทะเลชุบศร 15000

ตำแหน่งงาน อาจารย์สาขาวิชาการตลาด

ข้อมูลประวัติการศึกษา

- ระดับปริญญาเอก สาขาวิชา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ (บธ.ด)
ปีการศึกษา 2553 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
Doctor of Business Administration (Marketing)
- ระดับปริญญาโท สาขาวิชา M.B.A (การตลาด) คณะบริหารธุรกิจ (บธ.ม.)
ปีการศึกษา 2543 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Master of Business Administration Program (M.B.A.)
- ระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การบัญชี คณะบริหารธุรกิจ (บช.บ)
ปีการศึกษา 2541 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
Bachelor of Accountancy : B.Acc.
- ระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ (ศษ.บ.)
ปีการศึกษา 2550 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Bachelor of Education : B.Ed.
- ระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ (บธ.บ)
ปีการศึกษา 2555 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
Bachelor of Business Administration : B.B.A.

ผลงานวิชาการ

- งานวิจัยดุษฎีบัณฑิต เรื่อง “กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย”
- งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง” สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.)
- งานวิจัยเรื่อง “การใช้เกมมัลติมีเดียประกอบการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาการจดจำ คำศัพท์ทางการตลาดของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี”
- งานวิจัยเรื่อง “สภาพการเรียนการสอนของสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี”

- งานวิจัย “ความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนวิชาการบริหารการตลาดของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ ปี 2554”
- งานวิจัย “ผลการจัดการเรียนรู้รายวิชาการตลาดระหว่างประเทศ นักศึกษาใหม่เรียน 551729201 สาขาวิชาการตลาด เรื่องการเขียนแผนการตลาดด้วยวิธีการเรียนแบบร่วมมือปี2556”
- การพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย (ผักและไม้ผล) แบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัด ลพบุรี ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานงบประมาณ ปีงบประมาณ 2559 (หัวหน้าชุดโครงการ)

บทความวิชาการ

- กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย
- การศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง” สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) วารสาร วิทยาลัยพาณิชย์ศาสตร์บริหารธุรกิจ : ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2554
- การศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักหวานแปรรูปของผู้บริโภค ตำบลสร้างโคก อำเภอบ้านหม้อ จังหวัดสระบุรี : การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย/สร้างสรรค์ระดับปริญญาตรี ระดับชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี 2558
- กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ตำบลนายาว อำเภอ พระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี : การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ระดับชาติ ครั้งที่ 5
- ผลการจัดการเรียนรู้รายวิชาการตลาดระหว่างประเทศ นักศึกษาใหม่เรียน 551729201 สาขาวิชาการตลาด เรื่องการเขียนแผนการตลาดด้วยวิธีการเรียนแบบร่วมมือ : การประชุม วิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่น และชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เครื่องจักสาน ตำบลบางปลาม้า อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี : การประชุมวิชาการ ระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชน อย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- คุณภาพการบริการการจัดเก็บรายได้ตามทัศนะของประชาชนขององค์การบริหารส่วน ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี : การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราช ภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี : การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจเสริมสวยของลูกค้าในเขตเทศบาลตำบลเขาพระงาม

- อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี : การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- Service Quality of the Quartermaster Department in the Royal Thai Air Force Wing 2 (Lop Buri) perceived by Wing 2 officers.
- การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มจักสานตะกร้าหวาย ต.บางฟุ้ง อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 4 วันที่ 20 – 21 ธันวาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี