

รูปแบบการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

ในอำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท

A MODEL FOR UPGRADING COMMUNITY PRODUCTS TOWARDS COMMUNITY PRODUCT STANDARDS (CPS) IN NOENKHAM DISTRICT, CHAINAT PROVINCE

¹รัศมี อิสลาม, ²กนกพรรณ วิบูลยสาริน, ³พิศาล แก้วอยู่, ⁴ธีรโชติ สัตตาคม,

⁵อรุณรัตน์ คล้ายพงษ์, ⁶ภควัต รัตนราช, ⁷ภัทรมน กล้าอาษา และ ⁸ปุณณภา เบญจเสวี

¹Rasmee Islam, ²Kanokpan Wiboolyasarin, ³Pisarn Kaewyu, ⁴Teerachod Sattakom,

⁵Arunrat Khaeypong, ⁶Phakawat Rattanakaj, ⁷Pattaramon Klaasa and ⁸Punnapa Benjaseewee

¹คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

¹Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University, Thailand

Received: 2025-09-17

¹Corresponding Author's Email: rasmee.i@chandra.ac.th

Revised: 2025-10-13

¹เบอร์โทร : 086-656-2436

Accepted: 2025-12-17

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท (2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และ (3) พัฒนารูปแบบการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐาน มผช. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผ้าทอและย้อมสีธรรมชาติ กลุ่มแปรรูปผ้า กลุ่มสมุนไพร และกลุ่มจักสาน รวมถึงผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เครื่องมือวิจัยได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ข้อมูลวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)

ผลการวิจัยพบว่า (1) การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการมีแรงจูงใจจากการใช้เวลาว่างเพื่อสร้างรายได้เสริมและการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ยังขาดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและเทคโนโลยีสนับสนุน และ (2) ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วยความมั่นคงของวัตถุดิบ การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา ตลอดจนการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ และ (3) กระบวนการพัฒนาโมเดลการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐาน มผช. ได้สังเคราะห์เป็นรูปแบบ “Noen Kham CPS-Upgrading Model” ที่ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนสำคัญ คือ (1) การตรวจสอบช่องโหว่ (Gap Audit) เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อนและความพร้อมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) ขั้นตอนการปฏิบัติตามมาตรฐาน (SOP) โดยจัดทำสูตรการผลิตและวิธีการที่เป็นระบบเพื่อยกระดับคุณภาพ (3) การยกระดับ

เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต (Tooling) ให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านสุขลักษณะและการควบคุมคุณภาพ (4) การพัฒนาด้านการตลาดและการบรรจุหีบห่อ (Market/Packaging) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายช่องทางจำหน่ายทั้งในตลาดออฟไลน์และออนไลน์ (5) การสะท้อนผลและถอดบทเรียนกระบวนการ (Reflection) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมและปรับปรุงแก้ไขในชุมชน และ (6) การทดลองรับรองและขยายผล (Mock Audit & Scale-out) โดยการเตรียมความพร้อมสู่การยื่นขอมาตรฐานและนำประสบการณ์ขยายไปยังกลุ่มอื่นในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนสามารถประเมินตนเอง วางแผนการยกระดับ และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่มาตรฐานได้อย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีคุณูปการทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยนำเสนอ “ต้นแบบกระบวนการ” ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชนไทยในอนาคต

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ชุมชน; มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.); การพัฒนาชุมชน

Abstract

This research aimed to (1) examine the current conditions, problems, and needs of community product development in Noen Kham District, Chai Nat Province, (2) analyze the factors contributing to the success of upgrading community products to the Community Product Standard (CPS), and (3) develop a model for upgrading community products toward CPS certification. The study employed a research and development (R&D) design, applying participatory research methods. The target groups included four community product enterprises: natural-dyed woven fabrics, textile upcycling, herbal products, and bamboo handicrafts, as well as community leaders and local development officers. Research instruments consisted of in-depth interviews, focus group discussions, and participant observation. Data were analyzed using content analysis and triangulation.

The research findings indicated that (1) the formation of entrepreneur groups was motivated by the use of leisure time to generate supplementary income and by the extension of local wisdom; however, there was a lack of knowledge in design and supporting technologies, and (2) the success factors included the stability of raw material supplies, the development of producers' capacities, support from government agencies and educational institutions, as well as modern marketing, particularly through online channels; and (3) In developing the model for upgrading community products to meet the Community Product Standard (CPS), the process has been synthesized into the "Noen Kham CPS-Upgrading Model," which consists of 6 key steps: (1) Gap Audit—assessing weaknesses and readiness of community product groups; (2) Standard Operating Procedure (SOP)—establishing systematic

production recipes and methods to enhance quality; (3) Tooling—upgrading production tools and equipment to meet standards aligned with hygienic and quality control requirements; (4) Market/Packaging—developing marketing strategies and packaging to add value as well as to expand both offline and online sales channels; (5) Reflection—conducting review and lessons-learned workshops to promote collective learning and enable improvements within the community; and (6) Mock Audit & Scale-out—preparing for certification submission and expanding the gained experience to other groups within the area.

This study contributes both academically and practically by presenting a prototype process model that can be adapted and applied to other communities, thereby promoting the long-term sustainability of Thai community products.

Keywords: Community Products; Community Product Standards (CPS); Community Development

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งไม่เพียงเป็นเครื่องมือสร้างรายได้ หากยังสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสังคมของท้องถิ่นด้วย การค้นหาอัตลักษณ์หรือสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงมีความสำคัญต่อการจำหน่ายในเชิงพาณิชย์มาก เพื่อต่อยอดไปสู่การสื่อสารอัตลักษณ์และนำไปสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จะสามารถสร้างรายได้ ก่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนทางเศรษฐกิจได้ (Chamnian, 2021) การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐานเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และยังสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ที่ยึดหลักการสำคัญคือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี นอกจากนี้ นโยบาย “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) ซึ่งริเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา ชี้ให้เห็นถึงความพยายามของรัฐในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเน้นการสร้างรายได้ควบคู่ไปกับการรักษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญา Trade Policy and Strategy Office (2024) อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวนมากยังไม่สามารถผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้ โดยรายงานของ (Trade Policy and Strategy Office, 2023) ระบุว่า ผู้ประกอบการชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ รวมทั้งการควบคุมคุณภาพสินค้า ซึ่งอาจทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถขยายตลาดและเข้าถึงตลาดที่มีมูลค่าสูงได้ เช่น โมเดิร์นเทรด ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างด้านคุณภาพ กระบวนการผลิต และการจัดการที่ยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน เช่น การขาดความรู้ด้านการ

จัดการ การออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาด ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญ ไม่เห็นประโยชน์ของเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และไม่ต้องการเพิ่มต้นทุนในการแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฉลาก Wanichcharoen, and Boonchavalit (2020) ปัญหาดังกล่าวจึงเป็นแรงผลักดันให้นักวิชาการและหน่วยงานรัฐเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนชุมชนให้สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืน

จังหวัดชัยนาทตั้งอยู่ทางภาคกลางตอนบนของประเทศไทย มีภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา เหมาะสมต่อการเกษตร โดยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนาและทำไร่ โดยอำเภอเนินขามเป็นอำเภอในจังหวัดชัยนาทที่มีวิถีชีวิตของประชาชนผูกพันกับเกษตรกรรม และมีการรวมกลุ่มในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างอาชีพเสริม เช่น การทอผ้า การจักสาน และการผลิตสมุนไพร แม้ว่าอำเภอเนินขามจะมีความเข้มแข็งในด้านการรวมกลุ่ม แต่ก็ยังพบข้อจำกัดหลายประการในการเข้าสู่การรับรอง มผช. เช่น การขาดต้นทุนในการปรับปรุงกระบวนการผลิต อุปกรณ์ เครื่องมือ หรือบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ผู้ประกอบการชุมชนบางราย โดยเฉพาะกลุ่มที่เพิ่งริเริ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐาน มผช. และขั้นตอนการยื่นขอรับรอง ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครัวเรือน ไม่มีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน รวมถึงยังขาดความรู้ทางเทคนิคหรือการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน มผช. ซึ่งสภาพปัญหาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ใช่เพียงเรื่องการสร้างรายได้ แต่ยังเป็นเรื่องของความสามารถในการพัฒนาให้ได้มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความยั่งยืนในระยะยาว ดังนั้นการศึกษารูปแบบการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐาน มผช. จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งในแง่การวิจัยเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติการ โดยกรณีศึกษาของอำเภอเนินขามจะเป็นตัวอย่างสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายของชุมชนไทยในยุคปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ในเชิงวิชาการ การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเชื่อมโยงกับแนวคิดหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development) ที่มุ่งให้คนในชุมชนมีบทบาทในการกำหนดปัญหาและแนวทางแก้ไขด้วยตนเอง Chambers (1997) หรือ ทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital Theory) ซึ่งเน้นความสำคัญของเครือข่าย ความไว้วางใจ และการแลกเปลี่ยนทรัพยากรภายในชุมชน Putnam (2000) นอกจากนี้ยังมี แนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment Theory) ที่เน้นการเพิ่มศักยภาพให้คนในชุมชนสามารถตัดสินใจและบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง Zimmerman (1995) ดังนั้น การศึกษารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เข้าสู่มาตรฐาน มผช. จึงมีความสำคัญทั้งในด้านวิชาการและเชิงปฏิบัติ เพราะจะช่วยสร้าง ต้นแบบกระบวนการ (Prototype Model) ที่สามารถนำไปขยายผลสู่ชุมชนอื่น ๆ ได้

โดยจากการทบทวนงานวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เน้นการพัฒนาในมิติใดมิติหนึ่ง เช่น การอบรม การตลาด หรือคุณภาพวัตถุดิบ แต่ยังขาดการบูรณาการเป็นโมเดลเชิงกระบวนการที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านวัตถุดิบ เทคโนโลยี การตลาด และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง “ต้นแบบกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐาน มผช.” ที่สามารถนำไปใช้จริงในอำเภอเนินขาม และต่อยอดสู่ชุมชนอื่น ๆ ได้ ซึ่งจะเป็น New Contribution ที่สำคัญต่อทั้งวงวิชาการและการพัฒนาชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท สู่การรับรองมาตรฐาน (มผช.)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้แนวทางการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี (Documentary Study)

โดยทำการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และ OTOP, การพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development), ทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital Theory) และ ทฤษฎีการเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment Theory) เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบเครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม (Field Study)

ลงพื้นที่อำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท เพื่อศึกษาบริบทจริงของชุมชน กลุ่มวิสาหกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมทั้งสิ้นประมาณ 30-40 คน เพื่อให้ครอบคลุมมุมมองที่หลากหลาย ประกอบด้วย

- ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผ้าทอและย้อมสีธรรมชาติ, กลุ่มแปรรูปเศษผ้า, กลุ่มจักสานไม้ไผ่, และกลุ่มสมุนไพร
- ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน
- เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนประจำอำเภอ
- ผู้เชี่ยวชาญด้านมาตรฐาน มผช. และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการใช้คำถามกึ่งโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ข้อมูลสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ มผช. และแนวทางการพัฒนารูปแบบการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ มผช. เพื่อนำไปเก็บข้อมูลเชิงลึก จากนั้นนำเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการท่องเที่ยวเพื่อพิจารณาข้อคำถามและปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสะท้อนความคิดเห็นของสมาชิกชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

3) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) ลงพื้นที่ติดตามการผลิตจริง บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิต คุณภาพวัตถุดิบ และสภาพแวดล้อมการทำงาน

ขั้นตอนที่ 5 การดำเนินการวิจัย (R&D Steps) แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1) ขั้นเตรียมการ (Pre-research Phase) ประสานงานกับชุมชน จัดตั้งทีมวิจัยชุมชน และกำหนดแนวทางร่วมกัน

2) ขั้นวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) สำรวจสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการของผู้ประกอบการ

3) ขั้นตอนออกแบบและวางแผน (Planning & Design) ออกแบบต้นแบบโมเดลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัด

4) ขั้นปฏิบัติการ (Action/Implementation) ทดลองกิจกรรมการพัฒนาโดยการจัดอบรมแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามหลักเกณฑ์ มผช.

6) ขั้นสังเกตและสะท้อนผล (Observation & Reflection) เก็บข้อมูลระหว่างการทำงาน จัดเวทีสะท้อนผล ถอดบทเรียน และปรับปรุงโมเดล

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์แบบสร้างข้อสรุป และการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท ผลการวิจัยพบว่า

1) ตำบลเนินขาม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเนินขาม 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผ้าพิมพ์จากวัสดุธรรมชาติ กลุ่มแปรรูปจากเศษผ้า และกลุ่มทอผ้า รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 6 ท่าน พบว่า แรงจูงใจในการจัดตั้งกลุ่มมีที่หลากหลาย แต่มีจุดร่วมสำคัญคือการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และการกลับมาภูมิลำเนาเนื่องจากว่างงาน การรวมตัวกันของคนในชุมชน และการได้รับแรงผลักดันจากนักพัฒนา ตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า “กลับมาอยู่บ้านเพราะว่างงาน เลยรวมกลุ่มกับเพื่อน ๆ ทำผ้าแทน” สะท้อนให้เห็นถึงการรวมกลุ่มเพื่อแสวงหาทางเลือกใหม่ทางอาชีพและรายได้

ในด้านทรัพยากรการผลิต พบว่าวัตถุดิบส่วนใหญ่มาจากชุมชนร้อยละ 70 ซึ่งช่วยลดต้นทุนและสะท้อนการพึ่งพาทรัพยากรในพื้นที่ ขณะเดียวกันแรงงานที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัวและสมาชิกกลุ่มเอง ทำให้การผลิตเป็นลักษณะครัวเรือน แม้จะสร้างความผูกพันและความร่วมมือ แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านกำลังการ

ผลิต เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งที่ว่า “งานส่วนมากทำกันเองในครอบครัว สมาชิกช่วยกันผลิต” สำหรับด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่ากลุ่มยังคงพึ่งการขายตรงตามงานอีเวนต์เป็นหลัก บางกลุ่มมีการขายผ่านตัวแทนบ้าง และเพิ่งเริ่มต้นเข้าสู่ตลาดออนไลน์ แม้ยังไม่เป็นระบบ แต่ก็สะท้อนความพยายามปรับตัวของชุมชนให้เข้ากับบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล ในด้านการควบคุมคุณภาพ กลุ่มผู้ประกอบการมีความพยายามรักษามาตรฐานโดยการคัดเลือกวัตถุดิบที่ดี การใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต การออกแบบลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการอ้างอิงแนวทางตามมาตรฐาน มผช. ตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า “เราเลือกวัตถุดิบที่ดี และใส่ใจทุกขั้นตอนการผลิต” ซึ่งสะท้อนความพยายามสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า กลุ่มยังเผชิญปัญหาและข้อจำกัดที่สำคัญ ได้แก่ ขาดความรู้ด้านการออกแบบและนวัตกรรม ยังไม่สามารถทำให้สีและลวดลายมีความสม่ำเสมอ โดยเฉพาะกลุ่มผ้าพิมพ์จากธรรมชาติ หรือ Eco Print ที่ยังต้องอาศัยการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญฝึกอบรมด้านเทคนิคและการควบคุมคุณภาพ ผลการทดสอบผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ผ่านเกณฑ์หลายครั้ง ทำให้เกิดความท้อใจ การขาดแคลนอุปกรณ์และเทคโนโลยีการผลิต ส่งผลให้กำลังการผลิตต่ำ อีกทั้งยังประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการบัญชีต้นทุน-กำไรไม่เป็นระบบ นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิต เช่น ฤดูฝนทำให้ไม่สามารถตากผ้าได้ หรือฤดูแล้งทำให้วัตถุดิบขาดแคลน ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า “ช่วงฝนตากผ้าไม่ได้ สีไม่ติดบ้าง บางทีหน้าแล้งวัตถุดิบก็ไม่มี”

สำหรับความต้องการในการสนับสนุน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความคาดหวังที่จะได้รับการอบรมด้านการออกแบบลายผ้าใหม่ ๆ การสนับสนุนอุปกรณ์และเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต การจัดสรรพื้นที่แสดงสินค้าอย่างเป็นระบบ การส่งเสริมตลาดออนไลน์ให้มีความต่อเนื่อง และการสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับสู่มาตรฐาน มผช. และ OTOP 5 ดาว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า “อยากได้การวิจัยมาช่วยยกระดับให้ถึง มผช. หรือ OTOP 5 ดาว” ซึ่งแสดงถึงความต้องการยกระดับทั้งเชิงกระบวนการและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม

2) ตำบลสุขเดือนห้า

จากการสัมภาษณ์ชุมชนสุขเดือนห้า ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ข้าวสาร ผ้าขาวม้า และตะกร้าจักสาน พบว่าแต่ละผลิตภัณฑ์มีความก้าวหน้าและข้อจำกัดแตกต่างกันไป ในส่วนของ **ข้าวสาร** ถือว่ามีความพร้อมมากที่สุด โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน ออย. แล้ว แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยและคุณภาพเบื้องต้น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดสำคัญในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทันสมัยและไม่ดึงดูดผู้บริโภค ตัวแทนกลุ่มกล่าวว่า “ข้าวเราคืออยู่แล้ว ปลอดภัย ได้ ออย. แต่ถุงยังไม่สวย ถ้ามีแพ็คเกจจิ้งสวย ๆ จะขายได้ดีกว่านี้” สะท้อนความจำเป็นในการพัฒนาด้านการออกแบบเพื่อตอบสนองตลาดที่เปลี่ยนไป สำหรับ **ผ้าขาวม้า** แม้จะเป็นผลิตภัณฑ์

ที่สะท้อนอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังคงเป็นเพียงอาชีพเสริมของสมาชิก จึงมีปริมาณการผลิตค่อนข้างน้อย เพียงประมาณ 20 ผืนต่อเดือน อีกทั้งกำลังอยู่ระหว่างการยื่นขอมาตรฐาน มผช. ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งระบุว่า “เราทำผ้าไว้ใช้เวลาวาง ผลิตไม่มากเพราะไม่ใช่งานหลัก” ซึ่งสะท้อนทั้งศักยภาพและข้อจำกัดด้านแรงงานและเวลา ส่วน **ตะกร้าจักสาน** ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและได้รับการรับรอง OTOP แล้ว แต่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน มผช. เนื่องจากประสบปัญหาความไม่สม่ำเสมอของไม้ไผ่และการเคลือบน้ำยา ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า “ไม้ไผ่ที่ใช้บางที่ก็เล็กใหญ่ไม่เท่ากัน ทำให้ตะกร้าออกมาไม่เหมือนกัน” ข้อเท็จจริงนี้ชี้ชัดว่าการขาดเครื่องมือที่ช่วยควบคุมคุณภาพเป็นปัญหาหลัก ในภาพรวมความต้องการของกลุ่มสุขเดือนห้า จึงมุ่งไปที่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสารให้มีความทันสมัย การสนับสนุนเครื่องมือมาตรฐาน เช่น เครื่องตัดไม้ไผ่และบล็อกจักสาน เพื่อแก้ปัญหาความไม่สม่ำเสมอ ตลอดจนการหาแนวทางจูงใจแรงงานรุ่นใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตผ้าขาวม้า ซึ่งจะช่วยสร้างความต่อเนื่องและความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ในระยะยาว โดยกลุ่มสุขเดือนห้าเป็นกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์หลายมิติ ทั้งที่ก้าวหน้าสู่มาตรฐานแล้ว (ข้าวสาร) กำลังอยู่ในขั้นพัฒนา (ผ้าขาวม้า) และยังมีข้อจำกัดที่ต้องการแก้ไข (จักสาน) แต่ทุกกลุ่มล้วนสะท้อนความต้องการชัดเจนในด้านบรรจุภัณฑ์ เครื่องมือ และแรงงานรุ่นใหม่ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เข้าสู่มาตรฐาน มผช. อย่างแท้จริง

3) ตำบลกะบกเตี้ย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชนกะบกเตี้ย พบว่า ชุมชนจะเน้นในด้านการทำผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากสมุนไพร ซึ่งกลุ่มสมุนไพรในตำบลกะบกเตี้ยมีพื้นฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดกันมาหลายรุ่น โดยนำพืชสมุนไพรในชุมชนมาผลิตเป็นสมุนไพรอบแห้งและผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อใช้ในการดูแลสุขภาพและรักษาโรคเบื้องต้น ปัจจุบันการผลิตยังคงใช้บ้านของประธานกลุ่มเป็นสถานที่หลัก สะท้อนว่ากลุ่มยังคงอยู่ในลักษณะการผลิตแบบครัวเรือนและยังไม่ผ่านการปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐานให้ได้ตามมาตรฐานสุขลักษณะ

ปัญหาสำคัญที่พบ ได้แก่ การขาดวัตถุดิบที่มั่นคง โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้งที่ทำให้พืชสมุนไพรไม่เพียงพอต่อการผลิต ต้องพึ่งพาการจัดหาจากภายนอก นอกจากนี้ยังขาดอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิตและการแปรรูป ส่งผลให้กำลังการผลิตต่ำและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า “บางครั้งต้องไปซื้อสมุนไพรจากต่างอำเภอ เพราะในพื้นที่ไม่มี ทำให้ต้นทุนสูงและของไม่เหมือนเดิม” ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายด้านการจัดหาวัตถุดิบและความยั่งยืนของการผลิต

ในด้านความต้องการ กลุ่มมีความคาดหวังที่จะได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาสถานที่ผลิตให้เป็นไปตามเกณฑ์สุขลักษณะของมาตรฐาน มผช. รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์การผลิตสมุนไพรที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปและควบคุมคุณภาพ นอกจากนี้ยังต้องการการออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากที่ทันสมัย และการส่งเสริมด้านการตลาดออนไลน์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น สำหรับปัจจัย

เอื้อคือกลุ่มมีความรู้พื้นฐานด้านสมุนไพรจากการถ่ายทอดในชุมชน และมีผู้นำที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรม อีกทั้งผลิตภัณฑ์ยังตอบโจทย์กระแสสุขภาพและการใช้สมุนไพรธรรมชาติที่กำลังได้รับความนิยม อย่างไรก็ตามปัจจัยกีดขวาง ได้แก่ การผลิตที่ยังอยู่ในครัวเรือนโดยไม่มีสถานที่ที่ได้มาตรฐานขาดแคลนวัตถุดิบและความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพ รวมถึงการตลาดที่ยังจำกัดอยู่เพียงการขายแบบปากต่อปากและตามงานชุมชน โดยสรุปกลุ่มสมุนไพรตำบลกะบกเตี้ยเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและการตอบสนองต่อความต้องการตลาดด้านสุขภาพ แต่ยังคงต้องการการสนับสนุนทั้งด้านวัตถุดิบสถานที่ผลิต อุปกรณ์ และการตลาด เพื่อยกระดับคุณภาพและเข้าสู่มาตรฐาน มผช. อย่างยั่งยืน

จากสภาพปัจจุบันของกลุ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชนอำเภอเนินขามทั้ง 3 ตำบล สามารถวิเคราะห์ได้ว่าปัญหาที่ทางชุมชนยังไม่สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้นั้นสรุปได้รายประเด็นดังนี้

1. ด้านโครงสร้างทรัพยากรและกระบวนการผลิต พบว่า วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่มาจากชุมชน แต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการผลิต ต้องซื้อจากภายนอก เช่น ดอกกรรณิการ์ ครั่ง และมะเกลือ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ขณะเดียวกันแรงงานหลักเป็นผู้สูงอายุและคนในครัวเรือน ส่งผลให้กำลังการผลิตต่ำ เช่น ผ้าขาวม้าผลิตได้เพียง 20 ผืนต่อเดือน และตะกร้าจักสาน 10-20 ใบต่อเดือน อีกทั้งเครื่องมือที่ใช้ยังคงเป็นอุปกรณ์พื้นฐาน ขาดเครื่องมือมาตรฐาน เช่น เครื่องตัดไม้ไผ่หรือบล็อกรีดควมขนาด ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มจักสานรายหนึ่งย้าว่า *“ไม่มีเครื่องตัดไม้ไผ่ ต้องเหลาเอง ขนาดไม่เท่ากัน”*

2. ด้านการควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน หลายกลุ่มเริ่มนำ “สูตรการผลิต” จากการอบรมมาใช้เพื่อควบคุมคุณภาพ เช่น สูตรย้อมผ้าหรือสูตรการผลิตสมุนไพร อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการจัดทำเป็น SOP อย่างเป็นระบบ ผลิตภัณฑ์บางชนิดเคยยื่นขอมาตรฐาน มผช. แต่ไม่ผ่านการรับรอง เช่น งานจักสาน เนื่องจากขนาดไม้ไผ่ไม่สม่ำเสมอ หรือสถานที่ผลิตยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์สุขลักษณะ เช่น กลุ่มสมุนไพรที่ยังคงผลิตในบ้าน

3. ด้านช่องทางจำหน่ายและการตลาด ส่วนใหญ่ยังพึ่งการขายตรง งานมหกรรม และการบอกต่อแบบปากต่อปาก การตลาดออนไลน์ยังไม่เข้มข้น แม้ว่าจะมีความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และจัด กลุ่มสินค้า (Gift Set) เพื่อเพิ่มมูลค่าและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เช่น ผู้ประกอบการกลุ่มข้าวสารได้กล่าวว่า *“อยากทำบรรจุภัณฑ์ให้ดูดี เหมือนเป็นของฝาก”* นอกจากนี้ ผลการศึกษาได้สะท้อนถึงปัญหาและข้อจำกัดสำคัญ ได้แก่ วัตถุดิบไม่เพียงพอและขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทำให้คุณภาพไม่สม่ำเสมอ เช่น สีของผ้าย้อมธรรมชาติที่แตกต่างกันตามช่วงเวลา ผลิตภัณฑ์ยังพึ่งแรงงานผู้สูงอายุ ซึ่งทำให้การผลิตช้าและไม่ต่อเนื่อง อีกทั้งขาดเงินทุนหมุนเวียนและการทำบัญชีต้นทุน ส่งผลให้การบริหารจัดการไม่เป็นระบบ

4. ด้านความต้องการสนับสนุน พบว่าผู้ประกอบการต้องการการอบรมเชิงนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ เครื่องมือมาตรฐาน เช่น เครื่องตัดไม้ไผ่และบล็อกหลายแบบ การพัฒนาสถานที่ผลิตสมุนไพรให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนการส่งเสริมตลาดออนไลน์และเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการยื่นขอมาตรฐาน มผช. ในอนาคต

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐาน มผช. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐาน มผช. มี 4 ประการสำคัญ ดังนี้

1. การมีสูตรการผลิตและกระบวนการมาตรฐาน (SOP) ที่ชัดเจน

กลุ่มที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างตระหนักถึงความสำคัญของการจัดทำ สูตรการผลิต (Recipe) และกระบวนการปฏิบัติงานมาตรฐาน (SOP) เพื่อสร้างความสม่ำเสมอของคุณภาพ ตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย้อมสีธรรมชาติกล่าวว่า “ถ้าไม่ทำตามสูตรที่อบรมมา สีผ้าจะไม่ติดทนและไม่สม่ำเสมอ” ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มสมุนไพรระบุว่า “เราปฏิบัติตามสูตรที่วิทยากรแนะนำทุกครั้ง เพื่อให้ได้มาตรฐานและคุณภาพที่เหมือนกัน” สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า การมีสูตรการผลิตที่เป็นระบบเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่มาตรฐาน มผช.

2. การยกระดับเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต

อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญคือการมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เหมาะสมและได้มาตรฐาน เนื่องจากจะช่วยลดความแปรปรวนในการผลิต ตัวแทนกลุ่มจักสานกล่าวว่า “ถ้ามีเครื่องตัดไม้ไผ่และบล็อกมาตรฐาน จะช่วยให้ตะกร้ามีขนาดเท่ากันและทำได้เร็วขึ้น” ขณะที่กลุ่มย้อมผ้าระบุว่า “เวลาใช้หม้อมั้ธรรมชาติ คุณไฟไม่ได้ สีออกมาไม่เหมือนกันทุกครั้ง ถ้ามีหม้อมั้ที่ควบคุมอุณหภูมิได้ก็จะช่วยมาก” ข้อค้นพบนี้ชี้ว่าเครื่องมือที่เหมาะสมไม่เพียงเพิ่มประสิทธิภาพ แต่ยังช่วยควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน

3. การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกและเครือข่ายความร่วมมือ

การสนับสนุนจากภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเครือข่ายภายนอกมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จ กลุ่มข่าวสารสุขเดือนห้าให้ข้อมูลว่า “ที่ผ่านมามีอาจารย์จากมหาวิทยาลัยมาช่วยออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทำให้ข้าวเราดูดีขึ้นและขายง่ายขึ้น” ส่วนกลุ่มสมุนไพรระบุว่า “เวลามีอบรมจากพัฒนาชุมชน เราก็ได้เรียนรู้เพิ่มและเอามาปรับใช้” สิ่งนี้สะท้อนว่าการเชื่อมโยงเครือข่ายและได้รับการสนับสนุนจากภายนอก ช่วยเสริมศักยภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์ได้จริง

4. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาด

บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและการตลาดที่มีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยความสำเร็จอีกประการหนึ่ง ผู้ประกอบการกลุ่มข้าวสารสะท้อนว่า “ข้าวเรามีคุณภาพ แต่ดูยังไม่สวย ถ้าได้บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยกว่านี้ จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจง่ายขึ้น” ขณะที่กลุ่มย้อมสีธรรมชาติกล่าวว่า “เราขายตามงานเป็นหลัก ถ้ามีช่องทางออนไลน์ที่จริงจังกว่านี้ จะช่วยขยายตลาดได้มาก” ดังนั้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และช่องทางการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันและเข้าสู่มาตรฐานได้อย่างยั่งยืน

วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2569)

เมื่อนำวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความก้าวหน้าและ “ใกล้ผ่าน” มาตรฐาน มผช. กับกลุ่มที่ “ยังไม่พร้อม” พบความแตกต่างที่สำคัญใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ สูตรการผลิต (SOP), เครื่องมือและอุปกรณ์, การสนับสนุนจากภายนอก, และ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์/การตลาด ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จระหว่างกลุ่มที่ “ใกล้ผ่าน” กับกลุ่มที่ “ยังไม่พร้อม” มาตรฐาน มผช.

ปัจจัย	กลุ่มที่ใกล้ผ่าน (เช่น ข้าวสารสุชเดือนห้า, ผ้าขาวม้า – สีย้อมเคมี, จักสาน)	กลุ่มที่ยังไม่พร้อม (เช่น ผ้าย้อมสีธรรมชาติ, สมุนไพร)
สูตรการผลิต (SOP)	มีสูตรการผลิตและขั้นตอนมาตรฐานที่ชัดเจน ปฏิบัติซ้ำได้คุณภาพสม่ำเสมอ “ถ้าทำตามสูตรเดิมที่อบรมมา จะได้ผ้าที่มีคุณภาพไม่ต่างกัน”	ยังไม่มี SOP ที่เป็นลายลักษณ์อักษร การผลิตขึ้นกับประสบการณ์และทักษะเฉพาะบุคคล ทำให้คุณภาพผันแปรสูง
เครื่องมือและอุปกรณ์	มีการใช้เครื่องมือมาตรฐานบางส่วน เช่น เครื่องตัดไม้ไผ่ บล็อกจักสาน หรือหม้อต้มที่ควบคุมไฟได้บ้างระดับ	ใช้อุปกรณ์พื้นฐาน ผลิตในบ้าน/ครัวเรือน ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและความสะอาดตามเกณฑ์สุขลักษณะ
การสนับสนุนจากภายนอก	ได้รับการช่วยเหลือต่อเนื่องจากหน่วยงาน เช่น มหาวิทยาลัยช่วยออกแบบบรรจุภัณฑ์, พัฒนาชุมชนจัดอบรม	ได้รับการสนับสนุนเพียงบางครั้ง เช่น อบรมสั้น ๆ แต่ไม่มีการติดตามหรือช่วยเหลือเชิงระบบระยะยาว
บรรจุภัณฑ์และการตลาด	มีบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วบางส่วน แต่ยังต้องปรับปรุงให้ทันสมัยและดึงดูด เริ่มทดลองขายออนไลน์	ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์และฉลากมาตรฐาน ขายผ่านปากต่อปากและงานชุมชน ไม่เข้าถึงตลาดออนไลน์อย่างจริงจัง
ความพร้อมสู่มาตรฐาน มผช.	อยู่ระหว่างขั้นตอนการยื่นขอรับรอง มีคุณภาพผลิตภัณฑ์สม่ำเสมอในระดับหนึ่ง	ยังไม่พร้อม ต้องปรับทั้งวัตถุดิบ เครื่องมือ สถานที่ และการตลาด ก่อนเข้าสู่การยื่นขอรับรอง

จากการวิเคราะห์พบว่า ความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐาน มผช. ไม่ได้เกิดจากปัจจัยใดเพียงด้านเดียว แต่เกิดจาก การผสมผสานทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) การมีสูตรการผลิตและ SOP ที่ชัดเจน (2) การยกระดับเครื่องมือและอุปกรณ์ (3) การสนับสนุนจากหน่วยงานและเครือข่าย และ (4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาด หากชุมชนใดสามารถจัดการทั้งสี่ปัจจัยนี้ได้ครบถ้วน จะมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในการผ่านมาตรฐาน มผช.

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเพื่อพัฒนารูปแบบการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐาน มผช. ผลการวิจัยพบว่า จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงเอกสารและภาคสนาม ผู้วิจัยได้พัฒนา “Noen Kham CPS-Upgrading Model” ซึ่งเป็นต้นแบบกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐาน มผช. ที่ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1.การประเมินความพร้อมและช่องว่าง โดยการตรวจสอบและประเมินสถานะปัจจุบันของแต่ละกลุ่มกับเกณฑ์ มผช. ด้วยเอกสารหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรอง มผช. หรือแบบประเมินผลการตรวจสอบว่าเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ โดยผู้นำและตัวแทนกลุ่ม ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

เพื่อวิเคราะห์หาช่องว่าง (Gap Analysis) ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มสมุนไพรระบุว่า “ถ้ามีคนมาช่วยตรวจเช็คตามเกณฑ์ก่อน จะได้ว่าต้องแก้ไขอะไร”

2.การสร้างมาตรฐานกระบวนการผลิต การทำมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงาน (SOP) และสูตรการผลิตมาตรฐานเพื่อให้สมาชิกชุมชนใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้มีมาตรฐานเดียวกัน เช่น การย้อมผ้าต้องสามารถระบุจำนวนวัตถุดิบที่ใช้ อัตราส่วนน้ำต่อสีธรรมชาติ อุณหภูมิ ความร้อน เวลาในการย้อม การล้าง และการตาก ทั้งนี้ สมาชิกชุมชนจะต้องดำเนินการทดลองสูตรและปรับสูตรเพื่อให้ได้มาตรฐานที่ต้องการร่วมกัน จากนั้นจึงเผยแพร่วิธีการและฝึกอบรมให้สมาชิกกลุ่มได้นำไปใช้ ดังที่กลุ่มย้อมผ้าเน้นว่า “เราต้องเขียนสูตรไว้ให้ชัด จะได้ทำตามเหมือนกันทุกครั้ง”

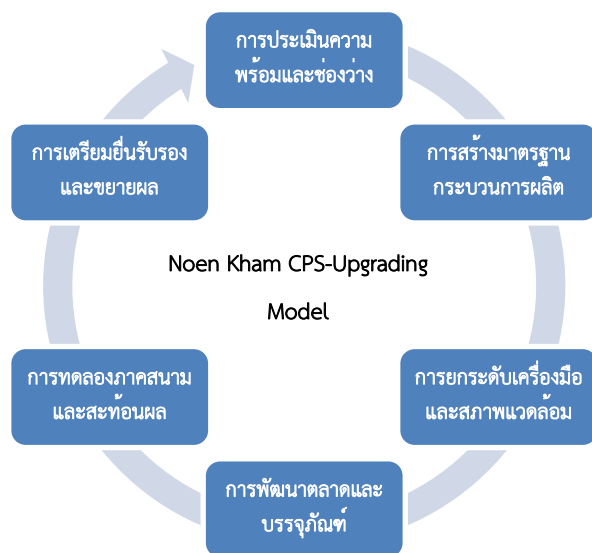
3.การยกระดับเครื่องมือและสภาพแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มผช. ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสกับร่างกาย เช่น ผ้าและเครื่องแต่งกาย หรือการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ได้แก่ ด้านสถานที่ผลิตที่ต้องการจัดพื้นที่ผลิตหรือการพื้นที่การทำงานให้ชัดเจน เช่น พื้นที่เตรียมวัตถุดิบ พื้นที่ย้อม พื้นที่ล้าง พื้นที่ตาก เพื่อลดการปนเปื้อน ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ต้องได้มาตรฐาน บำรุงรักษาได้ และปลอดภัยสะอาด และด้านสภาพแวดล้อมในขณะย้อมหรือตาก เช่น การควบคุมอุณหภูมิความร้อน และเวลาในการย้อม รวมถึงด้านการควบคุมวัตถุดิบและการจัดเก็บวัตถุดิบสีธรรมชาติ ได้แก่ ใบไม้ ดอกไม้ เปลือกไม้ ต้องเก็บในที่แห้งและเย็น ป้องกันแดดและความชื้นสูง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพและมาตรฐาน

4.การพัฒนาตลาดและบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นการออกแบบฉลาก บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้เห็นได้ชัดเจน การจัดกลุ่มสินค้าแบบ Gift Set จำนวน 3 ชิ้น และการขยายช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ได้แก่ การจัดจำหน่ายผ่าน Shopee Facebook หรือ TikTok

5.การทดลองภาคสนามและสะท้อนผล การทดลองผลิตจริง และทดลองจำหน่ายพร้อมเก็บข้อมูลจากลูกค้าด้วยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ผลที่ได้ รวมถึงจัดเวทีสะท้อนผลกับสมาชิกกลุ่มและผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อถอดบทเรียนถึงปัญหาหลักและหาแนวทางแก้ไขก่อนที่จะเข้าสู่ขั้นตอนการยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช. ดังที่กลุ่มจักสานกล่าวว่า “ทำแล้วเอามาให้คนอื่นช่วยดูข้อผิดพลาด จะได้แก้ไขทันที”

6.การเตรียมยื่นรับรองและขยายผล การเตรียมตัวเพื่อยื่นรับรอง โดยการเตรียมการตรวจสอบภายในหรือจำลองการตรวจสอบจริงเพื่อประเมินความพร้อม (Mock Audit) สมาชิกกลุ่มจัดทำรายการตรวจสอบเปรียบเทียบกับเกณฑ์ มผช. เช่น ด้านเครื่องมือ กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ สถานที่ผลิต โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมาตรฐานหรือพัฒนาชุมชนช่วยประเมินในแต่ละหัวข้อ ดำเนินการแก้ไขจุดบกพร่องที่พบ จากนั้นจัดเตรียมเอกสารและหลักฐานประกอบคำขอตามแบบคำขอรับรอง มผช. และเมื่อกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานแล้ว สามารถขยายผลไปยังชุมชนอื่นใกล้เคียงหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้รับประโยชน์ ดังแนวทางคือ การถ่ายทอดความรู้ให้คำปรึกษา หรือฝึกอบรม การจัดทำคู่มือปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานเพื่อใช้ในชุมชนอื่น และการติดตามประเมินผลโดยกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จที่เป็นรูปธรรม

ผลการพัฒนารูปแบบนี้ทำให้แต่ละกลุ่มสามารถระบุจุดอ่อนของตนเองและมีแนวทางปรับปรุงที่ชัดเจน เช่น กลุ่มจักสานเน้นแก้ปัญหาขนาดไม้ฝืนไม่สม่ำเสมอ กลุ่มผ้าย้อมธรรมชาติเน้นการควบคุมไฟและเวลาในการย้อม และกลุ่มสมุนไพรเน้นการปรับปรุงสถานที่ผลิตและการจัดหาวัตถุดิบที่มั่นคง โดยโมเดลที่พัฒนาขึ้นเป็นการบูรณาการทั้งด้านเทคนิค (SOP เครื่องมือ บรรจุภัณฑ์) และด้านสังคม (การมีส่วนร่วม เวทีสะท้อนผล การสร้างเครือข่าย) ส่งผลให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบกับชุมชนอื่นที่ต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์เข้าสู่มาตรฐาน มผช. ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1: Noen Kham CPS-Upgrading Model

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการศึกษากรณีพื้นที่อำเภอนาหว้า จังหวัดชัยนาท ครอบคลุมทั้งการสำรวจสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ ปัจจัยความสำเร็จ และการพัฒนารูปแบบ (Model) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐาน มผช. โดยองค์ความรู้ใหม่ที่ได้สามารถสรุปได้ดังแผนภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 : รูปแบบการบูรณาการองค์ความรู้ การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ในอำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท

1.องค์ความรู้เชิงกระบวนการ (Process-based Knowledge)

เกิดจากการพัฒนา Noen Kham CPS-Upgrading Model ซึ่งเป็นกระบวนการ 6 ขั้นตอน ตั้งแต่การประเมินความพร้อม (Gap Analysis) การสร้าง SOP การยกระดับเครื่องมือและสภาพแวดล้อม การพัฒนาตลาดและบรรจุภัณฑ์ การทดลองภาคสนามและสะท้อนผล จนถึงการเตรียม Mock Audit และการขยายผล โมเดลนี้ทำให้เห็นภาพรวมของ “ขั้นตอนการปฏิบัติ” ที่สามารถใช้จริงในชุมชนอื่นได้

2.องค์ความรู้เชิงเงื่อนไขความสำเร็จ (Critical Success Factors)

งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ มผช. ไม่ได้ขึ้นกับเพียงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง แต่เป็นผลจากการบูรณาการ 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) การมีสูตรการผลิตและ SOP ที่ชัดเจน (2) การมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน (3) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกและเครือข่าย และ (4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาด

3.องค์ความรู้เชิงคุณค่าและประโยชน์ (Value-based Knowledge)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการสร้าง SOP และการจำลองการตรวจสอบจริง ไม่เพียงช่วยให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชนผ่าน Reflection Workshop ซึ่งเป็นกลไกสร้างความเข้มแข็งทางสังคมไปพร้อมกับการยกระดับด้านเทคนิค

4.องค์ความรู้เชิงนวัตกรรมชุมชน (Community Innovation)

โมเดลที่พัฒนาขึ้นถือเป็น “นวัตกรรมเชิงสังคม” ที่บูรณาการทั้งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีการผลิต และการตลาดยุคใหม่ ทำให้เกิดเครื่องมือใหม่ เช่น คู่มือเชิงปฏิบัติการที่ออกแบบมาเพื่อช่วยเหลือผู้นำชุมชน มุ่งเน้นให้ความรู้ที่เป็นรูปธรรม นำไปใช้ได้จริงในการทำงานสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ (The Community Playbook) (Social Planning Toronto, n.d.) และการจัดทำรายการตรวจสอบ

(Mock Audit Checklist) ตามเกณฑ์ของมาตรฐาน มผช. ซึ่งเป็นต้นแบบการปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ขยายผลกับชุมชนอื่นได้

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่วิจัยมีสภาพปัจจุบันที่สะท้อนความเข้มแข็งเชิงภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังประสบปัญหาด้านวัตถุดิบ เครื่องมือการผลิต การตลาด และการจัดการต้นทุน โดยแรงงานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและผลิตในลักษณะครัวเรือน จึงทำให้กำลังการผลิตต่ำ เนื่องจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ค่านิยมหรือปัจจัยผลักดันจากท้องถิ่น Jintana (2018) รวมถึงการรวมกลุ่มเกิดขึ้นจากแรงจูงใจเชิงสังคมมากกว่าการจัดการเชิงธุรกิจ ส่งผลให้การพัฒนาอยู่ในลักษณะ “การดำรงอยู่” มากกว่าการแข่งขันในตลาด สอดคล้องกับแนวคิด การพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development) ที่ชี้ว่าการรวมกลุ่มของชุมชนมักเกิดจากแรงจูงใจภายในและความสัมพันธ์ทางสังคม มากกว่าการคำนึงถึงประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจตั้งแต่แรกเริ่ม (Pretty, 1995)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐาน มผช. ได้แก่ การมีสูตรการผลิตและ SOP ที่ชัดเจน การยกระดับเครื่องมือและอุปกรณ์ การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์/การตลาด ทั้งนี้เป็นเพราะการพัฒนาเข้าสู่มาตรฐานต้องอาศัยทั้ง ปัจจัยด้านเทคนิค (Technical Factors) และ ปัจจัยด้านสังคม (Social Capital) ทำงานคู่กัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางสังคมของ Putnam (2000) ที่อธิบายว่าความร่วมมือและการสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอกช่วยเพิ่มศักยภาพของชุมชน ตลอดจนงานวิจัยของ (Samanphong, 2021) ที่ชี้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ประสบความสำเร็จต้องมีทั้งมาตรฐานการผลิตและการสร้างเครือข่ายทางการตลาด

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า การพัฒนา *Noen Kham CPS-Upgrading Model* ซึ่งเป็นกระบวนการ 6 ขั้นตอน (Gap Audit → SOP → Tooling → Market/Packaging → Reflection → Mock Audit & Scale-out) ช่วยให้ชุมชนสามารถประเมินตนเองและวางแผนการยกระดับผลิตภัณฑ์ได้เป็นระบบ ทั้งนี้เป็นเพราะโมเดลดังกล่าวบูรณาการทั้งความรู้เชิงภูมิปัญญาและความรู้เชิงเทคนิค พร้อมกลไกการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เช่น เวทีสะท้อนผล (Reflection Workshop) ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมและการถอดบทเรียนในชุมชน สอดคล้องกับแนวคิด การเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment Theory) ที่เน้นให้ชุมชนมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของตนเอง Zimmerman (2000) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Punyasri, and Akakut (2024) ที่กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถสร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน ต้องส่งเสริมชุมชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

สรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการของวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และเพื่อพัฒนารูปแบบ ต้นแบบการดำเนินงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นได้ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่วิจัยมีความเข้มแข็งเชิงภูมิปัญญาและการรวมกลุ่ม แต่ยังมีข้อจำกัดหลายด้าน ทั้งการขาดแคลนวัตถุดิบ การพึ่งแรงงานผู้สูงอายุ การใช้เครื่องมือพื้นฐานที่ยังไม่สามารถควบคุมมาตรฐานคุณภาพได้ ตลอดจนข้อจำกัดด้านการตลาดและบรรจุภัณฑ์ ขณะเดียวกันยังมีความต้องการที่จะได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรม การใช้เครื่องมือ และช่องทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จพบว่า กลุ่มที่ไถ่ผ่านมาตรฐานมีความพร้อมในด้านการจัดทำสูตรการผลิตและกระบวนการที่เป็นมาตรฐาน การใช้เครื่องมือที่ช่วยควบคุมคุณภาพ การได้รับการสนับสนุนด้านวิชาการ ทรัพยากรเครื่องมือ และที่ปรึกษาจากหน่วยงานภายนอก และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดีและแนวทางเข้าถึงตลาดที่เหมาะสม ในขณะที่กลุ่มที่ยังไม่ได้มีความพร้อมยังคงมีข้อจำกัดในทุกด้าน ทั้งสูตรที่ไม่แน่นอน เครื่องมือที่ไม่ครบ ระบบควบคุมคุณภาพที่ไม่เป็นระบบ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม และช่องทางตลาดที่ยังจำกัด ดังนั้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จในการเข้าสู่มาตรฐาน มผช. ต้องอาศัยทั้งปัจจัยเชิงเทคนิคและปัจจัยทางสังคมร่วมกัน โดยผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้ได้พัฒนาเป็นกระบวนการต้นแบบ Noen Kham CPS-Upgrading Model ซึ่งประกอบด้วย 1) การประเมินความพร้อมและช่องว่าง โดยกลุ่มสามารถประเมินสถานะปัจจุบันกับเกณฑ์ มผช. เพื่อวัดระดับความพร้อมและช่องว่าง 2) การจัดทำ SOP หรือคู่มือกระบวนการมาตรฐานที่ใช้งานจริงได้ 3) การยกระดับเครื่องมือและสถานที่ผลิต มีการจัดหาเครื่องมือพื้นฐานที่จำเป็นหรืออุปกรณ์การผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐาน มีการปรับปรุงสถานที่ผลิตให้เหมาะสม เช่น การจัดพื้นที่ทำงานเป็นสัดส่วน ระบบระบายอากาศ การจัดเก็บวัตถุดิบให้ปลอดภัย 4) การพัฒนาตลาดและบรรจุภัณฑ์ มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีการแสดงตรา มผช. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ที่ออกแบบสวยงามและปลอดภัย 5) การทดลองและสะท้อนผล ในด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงให้มีคุณภาพ และ 6) การเตรียมความพร้อมเพื่อยื่นขอมาตรฐาน โดยการจัดเตรียมเอกสารให้ครบถ้วนตามแบบขอรับรอง มผช. และหลังได้รับการรับรอง สามารถนำแนวทางนี้ไปขยายผลโดยการถ่ายทอดให้กับกลุ่มชุมชนอื่น ๆ หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ต่อไป ผลงานวิจัยครั้งนี้จึงไม่เพียงสร้างองค์ความรู้ใหม่เชิงกระบวนการ แต่ยังเป็นเครื่องมือปฏิบัติที่สามารถใช้สนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป การวิจัยครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึงแนวทางที่เป็นรูปธรรมในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่มาตรฐาน มผช. ทั้งในด้านการแก้ไขปัญหา การพัฒนาศักยภาพ และการสร้างรูปแบบใหม่ที่สามารถขยายผลสู่พื้นที่ชุมชนอื่นได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่มีศักยภาพเชิงภูมิปัญญาและการรวมกลุ่ม แต่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านวัตถุดิบ เครื่องมือ แรงงาน และการตลาด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานเกษตร ควรดำเนินการสนับสนุนในด้าน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ทดแทน การพัฒนาทักษะอาชีพและการสร้าง แรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วม และการฝึกอบรมให้ความรู้ และเสริมทักษะด้านการสื่อสารการตลาด เช่น การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ให้สมาชิกในชุมชนทั้งผู้สูงอายุและกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างที่พบ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐาน มผช. ได้แก่ การมี SOP โดยกลุ่มควรร่วมกันกำหนดขั้นตอนการผลิตที่สมาชิกยึดถือร่วมกัน เช่น วิธีการเตรียม วัตถุดิบ อัตราส่วนการผสม การตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น ซึ่งอาจจะเริ่มจากการจดบันทึกขั้นตอนแบบง่าย ๆ ก่อน แล้วค่อยพัฒนาเป็น SOP อย่างเป็นทางการวิธีนี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความสม่ำเสมอ แม้สมาชิกต่างคน ต่างทำงาน ในส่วนของเครื่องมือมาตรฐานควรมีหน่วยงานมาช่วยในด้านจัดสรรงบประมาณสนับสนุนเครื่องมือ เช่น เครื่องตัดไม้ไฟ บล็อกจกสาน หม้อต้มควบคุมอุณหภูมิ รวมถึงการปรับปรุงสถานที่ผลิตสมุนไพรให้ได้ มาตรฐานสุลักษณะ เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและสร้างความมั่นใจด้านคุณภาพ เพื่อให้สามารถเข้าสู่มาตรฐาน มผช. ได้รวดเร็วขึ้น โดยควรเป็นการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนาชุมชน ดังนั้นหน่วยงาน ภาครัฐและสถาบันการศึกษา ควรใช้ผลการวิจัยนี้ในการออกแบบโครงการพี่เลี้ยงด้านมาตรฐานและการตลาด เพื่อช่วยให้กลุ่มสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่องและมีโอกาสแข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การพัฒนา *Noen Kham CPS-Upgrading Model* สามารถ ทำให้ชุมชนมีแนวทางที่ชัดเจนในการประเมินความพร้อม ยกระดับกระบวนการผลิต และเตรียมการขอ มาตรฐาน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรนำโมเดลนี้ไปปรับใช้กับวิสาหกิจชุมชนอื่น เพื่อให้เป็น ต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานที่ยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนากลไกสนับสนุนเชิงนโยบายในระดับจังหวัด เพื่อผลักดันโมเดล การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดการนำไปใช้จริงอย่างกว้างขวาง

2.2. ศึกษาการพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ช่วยสนับสนุนการตลาด ของผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

2.3. ศึกษาการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน มหาวิทยาลัย และภาคเอกชน เพื่อสร้างระบบการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

References

- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. London: Intermediate Technology Publications.
- Chamnian, M. (2021). Community product identity to build and communicate brand: A case study of ramtone nokphithid pPerformance. *Rachaphruek Journal*, 19(2), 1-12.
- Jintana, S. (2018). *a sturdiness to self-reliance of community-based enterprises of Thailand*. (Doctoral dissertation). Burapha University. Chonburi.
- Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247–1263.
- Punyasri, P., & Akakut, T. (2024). Community product development for sustainable commercialization using participatory action research techniques. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(10), 1971-1984.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Samanphong, T. (2021). Success factors of OTOP product development for international markets. *Phranakhon Rajabhat Academic Journal*, 11(1), 23–39.
- Social Planning Toronto. (n.d.). *The Community Playbook*. Retrieved September 2, 2025, from https://www.socialplanningtoronto.org/the_community_playbook
- Trade Policy and Strategy Office. (2023). *Community-based enterprise capacity development for strengthening the grassroots economy*. Bangkok: Ministry of Commerce.
- Trade Policy and Strategy Office. (2024). *Guidelines for promoting OTOP products*. Bangkok: Ministry of Commerce.
- Wanichcharoen, N., & Boonchavalit, C. (2020). Guideline development for public relations of Thai community product standards mark in the digital age. *Journal of Communication Arts*, 10(1), 45-53.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599.
- Zimmerman, M. A. (2000). *Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis*. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of Community Psychology* (pp. 43–63). Boston, MA: Springer.