

การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น
Upgrading the community economy through product development
under local identity

วิชุดา จันทรเวโรจน์¹, ปราริชาติ รื่นพงษ์พันธ์² และ ณฐ์ สบายสุข³

Vichuda Junveroad, Prarichart Rueanphongphun and Natha Sabaisuk

Receive October 5, 2024 ; Retrieved November 23, 2024 ; Accepted December 28, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการของลูกค้าและการประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น 2) พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน และ 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ท้องถิ่นในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน ประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว ประชาชนชาวบ้าน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและจัดเวทีถ่ายทอดองค์ความรู้ จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) ท้องถิ่นขาดการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ จึงมีความต้องการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นภายใต้อัตลักษณ์อำเภอคลองเขื่อน 2) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา คือ ดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลบางโรง และ ข้าวเกรียบเห็ดเข็มทอง ตำบลบางเล่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับเพื่อได้รับรองมาตรฐานคือ ผ้าพันคอ ตำบลบางตลาด หมวก ตำบลคลองเขื่อน และน้ำพริกแคบหมู ตำบลกอนแก้ว และ 3) ผลการถ่ายทอดองค์ความรู้และการใช้ประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เพื่อร่วมกันสนับสนุนการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และร่วมหาแนวทางในการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สามารถได้รับการรับรองมาตรฐาน OTOP ต่อไป โดยมีข้อเสนอแนะหน่วยงานภาครัฐ วิสาหกิจชุมชนสร้างเครือข่ายและความร่วมมือประสานงานระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างชุมชนต่าง ๆ

¹ สาขาวิชาการจัดการ, ²สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, ³สาขาวิชานิติศาสตร์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

Department of Management, Department of Business Computer, Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Rajabhat Rajanagarindra University

Email: vichuda.jun@mail.rru.ac.th



คำสำคัญ: การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น, อำเภอคลองเขื่อน

Abstract

This research article objectives were to 1) analyze problems, customer needs, community product operations, and community resources under local identity, 2) develop and enhance community products and resources, and 3) transfer knowledge to local communities in developing and enhancing products and community resources under local identity in Khlong Khuean District, Chachoengsao Province. Research and development methodology was employed, collecting data from key informants including community leaders, community entrepreneurs, local residents, tourists, local scholars, and government officials through in-depth interviews and knowledge transfer forums with 30 participants. Data were analyzed using descriptive statistics, percentages, means, and standard deviations. The research findings revealed that: 1) Local communities lacked knowledge and understanding in product development and enhancement, thus requiring support for local product promotion under Khlong Khuean District's identity. 2) The developed products were artificial flowers from Bang Rong Sub-district and golden needle mushroom crackers from Bang Lao Sub-district. Products enhanced to receive certification standards were scarves from Bang Talat Sub-district, hats from Khlong Khuean Sub-district, and pork rind chili paste from Kon Kaew Sub-district. 3) Knowledge transfer and utilization results were provided to entrepreneurs, community enterprises, and government officials to support product development and enhancement jointly, and to collaborate in finding approaches to elevate products to receive OTOP certification standards in the future. With suggestions from government agencies and community enterprises to create networks and coordinate cooperation between communities, government agencies and the private sector to support community economic development and promote the exchange of knowledge and experiences between different communities.

Keywords: Community Economic Enhancement, Product Development under Local Identity, Khlong Khuean District



บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจที่มีประวัติมาอย่างยาวนาน เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาหลายประเทศ เช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และประเทศไทย โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถูกพูดถึงครั้งแรกในหนังสือของจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ที่มีชื่อว่า *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* จัดพิมพ์ในปี พ.ศ. 2544 เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจใหม่ ที่จะมาแทนที่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการผลิตและใช้ทรัพยากรอันประกอบด้วย แรงงานและทุนรูปแบบเก่า (Howkins, 2002) ดังนั้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และแนวคิดใหม่ของบุคคลในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งจะกว้างกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Mitphakdee, 2018) นโยบายรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเพื่อเพิ่มศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศ ในการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นธุรกิจของชุมชนต้องมีการปรับวิธีการผลิต การจัดจำหน่ายและบริการ แต่ยังคงมีองค์ความรู้ มีอัตลักษณ์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้เดิมจากฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชน (Tahom et al, 2019)

อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีประชากรจำนวน 10,086 คน (กรมการปกครอง, 2567) ประกอบไปด้วย 5 แห่ง ได้แก่ ตำบลกอนแก้ว ตำบลคลองเขื่อน ตำบลบางเล่า ตำบลบางโรง และตำบลบางตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ และคณะวิทยาการจัดการได้ดำเนินการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (หนึ่งตำบลหนึ่งมหาวิทยาลัย) ประจำปี พ.ศ. 2564 โดยดำเนินโครงการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจให้กับ 4 ตำบล ในอำเภอคลองเขื่อน ได้แก่ ตำบลกอนแก้ว ตำบลคลองเขื่อน ตำบลบางเล่า และตำบลบางโรง คณะผู้วิจัยได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานในพื้นที่ตำบลบางเล่าและตำบลกอนแก้ว โดยได้ดำเนินการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ ซึ่งในแต่ละตำบลของอำเภอคลองเขื่อนมีข้อมูลบริบทพื้นฐานแต่ละตำบลดังนี้ 1) ตำบลกอนแก้ว จำนวนประชากร 3,056 คน จำนวนครัวเรือน 1,565 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำนา ทำสวน เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เป็นต้น 2) ตำบลคลองเขื่อน จำนวนประชากร 3,649 คน จำนวนครัวเรือน 1,888 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ประมง ปศุสัตว์ เป็นต้น 3) ตำบลบางเล่า จำนวนประชากร 2,016 คน จำนวนครัวเรือน 1,047 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ประมง เป็นต้น 4) ตำบลบางโรง จำนวนประชากร 2,255 คน จำนวนครัวเรือน 1,149 ครัวเรือน และ 5) ตำบลบางตลาด จำนวนประชากร 2,326 คน จำนวนครัวเรือน 728 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เลี้ยงสัตว์ รับจ้างทั่วไป ค้าขาย (National Statistical Office, 2020)



จากที่กล่าวมาข้างต้นการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยข้อมูลและแหล่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงพื้นที่จึงมีความสำคัญยิ่ง นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน ภายใต้อัตลักษณ์และเรื่องราวของวิถีชุมชน อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ในปี พ.ศ. 2563 ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีอัตลักษณ์ที่คล้ายคลึงกัน รวมทั้งยังไม่มีอัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ขาดการยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนและพัฒนาความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้เกิดอัตลักษณ์ตามวิถีท้องถิ่น ปัญหาด้านเศรษฐกิจของประชาชนอำเภอคลองเขื่อน รายได้ไม่เพียงพอ การผลิตผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนหรือของท้องถิ่นยังไม่มีตลาดรองรับ ผลผลิตทางการเกษตรและราคาตกต่ำ ไม่สามารถกำหนดราคาผลผลิตได้ ขาดการจ้างงาน ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถสร้างรายได้ วิจัยแรงงานมีการออกไปหารายได้นอกพื้นที่ทำให้การขาดแรงงานวัยหนุ่มสาวในพื้นที่ ขาดวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ขาดเงินทุน แต่พบว่าอำเภอคลองเขื่อนนั้นมีทุนเศรษฐกิจ เช่น การเลี้ยงกุ้ง เลี้ยงปลาชายะม่วง ขายมะพร้าว ขายหมาก ขายกล้วย และร้านค้าตลาดนัด และด้วยข้อมูลในการลงพื้นที่ซึ่งพบประเด็นปัญหาที่สามารถนำมาศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน ภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่จะสามารถพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนและพัฒนากลตลาดได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงการนำกระบวนการวิจัยเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าในพื้นที่ นอกจากนี้ ยังเป็นการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในการพัฒนา เกิดรายได้และอาชีพให้กับประชาชนในพื้นที่ในระยะยาวได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการของลูกค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ท้องถิ่นในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน ภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา



ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 1 ศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการของลูกค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการชุมชน/วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ นักท่องเที่ยว ประชาชนชาวบ้าน เจ้าหน้าที่และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น จำนวน 30 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง

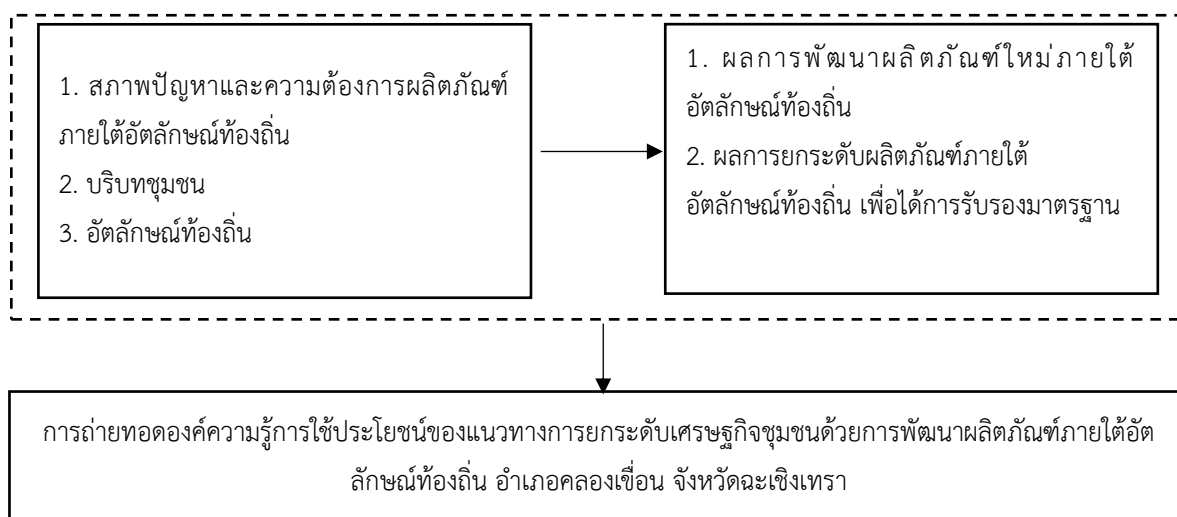
ระยะที่ 2 พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้า อำเภอคลองเขื่อน ที่ผลิตอาหาร ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์

ระยะที่ 3 ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ท้องถิ่นในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น คือ ผู้ประกอบการชุมชน/วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ จำนวน 30 คน

การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

การทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น แนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นเป็นสิ่งที่สำคัญ ในการสร้างตัวตนของชุมชนให้มีลักษณะเด่นเฉพาะตัวเกิดความแปลกใหม่ที่ควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนการบูรณาการความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันหนุนเสริมการขายและกิจกรรมในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนการท่องเที่ยว ช่องทางการตลาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับเครือข่ายนักธุรกิจในพื้นที่และเครือข่ายการผลิตในชุมชน สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ซึ่งแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการของลูกค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

ระยะที่ 2 พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

ระยะที่ 3 ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ท้องถิ่นในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการวิจัย

1. สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น พบว่า ทรัพยากรชุมชนในพื้นที่อำเภอลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีแม่น้ำบางปะกงเป็นแหล่งน้ำหลักที่สำคัญ ส่งเสริมการเกษตรและการประมง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรม โดดเด่นด้านการทำสวนผลไม้ และนาข้าว มีวัดและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชน มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะในพื้นที่ป่าชายเลน มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ชุมชนมีความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา และมีการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดเล็กถึงกลาง ความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งมีความต้องการส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการได้รับการพัฒนา ประกอบด้วย

1.1 ดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลบางโรง



1.2 ข้าวเกรียบเห็ดเข็มทอง ตำบลบางเล่า

2. ผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการให้ช่วยยกระดับภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อได้รับการรับรองมาตรฐานประกอบด้วย

2.1 ผำพันคอ ตำบลบางตลาด

2.2 หมวก ตำบลคลองเขื่อน

2.3 น้ำพริกแคบหมู ตำบลก้อนแก้ว

ผลการถอดอัตลักษณ์พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนจำนวน 5 ชุมชนของอำเภอคลองเขื่อนสามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของชุมชนอันเกิดจากการให้ความหมายหรือค่านิยมของสมาชิกชุมชนบนพื้นฐานของความเหมือนกัน ทั้งด้านวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ จนเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน มีการปฏิบัติสืบทอดกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชนและมีความแตกต่าง คือชุมชนสามารถแสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชนท้องถิ่นโดยสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันทั้งด้านวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่และเกิดการยอมรับร่วมกันและมีการปฏิบัติสืบทอดกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรม การดำรงชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชน และเป็นสิ่งที่ครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน

2. การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งชุมชนได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมหรือกระบวนการถอดอัตลักษณ์เพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลบางโรง และ ข้าวเกรียบเห็ดเข็มทอง ตำบลบางเล่า ในกระบวนการผลิตนั้นยังขาดมาตรฐานในการผลิตเป็นเพียงการผลิตโดยครอบครัว ซึ่งเป็นการผลิตขนาดเล็ก แต่เมื่อต้องการขยายฐานการผลิตต้องส่งรูปแบบของผลงานและมีนายทุนมารับผลงานไปผลิตและขายต่อ ทั้งนี้เพราะขาดเงินทุนและงบประมาณในการลงทุน การเข้าถึงโอกาสของการกู้เงินและไม่มีหน่วยงานภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านกำลังการผลิต และในการผลิตนั้นยังขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้

2.2 การยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนได้รับการยกระดับให้ได้มาตรฐานภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่นอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ผำพันคอ ตำบลบางตลาด หมวก ตำบลคลองเขื่อน และน้ำพริกแคบหมู ตำบลก้อนแก้ว อัตลักษณ์ของชุมชนที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชนนั้นจึงมักแสดงออกให้เห็นผ่านประเพณี วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชาวชุมชนที่เป็นลักษณะเฉพาะของชุมชน ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันและเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน



3. การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ในพื้นที่อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีดังนี้

1. ภาวะผู้นำ และกลยุทธ์ เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การถ่ายทอดความรู้ประสบความสำเร็จ
2. วัฒนธรรมองค์กรและท้องถิ่น เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับชุมชนเพราะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนและเป็นที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพต้องเริ่มต้นจากการที่คนในชุมชนมีการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน และถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน
3. การสื่อสารเป็นหัวใจหลักที่ทำให้คนในชุมชนเข้าใจถึงสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นในชุมชน
4. กระบวนการและเครื่องมือ เปรียบเสมือนแกนหลักที่จะช่วยให้พฤติกรรมของการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรสามารถเกิดขึ้นได้รวดเร็วและสะดวกยิ่งขึ้น
5. การวัดผลเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยบ่งบอกถึงสถานะของกระบวนการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งผลจากการวัดจะสะท้อนถึงประสิทธิภาพประสิทธิผล
6. โครงสร้างของชุมชนต้องเอื้อต่อการถ่ายทอดแลกเปลี่ยน เรียนรู้
7. การเรียนรู้ เป็นองค์ประกอบเพื่อเตรียมความพร้อมของประชาชนในชุมชนทุกระดับในการสร้างความเข้าใจ และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยน ส่งต่อความรู้ระหว่างกัน

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

1. การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น และการถอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ ผู้นำชุมชน, ผู้ประกอบการชุมชน/วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่, ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่, นักท่องเที่ยว, ปราชญ์ชาวบ้าน, เจ้าหน้าที่และหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ทรัพยากรชุมชนในพื้นที่อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา มีแม่น้ำบางปะกงเป็นแหล่งน้ำหลักที่สำคัญ ส่งเสริมการเกษตรและการประมง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรมโดดเด่นด้านการทำสวนผลไม้และนาข้าว มีวัดและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชน มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะในพื้นที่ป่าชายเลน มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ชุมชนมีความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา จากการสำรวจศักยภาพชุมชนใน 5 ตำบลอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ทำให้พบว่าลักษณะเด่นของชุมชนและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่นำไปสู่การพัฒนาและการยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน ผลการสังเคราะห์การระดมความคิดเห็นจากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมการถอดถอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการได้รับการพัฒนา ประกอบด้วย ดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลบางโรง และ ข้าวเกรียบเห็ดเข็มทอง ตำบลบางเล่า ส่วน



ผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการให้ช่วยยกระดับภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อได้รับการรับรองมาตรฐาน ประกอบด้วย ผักพริก คอ ตำบลบางตลาด หมวก ตำบลคลองเขื่อน และน้ำพริกแคบหมู ตำบลกอนแก้ว

2. การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้า อำเภอคลองเขื่อน ที่ผลิตอาหาร ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 ผลิตภัณฑ์ คือ ดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลบางโรง และข้าวเกรียบเห็ดเข็มทอง ตำบลบางเล่า และที่ได้รับการยกระดับให้ได้มาตรฐานภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผักพริก คอ ตำบลบางตลาด หมวก ตำบลคลองเขื่อน และน้ำพริกแคบหมู ตำบลกอนแก้ว

3. การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเวทีในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการชุมชน/วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ จำนวน 30 คน

อภิปรายผล

1. การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหา ความต้องการของลูกค้าและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยดำเนินการประชุมกลุ่มย่อย เพื่ออภิปรายกลุ่มถึงสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา และการถอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลการดำเนินงานได้รับรู้ถึงสภาพปัญหาและความต้องการที่มาจากผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ในการนำไปพัฒนาในงานวิจัยระยะที่ 2 รวมทั้งถอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นประกอบการดำเนินการวิจัยให้การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอ คลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา รวมทั้งศึกษาความต้องการของลูกค้าจากของลูกค้า ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน ผลการสำรวจ พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ความสนใจในผลิตภัณฑ์เฉพาะของอำเภอคลองเขื่อน ช่องทางการซื้อที่ต้องการ ความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chumket (2017) ได้จัดทำงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีกระบวนการประชุมกลุ่มย่อยผู้นำชุมชนและชาวบ้าน ในการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนเพื่อนำมาถอดเป็นผลการดำเนินงานและนำไปต่อยอดเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaemchamrus., et al., (2022) ซึ่งได้ศึกษาการยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า ที่มีการดำเนินการศึกษาความต้องการของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวเมืองกรุงเก่าจากลูกค้า รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมือง กรุงเก่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าที่เป็นสินค้าท้องถิ่นที่มีการแสดงถึงอัต



ลักษณะท้องถิ่น เพื่อนำไปเป็นของที่ระลึกส่วนตัว และซื้อเพื่อนำไปฝากบุคคลอื่น ๆ โดยผลิตภัณฑ์จะต้องแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้อย่างชัดเจน ดังนั้นการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการ และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น จากผู้นำชุมชน ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ลูกค้าสามารถส่งผลต่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้

2. จากการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชน พบว่า การให้ความสำคัญกับบริบทของท้องถิ่นคือ ต้องเข้าใจและต้องทำแบบท้องถิ่น โดยสินค้าท้องถิ่นสามารถบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูลหรือนำเสนอประสบการณ์ผ่านทางสินค้าเช่นเดียวกับการทำการตลาดท้องถิ่น ควรพิจารณาและทำการผลิตสินค้าและตราสินค้าท้องถิ่นให้มีความชัดเจนถูกต้องและเหมาะสมตามความต้องการของแต่ละตลาดสินค้าที่ผลิตได้จึงเกิดจากความต้องการของผู้บริโภคภายในท้องถิ่นอย่างแท้จริง และการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน การผลิตสินค้าท้องถิ่นควรคำนึงถึงความเป็นอัตลักษณ์เอกลักษณ์อิทธิพลของลักษณะเฉพาะบุคคลและลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละท้องถิ่น สอดคล้องกับ Office of the National Economic and Social Development Council (2019) ได้กล่าวถึงการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในระดับฐานรากนั้น ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้กำหนดกรอบด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้เกิดความยั่งยืนประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้นรวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนมีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการเพื่อตอบสนองต่อโจทย์การพัฒนารองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศหนึ่งในแนวคิดดังกล่าวของภาครัฐเพื่อสนองโจทย์ดังกล่าวนี้ พบว่ากรมการพัฒนาชุมชนได้ริเริ่มแนวคิดนวัตกรรมวิถีในการจัดการชุมชนเพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีชวนกันคิดชวนกันทำผลิตสินค้า และบริการรวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนอันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 และยังสอดคล้องกับ Krishman and Ulrich (2001) ได้กล่าวถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดและเทคโนโลยีในตัวผลิตภัณฑ์ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปสู่เชิงพาณิชย์ได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นกระบวนการ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนหลายขั้นตอน ซึ่งในขั้นตอนแรกของกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะเกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ และการคัดเลือกหรือการกลั่นกรองแนวคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ต่าง ๆ ที่ได้จากการระดมสมอง ของทีมงาน โดยในช่วงการสร้างแนวคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นช่วงที่มีความสำคัญมากที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยขั้นตอนช่วงดังกล่าวได้ถูกศึกษาและนิยามจากนักวิชาการหลายท่าน เช่น ขั้นตอนการพัฒนา (Cooper & Kleinschmidt, 1994) กิจกรรมก่อนเริ่มโครงการ หรือขั้นตอนก่อนศูนย์



3. การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ท้องถิ่นในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชน ภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีการดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ใน ด้านกระบวนการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน แก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประกอบการในชุมชน ประชาชนในท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่รัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anunvrpong (2014) ที่ได้จัดทำงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัด สมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ดำเนินการสร้างแนวทางการส่งเสริมและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ และถ่ายทอดองค์ความรู้เทคโนโลยีแก่ชุมชนเพื่อเพิ่มความหลากหลายและสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของวัตถุดิบในท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่สำคัญใน การเข้ามามีบทบาทพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐ วิสาหกิจชุมชนสร้างเครือข่ายและความร่วมมือประสานงานระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และ ประสบการณ์ระหว่างชุมชนต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรประสานความร่วมมือทุกภาคส่วนในการพัฒนาตลาดชุมชนหรือศูนย์แสดงสินค้าท้องถิ่น และ เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการท่องเที่ยวในพื้นที่
2. ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพสินค้าแต่ละผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น เพื่อที่จะมีความสามารถในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ในระยะยาว
3. ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มี คุณภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาผลกระทบระยะยาว ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของโครงการในระยะยาว ประเมิน ความยั่งยืนของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเทคโนโลยีดิจิทัล
2. ขยายขอบเขตการวิจัย ศึกษาเปรียบเทียบกับชุมชนอื่นในจังหวัดฉะเชิงเทราหรือจังหวัดใกล้เคียง วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้โมเดลนี้กับพื้นที่อื่นๆ ในประเทศไทย
3. วิจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ศึกษาการผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่กับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ วิจัยแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านนวัตกรรม



4. ควรประเมินผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม ศึกษาผลกระทบของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น วิจัยแนวทางการรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ วัฒนธรรม

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชน 5 ชุมชนของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของชุมชนอันเกิดจากการให้ความหมายหรือค่านิยมของสมาชิกชุมชน บนพื้นฐานของความเหมือนกัน ทั้งด้านวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่จนเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน มีการปฏิบัติ สืบต่อกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชนและมีความแตกต่าง ผู้วิจัยได้นำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์และทรัพยากรชุมชนภายใต้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ของ อำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ภายใต้โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนงานวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์ นอกจากนี้ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ที่ให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี การสนับสนุนจากทั้งสองหน่วยงานมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อคณะผู้วิจัยในการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (2566). ระบบสถิติทางการทะเบียน. เข้าถึงได้จาก:

<https://web.archive.org/web/20070930165518/http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATAPDF/2536/D/074/21.PDF>

กำธร แจ่มจรัส, นันนิจ์ เอ็บอัม, ญาณิศา เพื่อนพะ และฤดี เสริมชยุต. (2565). การยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า.

วารสารศิลปการจัดการ, 6 (3), 1585-1630.

จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประมา ศาสตระรุจิ และณัฐฤทัย ดิฐวิรุฬห์. (2561). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจ



- ชุมชนผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์ของชุมชนหินตั้ง ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา, 10(20), 85-97.
- พัฒนา มิตรภักดี. (2561). Creative Economy in Action. เข้าถึงได้จาก:
<https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/CreativeEconomyinAction>.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). แผนยุทธศาสตร์ ปี 2566 – 2570. เข้าถึงได้จาก: <https://www.cea.or.th/corporate-governance/plan-and-report>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). เข้าถึงได้จาก:
<https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/544434>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). ข้อมูลสถิติแห่งชาติ. เข้าถึงได้จาก: <https://www.nso.go.th/>.
- อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์. (2557). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. คณะศิลปศาสตร์. สาขาการพัฒนาลิขสิทธิ์ภูมิปัญญาไทย, 126-151.
- อุทิศ ทาหอม, แดงกาว โอการัมย์ และอัมพวัฒน์ กรดรัมย์. (2562). แนวทางการพัฒนาลิขสิทธิ์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มน้ำพริกบ้านบัว ตำบลบ้านบัว อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารรามคำแหง, 38 (1), 20 – 42.
- Cochran, W.G. (1977) Sampling Techniques. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Cooper, R. G., & Kleinschmidt, E. J. (1994). Determinants of timeliness in product development. *Journal of Product Innovation Management: An international publication of the product development & management association*, 11(5), 381-396.
- Howkins, J. (2002). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin UK.
- Krishnan, V., & Ulrich, K. T. (2001). Product development decisions: A review of the literature. *Management Science*, 47(1), 1–21.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.47.1.1.10668>.
- United Nation. (2022). 2022 UN Thailand Results Report. Online Available:
<https://thailand.un.org/th/node/218314>.

Translated Thai References

- Anunvrapong A. (2014). The development model of Bang Hua Suea community products, Samut Prakan Province, according to the concept of the Sufficiency



- Economy Philosophy. Rajamangala University of Technology Krungthep. *Faculty of Liberal Arts. Department of Thai Wisdom Product Development*, 126-151. (in Thai)
- Creative Economy Agency (Public Organization). (2020). Strategic Plan 2023 – 2027. Available from: <https://www.cea.or.th/corporate-governance/plan-and-report>. (in Thai)
- Chaemchamrus K, et al.(2022). Upgrading and Increasing Value of Souvenir Products of Tourist Attractions; Experience the Charm of the Old City Life Style,Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Management Arts*, 6 (3), 1585-1630. (in Thai)
- Chumket C. (2017). Development of products from local wisdom to increase the efficiency of sustainable community management of the Thai Muslim community in Cha-am District, Phetchaburi Province. Phetchaburi: Faculty of Management Science, Silpakorn University. (in Thai)
- Department of Provincial Administration, Ministry of Interior. (2020). Official Registration Statistics System. Retrieved from: <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php>. (in Thai)
- Mitphakdee P. (2018). Creative Economy in Action. Available from: <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/CreativeEconomyinAction>. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2019). 20-Year National Strategy (2018-2037). Available from:<https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/544434>. (in Thai)
- National Statistical Office. (2020). National Statistical Data. Retrieved from: <https://www.nso.go.th/>.(in Thai)
- Satsararuchi P. and Ditwirun N. (2018). Guidelines for developing community business operations through online information systems of Hin Tang community, Hin Tan sub-district, Mueang district, Nakhon Nayok province. *Journal of Srinakharinwirot Research and Development*, 10(20), 85-97. (in Thai)
- Tahom U, Okaram T, & Kradrum A. (2019). Participatory product development guidelines of the Ban Bua Chili Paste Group, Ban Bua Subdistrict, Mueang District, Buriram Province. *Ramkhamhaeng Journal*, 38 (1), 20 – 42. (in Thai)

