

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้แก่ผู้ได้รับ
ผลกระทบจากโควิด-19 ตำบลโคกกระชาย อำเภอบูรี จังหวัดนครราชสีมา
Product Development from Community Resource Base to Promote
Income Generation for People Affected by COVID-19 in Khok Krachai
Subdistrict, Khon Buri District, Nakhon Ratchasima

ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา¹ พิษญา วรรณพงษ์เจริญ² บารมี วรรณพงษ์เจริญ³
Pamorn Sakullertwattana, Phitchaya Wannaphongcharoen, Baramee
Wannaphongcharoen

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้แก่ผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ด้วยการศึกษาด้านทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน แล้วพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถสร้างรายได้โดยใช้การวิจัยและพัฒนา (R&D) ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory Action Research) โดยให้กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมวิเคราะห์ทรัพยากรและศักยภาพของตนเอง และชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน พื้นที่วิจัยคือตำบลโคกกระชาย อำเภอบูรี จังหวัดนครราชสีมา ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน กำหนดคุณสมบัติให้เป็นผู้อาศัยอยู่ในตำบลโคกกระชาย และได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เก็บข้อมูลด้วย การจัดประชุมกลุ่มย่อย ประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ดังนี้ ข้อที่ 1) ฐานทรัพยากรชุมชนของตำบลโคกกระชาย สามารถแบ่งออกเป็น 5 หมวดหมู่ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ผลผลิตทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยว องค์ความรู้ และผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีจุดแข็งในด้านทรัพยากรที่หลากหลาย แต่ยังคงมีจุดอ่อนในด้านเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และยังขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด ข้อที่ 2) ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 10 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมไทย พริกแกง ข้าวคั่ว ไม้กวาดทางมะพร้าว โคมไฟจากกะลามะพร้าว กล้วยฉาบ เผือก มันทอด ขนุนทอด ไส้กรอก สามารถสร้างยอดขายรวมทั้งสิ้น 178,315 บาท ซึ่งปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมีทรัพยากร

Received: 2022-05-26 Revised: 2022-06-26 Accepted: 2022-06-30

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล Faculty of Business Administration,
Vongchavalitkul University. Corresponding Author e-mail: pamorn_sak@vu.ac.th

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา Faculty of Management
Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล Faculty of Business Administration,
Vongchavalitkul University

ที่สำคัญ 2 ส่วน คือ การมีผลผลิตของตนเองที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้ หรือการมีองค์ความรู้เกี่ยวกับวิธีการและกระบวนการในการผลิต ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนกลุ่มเป้าหมายด้วยการจัดฝึกอบรมเสริมทักษะและความรู้รวมถึงการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐาน และควรขยายตลาดไปยังภายนอกชุมชน ซึ่งช่วยให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น นำไปสู่การสร้างรายได้อย่างมั่นคง

คำสำคัญ (Keywords): การพัฒนาผลิตภัณฑ์; ทรัพยากรชุมชน; ส่งเสริมการสร้างรายได้

Abstracts

This research aims to promote income generation for people affected by COVID-19. by studying the resource base and potential of the community. Then develop community products that can generate income. The research is using research and development (R&D) with community participatory action research techniques and collect data by focus group, workshop and interview. The target group to participate in the analysis of community resources and potential of themselves and develop community products. The research area was Khok Krachai Sub-district, Khon Buri District, Nakhon Ratchasima Province. A sample of 60 people was used to determine the qualifications to be residents of Khok Krachai Subdistrict. and has been affected by the corona virus (COVID-19) epidemic situation. The results of the research can be summarized as follows: 1) Community resource base of Khok Krachai Sub-district can be divided into 5 categories: natural resources, agricultural products, Tourist attractions, knowledge and community products. That gives the community has strengths in various resources. But there are still weaknesses in product development funding and also lack of marketing knowledge. 2) Product development results: 10 types of community products, namely Thai dessert products, curry paste, roasted rice, coconut broom Lamps made from coconut shells, banana chips, taro, fried potatoes, fried jackfruit, and sausages. Can generate total sales of 178,315 baht. The success factor in product development should have two important resources, namely having their own products that can be processed into products or having knowledge of methods and processes in production. Recommendations based on research findings, relevant external agencies should support the target group by providing training to enhance skills and knowledge, as well as pushing for community products to be accredited. and should expand the market to outside the community This allows for more products to be sold. leading to a stable income

Keywords: Product Development; Community Resource; Income Generation

บทนำ (Introduction)

จากการส่งเสริมของรัฐบาลในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ผ่านการดำเนินงานของสำนักงานพัฒนาชุมชน โดยตำบลโคกกระชายได้รับการคัดเลือกให้เป็นชุมชนต้นแบบเข้าร่วมโครงการ จากความพร้อมด้านภูมิศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งทางธรรมชาติและด้านวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยตำบลโคกกระชายนั้นประกอบด้วยพื้นที่ที่อยู่อาศัย พื้นที่ทำกิน และเขตป่าสงวนแห่งชาติและเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้เป็นแหล่งก่อให้เกิดสมุนไพรหลายชนิด อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ต้นน้ำลำธารซึ่งไหลผ่านหมู่บ้านต่าง ๆ ของตำบลโคกกระชายและตำบลอื่น ๆ อีกหลายหมู่บ้าน ส่งผลให้ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก จึงกล่าวได้ว่าตำบลโคกกระชายนั้นเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา ที่ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว ที่ช่วยสร้างงานให้แก่คนในชุมชนและพัฒนาอาชีพได้อย่างหลากหลาย จึงทำให้มีการส่งเสริมพัฒนาอาชีพจากหน่วยงานต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องจึงทำจนชุมชนเกิดความเข้มแข็งและกระตือรือร้นในการพัฒนาตลอดเวลา

แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในช่วงที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบต่อชาวบ้านในชุมชนในแง่มุมที่ต่างกันไป ดังนี้ ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้น้อยลงเนื่องจากพึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลัก กลุ่มเกษตรกรได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ และภัยแล้ง ผู้รับจ้างทั่วไปขาดรายได้จากการจ้างงาน นักเรียนนักศึกษา ได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากการขาดรายได้ของผู้ปกครอง นอกจากนั้นยังเกิดผลกระทบด้านการถูกเลิกจ้างหรือไม่สามารถประกอบอาชีพได้ของผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่น จนต้องเดินทางกลับมายังภูมิลำเนาเพื่อลดค่าใช้จ่ายและหารายได้ยังชีพระหว่างที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาด ด้วยการรับจ้างหรือทำเกษตรกรรม จากการวิเคราะห์ปัญหาและสภาพแวดล้อมของชุมชน ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงโอกาสที่ช่วยให้ชุมชนผ่านพ้นวิกฤตในครั้งนี้ แนวทางหนึ่งคือการสร้างรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้ทรัพยากรที่หลากหลายของชุมชนเอง เพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนและเกิดการหมุนเวียนของเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กระทรวงมหาดไทย (2560) ที่มีนโยบายที่มุ่งมั่นจะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นและยั่งยืน โดยการสร้างงานภายใต้กระบวนการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาผสมผสานกับภูมิปัญญา และนำมาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีจุดเด่น และมีรูปแบบการใช้งานเข้ากับยุคสมัย เป็นที่ยอมรับของคนทั้งในและต่างประเทศ

ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น แต่ก้ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้นตาม โดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น (กรมวิทยาศาสตร์บริการ, 2555) แต่กลับพบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังมีปัญหาทางด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่

ต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน (ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์, 2551)

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น การดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้แก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 ตำบลโคกกระชาย อำเภอบรบือ จังหวัดนครราชสีมา จึงมุ่งเน้นการนำองค์ความรู้และทักษะเกี่ยวกับ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการจัดจำหน่าย เข้ามาส่งเสริมการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาและส่งเสริมชาวบ้านในพื้นที่ตำบลโคกกระชายให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

- 1) เพื่อศึกษาฐานทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน ตำบลโคกกระชาย อำเภอบรบือ จังหวัดนครราชสีมา
- 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรของชุมชน ตำบลโคกกระชาย อำเภอบรบือ จังหวัดนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. **รูปแบบการวิจัย** งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นหลัก พื้นที่วิจัยคือตำบลโคกกระชาย อำเภอบรบือ จังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นการศึกษาถึงทรัพยากร และศักยภาพของชุมชนที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory Action Research) โดยให้กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมวิเคราะห์ทรัพยากรและศักยภาพของตนเองและชุมชน รวมถึงการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามความถนัดและฐานทรัพยากรของกลุ่มเป้าหมาย และเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้พัฒนาขึ้น

2. **กลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดคุณสมบัติให้กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้อาศัยอยู่ในตำบลโคกกระชาย และได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน จำแนกตามกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ดังนี้ รับจ้างทั่วไป 11 คน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 15 คน เกษตรกรรม 27 คน และนักเรียน/นักศึกษา 6 คน เพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับ ทรัพยากร และศักยภาพของชุมชน และร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามความถนัดและฐานทรัพยากรของตนเอง

3. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละช่วงของการดำเนินโครงการ ดังนี้ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้เก็บข้อมูลจากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย และรวบรวมรายละเอียดข้อมูลเชิงพื้นที่ 2) แบบประเมินผลการเข้าร่วมโครงการ ใช้ประเมินกลุ่มเป้าหมายถึง

สถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงหลังจากเข้าร่วมโครงการ รวมถึงความต้องการในการสนับสนุนในอนาคตเพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างยั่งยืน 3) แบบบันทึกการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหา อุปสรรค และผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน โดยสร้างข้อคำถามจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) หลังจากนั้นทำการสังเคราะห์ สรุปข้อมูล แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา มุ่งเน้นการสรุปข้อมูลทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) ที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory Action Research) ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับทรัพยากรและศักยภาพในชุมชน ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

4.2 ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ใช้การร่วมระดมสมองจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรของกลุ่มเป้าหมาย และให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองทำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จากการวิเคราะห์และออกแบบร่วมกัน เพื่อทดลองจำหน่ายในช่วงระยะเวลาดำเนินโครงการ

4.3 การสัมภาษณ์ (In depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความต้องการในการสนับสนุนเพิ่มเติมในอนาคต เพื่อให้สามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) และการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เพื่อสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ สรุปข้อมูล แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย และข้อมูลจากแบบประเมินการเข้าร่วมโครงการของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลสำรวจฐานทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน

ผลการสำรวจและวิเคราะห์ทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน จากการจัดประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มเป้าหมายจำนวน 60 คน แบ่งการสรุปข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย 2. ข้อมูลทรัพยากรชุมชน และ 3. การวิเคราะห์ SWOT เพื่อหาแนวทางในส่งเสริมการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 84 คน (ร้อยละ 73.33) เพศชาย จำนวน 16 คน (ร้อยละ 26.67) กลุ่มเป้าหมายมีอายุเฉลี่ย 53.67 ปี มีรายได้เฉลี่ย 4,316.67 บาท/เดือน ในด้านผลกระทบที่ได้รับจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 กลุ่มเป้าหมายได้รับผลกระทบจากการขายของได้น้อยลง รายได้ลดลง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ชั่วโมงการทำงานลดลง รายได้ลดลง คิดเป็นร้อยละ 25 ตกลงแต่ยังมีอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 16.67 ชั่วโมงทำงานใกล้เคียงแต่รายได้ลดลง คิดเป็นร้อยละ 11.67 ลำดับสุดท้ายคือ ผลกระทบด้านการตกงานไม่มีอาชีพ และรายได้ของครอบครัวลดลง คิดเป็นร้อยละ 8.33 เท่ากันทั้งสองสาเหตุ สำหรับองค์ความรู้และทักษะของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในการทำขนม เช่น ขนมไทย เบเกอรี่ ข้าวหมาก การแปรรูปอาหาร เช่น การทำปลาร้า พริกแกง พริกป่น ไส้กรอกสมุนไพร การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และงานหัตถกรรม

ส่วนที่ 2 ฐานทรัพยากรชุมชนของตำบลโคกกระชาย แบ่งออกเป็น 5 หมวดหมู่ ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ผลผลิตทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยว องค์ความรู้ และผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ละหมวดหมู่มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดของทรัพยากรชุมชนตำบลโคกกระชาย

หมวดหมู่	รายละเอียด
ทรัพยากรธรรมชาติ	- มีเนื้อที่ประมาณ 357 ตารางกิโลเมตรหรือ 223,125 ไร่เป็นที่ทำกิน จำนวนประมาณ 41,420 ไร่ เป็นที่อยู่อาศัย 3,535 ไร่ - เขตป่าสงวนแห่งชาติและเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน เป็นพื้นที่ต้นน้ำลำธาร เชื้อนลำธาร
แหล่งท่องเที่ยว	- สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สะพานไม้ 100 ปี ท่าแพ-ท่าเรือบ้านมาบกราด และน้ำตกวังเต่าที่เป็นส่วนหนึ่งของอุทยานแห่งชาติทับลาน
ผลผลิตทางการเกษตร	- ผลผลิตจากการทำเกษตรกรรม เช่น ข้าว ขนุน ถั่ว และสมุนไพร - ผลผลิตจากการทำประมงจากเชื้อนลำธาร
องค์ความรู้	- องค์ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การทำอาหารและขนม งานจักสานและงานฝีมือ
ผลิตภัณฑ์ชุมชน	- ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เช่น ยาหม่อง น้ำมันเหลือง

	- งานหัตถกรรมต่างๆ เช่น การทำไม้กวาด การทำเป็ดจากไม้ไผ่ - การแปรรูปอาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น การทำปลาร้า
--	---

จากการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสำรวจทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน พบว่า ชุมชนโคกกระชายมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่นในด้านความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ทั้งพื้นที่ป่าสงวนและเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน และเขื่อนลำแชะ ส่งผลให้พื้นที่นี้มีผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลายทั้ง อ้อย ข้าวโพด มันสำปะหลัง ผลไม้ รวมถึงผลผลิตจากการทำประมงในเขื่อนลำแชะ ในด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ได้แก่ น้ำตกวังเต่าที่อยู่ในบริเวณเขื่อนลำแชะ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง ได้แก่ สะพานไม้ 100 ปี สะพานเก่าแก่ที่ทอดยาวผ่านทุ่งนา และองค์ความรู้ ทั้งจากที่สืบทอดต่อกันมาในพื้นที่ หรือการได้รับการอบรมจากหน่วยงานภายนอก เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การทำอาหาร รวมถึงงานหัตถกรรม ซึ่งกลุ่มเป้าหมายบางรายได้ใช้องค์ความรู้เหล่านี้ในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย เช่น องค์ความรู้ในการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร ทั้งหมดล้วนเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไปได้

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ SWOT จากข้อมูลฐานทรัพยากรและศักยภาพของชุมชน และจัดทำ TOWS Matrix เพื่อหาช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่นำไปสู่การสร้างรายได้ให้แก่ผู้ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด- 19 ผลการวิเคราะห์เป็นดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix

	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	- ชุมชนมีผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลาย - มีองค์ความรู้ที่สามารถใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ - มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	- กลุ่มเป้าหมายขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - กลุ่มเป้าหมายขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด
โอกาส (O)	(SO)	(WO)
- ชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง - หน่วยงานภาครัฐมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน	- การนำทรัพยากรชุมชนที่มีมาเป็นหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	- การรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และจำหน่าย
อุปสรรค (T)	(ST)	(WT)
- นักเที่ยวลดลง	- การการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	- การส่งเสริมความรู้ด้าน

- ผลผลิตชุมชนในตลาดมีความคล้ายคลึงกัน	ให้มีความแตกต่างโดยใช้ทรัพยากรในพื้นที่ เพื่อขยายไปยังตลาดภายนอก	การตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างแก่ผลผลิตชุมชน
---------------------------------------	--	--

จากการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ SWOT และทำ TOWS Matrix กลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นตรงกันว่าชุมชนมีจุดแข็งในด้านทรัพยากรที่หลากหลายทั้งผลผลิตทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยว และองค์ความรู้ ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลผลิตชุมชนที่มีจุดเด่นได้ แต่กลุ่มเป้าหมายได้วิเคราะห์ว่ายังคงมีจุดอ่อนในด้านเงินทุนในการพัฒนาผลผลิต และยังขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด เช่น การออกแบบผลผลิต การตั้งราคาขาย การคำนวณต้นทุน และช่องทางการจำหน่าย แต่เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐยังคงส่งเสริมผลผลิตชุมชนอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกอยู่เสมอ ซึ่งถือเป็นโอกาสในการพัฒนาผลผลิต ในด้านอุปสรรคกลุ่มเป้าหมายเห็นว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังคงเป็นอุปสรรคหลัก และอีกอุปสรรคสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อพัฒนาผลผลิตคือ ผลผลิตชุมชนในตลาดส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ขาดความแตกต่างที่ชัดเจน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผลผลิตชุมชนที่นำเสนอสู่ตลาด

หลังจากทำการวิเคราะห์ SWOT แล้ว กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกันนำเสนอกลยุทธ์ในการพัฒนาผลผลิตชุมชนผ่านการจัดทำ TOWS Matrix พบว่า เมื่อนำจุดแข็งที่มีมารวมกับโอกาส (SO) ได้กลยุทธ์การนำทรัพยากรที่มีในชุมชนมาเป็นหลักในการพัฒนาผลผลิตชุมชน เช่น การนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูป การทำของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยว การทำชิ้นงานหัตถกรรมจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นต้น เมื่อพิจารณาจุดอ่อนร่วมกับโอกาส (WO) ได้เสนอกลยุทธ์การรวมกลุ่มในการพัฒนาผลผลิต เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้กระบวนการกลุ่มเป็นกลไกในการขับเคลื่อน ด้วยการนำเงินทุนมารวมกัน การร่วมกันผลิต และการมีส่วนร่วมในการจำหน่ายผลผลิต สำหรับการพิจารณาจุดแข็งร่วมกับอุปสรรค (ST) ได้กลยุทธ์การพัฒนาผลผลิตให้มีความแตกต่าง โดยการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาสร้างจุดเด่น เพื่อสร้างโอกาสในการจัดจำหน่าย และสุดท้ายการพิจารณาจุดอ่อนร่วมกับอุปสรรค (WT) ได้กลยุทธ์การส่งเสริมความรู้ทางด้านการตลาด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถพัฒนาผลผลิตที่มีความแตกต่าง และนำเสนอออกสู่ตลาดได้

การพัฒนาผลผลิตจากฐานทรัพยากรชุมชน

การพัฒนาผลผลิตจากฐานทรัพยากรของชุมชน ตำบลโคกกระชาย อำเภอบรบือ จังหวัดนครราชสีมา ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงาน โดยกลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการเลือกผลผลิตที่ต้องการพัฒนา การออกแบบผลผลิต การทดลองผลิตและจำหน่ายผลผลิตเพื่อสร้างรายได้ โดยอาศัยกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางในการดำเนินงาน ผลการพัฒนาผลผลิตแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1. รูปแบบผลผลิตจากฐานทรัพยากรชุมชน 2. ผลการทดลองจำหน่ายผลผลิตชุมชนที่พัฒนาขึ้น และ 3. การติดตามและประเมินผลการพัฒนาผลผลิตชุมชน

1. รูปแบบผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน เริ่มต้นจากกระบวนการค้นหาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้กลุ่มเป้าหมายได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการนำทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และต้องการทำให้เกิดเป็นอาชีพเสริม ในการค้นหารูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมายได้ทำการรวมกลุ่มผู้ที่มีทรัพยากรคล้ายกัน และมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อแก้ปัญหาด้านการขาดแคลนเงินทุน และแรงงานในการผลิต โดยกระบวนการในการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มย่อยตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกันกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยช่วยให้คำแนะนำและส่งเสริมองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนา เช่น องค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ด้านการตลาด ผลการทดลองพัฒนาได้ผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้จำนวน 10 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีลักษณะ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ปลาร้า ปลาสาม กลุ่มเป้าหมายเลือกใช้ปลาที่ได้จากการทำประมงในเขื่อนลำแชะ ร่วมกับองค์ความรู้ในการหมักปลาร้า และทำปลาสามที่กลุ่มเป้าหมายมี มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ปลาร้า และปลาสาม โดยนำเสนอจุดเด่นการใช้วัตถุดิบที่เป็นปลารักรวมชาติ โดยผลิตภัณฑ์ปลาสามนั้น กลุ่มเป้าหมายออกแบบให้ใช้การบรรจุแบบสุญญากาศ เพื่อความสะอาดและยืดอายุการเก็บรักษา ส่วนผลิตภัณฑ์ปลาร้ากลุ่มเป้าหมายมีแนวคิดการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าบรรจุขวด

- ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ เผือก มัน ขนุนทอด นำผลผลิตที่ได้จากการเพาะปลูกมาทำการแปรรูปเป็นขนมขบเคี้ยว โดยเฉพาะการนำขนุนมาแปรรูปซึ่งเป็นการแก้ปัญหาหาราคาผลผลิตที่ตกต่ำ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรสชาติที่หลากหลาย และเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รูปแบบถุง และแบบกระปุก เพื่อป้องกันการแตกหัก พร้อมทั้งติดตราสินค้าเพื่อช่วยสร้างการจดจำให้แก่ลูกค้า เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ที่ลักษณะคล้ายกันจำหน่ายอยู่ในพื้นที่ด้วย

- ผลิตภัณฑ์พริกแกง ข้าวคั่ว กลุ่มเป้าหมายเลือกใช้วัตถุดิบสมุนไพรที่เพาะปลูกในครัวเรือน และข้าวเป็นผลผลิตทางการเกษตรหลักที่มี แต่พริก กระเทียม และหอมแดง ที่เป็นวัตถุดิบหลัก ยังคงต้องซื้อจากภายนอกเนื่องจากไม่มีผลผลิตในพื้นที่ ทำการปรุงโดยใช้สูตรเฉพาะของตนเองทำให้ได้เครื่องแกงที่มีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ และมีความสดใหม่ ไม่ใส่สารกันเสีย เลือกใช้บรรจุภัณฑ์รูปแบบกระปุกแทนการใช้ถุงพลาสติกแบบเดิม เพื่อความสะดวกต่อการใช้และเก็บรักษา

- กลุ่มไส้กรอกโบราณ ใช้ทรัพยากรหลักเป็นองค์ความรู้ในการทำไส้กรอกทั้งส่วนผสมเครื่องปรุง และวิธีการทำ และมีการพัฒนาสูตรเพิ่มเติมทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ไส้กรอกที่มีรสชาติหลากหลายมากขึ้น ทั้งรสชาติดั้งเดิม ไส้กรอกสมุนไพร และไส้กรอกปลา และเพิ่มเติมรูปแบบการขายเป็นการบรรจุสุญญากาศขนาดบรรจุ ครึ่งกิโลกรัม และหนึ่งกิโลกรัม สำหรับลูกค้าที่ต้องการซื้อไปปรุงเอง หรือจำหน่ายต่อ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาคุณภาพรองรับการขนส่งได้

- ผลิตภัณฑ์กระเป๋ผ้า กลุ่มเป้าหมายใช้องค์ความรู้ในการตัดเย็บในการแปรรูปเศษผ้าไหมที่เหลือจากการตัดชุดผ้าไหม มาตัดเย็บเป็นกระเป๋ผ้าใส่ของขนาดเล็ก สำหรับใส่กระดาษชำระ เศษ

เหรียญ หรือโทรศัพท์มือถือ ที่มีความสวยงามจากลวดลายของผ้าไหม แล้วบรรจุในซองพลาสติกเพื่อจำหน่าย

- ผลิตภัณฑ์พรมเช็ดเท้า กลุ่มเป้าหมายเคยผ่านการอบรมกับทอพรมเช็ดเท้าจากหน่วยงานพัฒนาชุมชน แต่ยังไม่เคยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย จึงได้ใช้องค์ความรู้ที่มีในการผลิตพรมเช็ดเท้า โดยทำการรวมเงินกันในกลุ่มสมาชิกเพื่อซื้อเศษผ้ามาแบ่งกันตามสัดส่วน แล้วแยกกันผลิตและจำหน่าย กลุ่มเป้าหมายยังไม่มีกรออกแบบบรรจุภัณฑ์ หรือตราสินค้าเพิ่มเติม

- ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เป็นการรวมกลุ่มกันผู้มีความรู้เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร กลุ่มเป้าหมายจึงเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความถนัดของตนเอง ได้เป็นผลิตภัณฑ์ยาหม่องและพืมน้ำสมุนไพร ที่มีส่วนผสมของใบย่านางให้กลิ่นหอม มีสรรพคุณแก้อาการวิงเวียนบรรเทาอาการปวดจากแมลงสัตว์กัดต่อย และผลิตภัณฑ์น้ำมันเหลืองสกัดเย็น จากสูตรและวิธีการที่ถ่ายทอดมาในครอบครัว ใช้หาบริเวณที่ปวดเมื่อยหรือระคายผิวจากแมลงกัดต่อย บรรจุในขวดแก้วแบบลูกกลิ้ง ใช้งานสะดวกทั้งการทาและการนวดบริเวณที่มีอาการ

- ผลิตภัณฑ์จักรสาน กลุ่มเป้าหมายมีองค์ความรู้ในการทำไม้กวาดมาผลิตไม้กวาดทางมะพร้าว โดยมีการเสริมแผ่นยางเพิ่มความแข็งแรงทำให้ไม้กวาดมีความทนทาน ซึ่งแตกต่างจากไม้กวาดทั่วไปในท้องตลาด วัสดุที่นำมาใช้หาได้ในพื้นที่ทั้งด้ามไม้ไผ่ และก้านมะพร้าว อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายได้พัฒนาขึ้นคือโคมไฟจากกะลามะพร้าว เป็นการนำวัสดุเหลือทิ้งมาสร้างมูลค่า ด้วยองค์ความรู้ด้านงานฝีมือ ได้เป็นโคมไฟสำหรับการประดับตกแต่ง

- ผลิตภัณฑ์ขนมไทย กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่โดยเฉพาะผู้สูงอายุมีองค์ความรู้ในการทำขนมไทยพื้นบ้านเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนม โดยการนำวัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่นมาใช้เป็นส่วนประกอบ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการทำร่วมกัน ได้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไส้ไส้ขนมถั่วแปบ ขนมหม้อแกงโบราณ ขนมฟักบัวทอด ข้าวหมาก โดยกลุ่มเป้าหมายได้เสนอให้มีการนำขนมไทยมาจัดชุดอาหารว่างสำหรับจัดประชุมเสนอแก่หน่วยงานในท้องถิ่นเพื่อใช้ในการจัดอบรมหรือประชุมในโอกาสต่างๆ เป็นอีกหนึ่งช่องทางการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น

- ผลิตภัณฑ์ขนมอบจากกลุ่มนักเรียน เกิดจากกลุ่มนักเรียนในพื้นที่ที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้แก่อาจารย์และผู้ปกครอง จึงเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมอบได้แก่ คุกกี้ ขนมปังอบกรอบ เนื่องจากทางโรงเรียนมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ แต่ยังขาดองค์ความรู้ ผู้วิจัยจึงจัดหาผู้เชี่ยวชาญในการสอนทำขนมมาถ่ายทอดความรู้ให้จนกระทั่งสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนม เพื่อวางจำหน่ายในร้านค้าภายในโรงเรียน และใช้เป็นอาหารว่างสำหรับการจัดประชุมของทางโรงเรียนในโอกาสต่างๆ

2. ผลการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้น จากการพัฒนามีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจนประสบความสำเร็จสามารถนำไปจำหน่ายได้ จำนวน 10 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมไทย พริกแกง ข้าวคั่ว ไม้กวาดทางมะพร้าว โคมไฟจากกะลามะพร้าว กล้วยฉาบ เผือก มันทอด ขนุนทอด ไส้กรอก สำหรับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างกระบวนการพัฒนายังไม่สามารถจำหน่ายได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ปลาร้า ปลาสาม กระเป๋าคั่ว พรมเช็ดเท้า กระเป๋าคั่ว ขนมอบ และผลิตภัณฑ์สมุนไพร

กระบวนการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มเป้าหมายทดลองวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนเป็นหลัก ด้วยการวางจำหน่ายหน้าบ้าน การฝากขายในร้านค้าในชุมชน การนำไปจำหน่ายยังตลาดนัด และอาศัยการบอกปากต่อปากในชุมชน ผลการทดลองจำหน่ายสามารถสร้างยอดขายรวมทั้งสิ้น 178,315 บาท โดยมีรายละเอียดแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็นดังนี้

1) กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ขนมไทย สมาชิกจำนวน 13 คน สร้างยอดขายจากการจำหน่ายขนมไทยรวม 47,290 บาท ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน จากการจำหน่ายขนมไทยในชุมชนตลาดนัด และการจัดชุดอาหารว่างให้หน่วยงานในท้องถิ่น คิดเป็นรายได้เฉลี่ย/คน/เดือน ประมาณ 1,213 บาท

2) กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์พริกแกง ข้าวคั่ว สมาชิกจำนวน 3 คน สร้างยอดขายรวม 22,720 บาท ในช่วงระยะเวลา 5 เดือน จากการจำหน่ายพริกแกงให้แก่คนชุมชน ตลาดนัด และฝากขายร้านค้าในชุมชน คิดเป็นรายได้เฉลี่ย/คน/เดือน ประมาณ 1,515 บาท

3) กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์จักรสาน สมาชิกจำนวน 2 คน สร้างยอดขายจากการผลิตไม้กวาดทางมะพร้าว และโคมไฟกะลามะพร้าวจำหน่ายรวม 27,250 บาท ในช่วงระยะเวลา 5 เดือน จากการจำหน่ายให้แก่คนชุมชน โรงงานอุตสาหกรรมที่ส่งไปใช้งาน และพ่อค้า คิดเป็นรายได้เฉลี่ย/คน/เดือน ประมาณ 2,725 บาท

4) กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ เผือก มันทอด ขนุนทอด สมาชิกจำนวน 7 คน สร้างยอดขายรวม 21,995 บาท ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน จากการจำหน่ายให้แก่คนชุมชน การขายผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งขายไปยังลูกค้าต่างจังหวัด คิดเป็นรายได้เฉลี่ย/คน/เดือน ประมาณ 1,047 บาท

5) กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ไส้กรอก สมาชิกจำนวน 8 คน สร้างยอดขายรวม 59,060 บาท ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน จากการจำหน่ายให้แก่คนชุมชน ตลาดนัด การขายผ่านช่องทางออนไลน์ คิดเป็นรายได้เฉลี่ย/คน/เดือน ประมาณ 1,230 บาท

3. การติดตามและประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กระบวนการติดตามและประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเพื่อเก็บข้อมูลในเชิงลึกเพื่อสรุปผลการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงความต้องการในการสนับสนุนเพิ่มเติมในอนาคต โดยเลือกตัวแทนกลุ่มเป้าหมายจากทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มละ 2 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูล จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายถึง ผลเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นว่าการเข้าร่วมโครงการช่วยให้ได้รับการพัฒนาทักษะใหม่ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการ เช่น การจำหน่ายสินค้า การผลิตสินค้า การคิดต้นทุนสินค้าอย่างง่าย และการบันทึกรายรับรายจ่าย ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการทดลองจำหน่าย นอกจากทักษะที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ทักษะต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เปลี่ยนไปเช่นกัน จากเดิมกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัว เห็นว่าตนเองไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายได้ หรือมีความกังวลว่าผลมาแล้วจะสามารถจำหน่ายได้หรือไม่ เป็นการเห็นว่าตนเองมีศักยภาพสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ และสามารถสร้าง

รายได้เสริมจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ กลุ่มเป้าหมายจึงได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนชีวิตในอนาคต โดยตั้งเป้าหมายในการผลิตสินค้าจำหน่ายตามศักยภาพ ความพร้อม และทรัพยากรที่ตนเองมี เพื่อให้เกิดเป็นรายได้เสริมแก่ตนเองและครอบครัว โดยกลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพการทำการเกษตร การรับจ้าง และการค้าขาย ส่วนใหญ่ยังคงยึดอาชีพเดิมของตนเองเป็นหลักและใช้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นการสร้างรายได้เสริมหลังจากมีเวลาว่างจากงานหลัก แต่มีกลุ่มเป้าหมายบางรายที่ผลิตสินค้าจำหน่ายเป็นอาชีพหลัก เช่น กลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุที่เริ่มทำขนมขายในหมู่บ้านสร้างรายได้ให้แก่ตนเองจากปกติที่ไม่มีรายได้

ในด้านปัญหา และอุปสรรค ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคที่พบระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การที่กลุ่มเป้าหมายบางรายไม่มีทรัพยากรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผลผลิตทางการเกษตร หรือองค์ความรู้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายแก้ไขปัญหาด้วยการรวมกลุ่มระหว่างผู้ที่มีทรัพยากรต่างกัน เช่น กลุ่มเป้าหมายที่มีเพียงผลผลิตรวมกลุ่มกับผู้ที่มีองค์ความรู้ที่ใช้ในการแปรรูป ช่วยให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้สำเร็จ ในขณะที่การรวมกลุ่มช่วยแก้ปัญหาด้านการขาดทรัพยากร แต่กลับเกิดปัญหาในด้านการทำงานร่วมกัน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายแต่ละรายมีช่วงเวลาวางไม่ตรงกัน การนัดรวมตัวกันทำได้ยาก จึงแก้ปัญหาด้วยการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบกันในกลุ่ม โดยกลุ่มเป้าหมายส่วนหนึ่งรับผิดชอบการผลิต และอีกส่วนหนึ่งรับผิดชอบการจำหน่าย หรือบางผลิตภัณฑ์ใช้การแลกเปลี่ยนทรัพยากรกัน เช่น การจำหน่ายวัตถุดิบให้แก่สมาชิกในราคาถูก หรือการสอนสมาชิกในการผลิตสินค้า แล้วสมาชิกในกลุ่มต่างแยกกันผลิตและจำหน่าย ซึ่งช่วยแก้ไขปัญหาด้านเวลาที่ไม่ตรงกันได้ สำหรับอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายให้ความเห็นว่าการขาดแคลนเงินทุนเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนา การใช้กระบวนการรวมกลุ่มและระดมเงินทุนจากสมาชิกมีส่วนช่วยลดอุปสรรคลงได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น นอกจากนั้นยังมีอุปสรรคในด้านความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ยังขาดแคลนอุปกรณ์ที่จำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงแก้ปัญหาด้วยการประยุกต์ใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ในการผลิตจึงสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ในรูปแบบที่จำกัดเท่านั้น

ในส่วนของการสนับสนุนที่กลุ่มเป้าหมายต้องการในอนาคต กลุ่มเป้าหมายต้องการการสนับสนุนในด้านความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาด การขยายตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่กลุ่มผู้บริโภคภายนอกชุมชน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพียงแค่นั้นชุมชนนั้นยังสร้างยอดขายได้น้อย หากสามารถจำหน่ายไปยังภายนอกชุมชนได้จะส่งผลให้มียอดขายเพิ่มขึ้น เกิดรายได้มากขึ้นซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนในอนาคตได้ และยังเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกได้รู้จักชุมชนเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนั้นกลุ่มเป้าหมายยังต้องการการสนับสนุนอุปกรณ์การและองค์ความรู้ในการพัฒนาหรือต่อยอดผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชุมชน เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้แก่ผู้ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ตำบลโคกกระชาย อำเภอกนครบุรี จังหวัดนครราชสีมา มีประเด็นที่น่าสนใจมีดังนี้

1. ประเด็นการสำรวจและวิเคราะห์ฐานทรัพยากรด้วยการวิเคราะห์ SWOT ทำให้ทราบว่าชุมชนมีจุดแข็งในด้านทรัพยากรที่หลากหลายทั้งผลผลิตทางการเกษตร แหล่งท่องเที่ยว และองค์ความรู้ ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีจุดเด่นได้ แต่ชุมชนยังมีจุดอ่อนในด้านเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และยังขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่ทำการเกษตรเป็นอาชีพหลักจึงขาดประสบการณ์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และยังขาดการส่งเสริมความรู้จากหน่วยงานภายนอก ในขณะที่เดียวกันหน่วยงานภาครัฐยังคงส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในด้านอุปสรรคสำคัญคือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในตลาดส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ขาดความแตกต่างที่ชัดเจน ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำเสนอสู่ตลาด สอดคล้องกับบุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล (2561) ที่วิเคราะห์ว่าผลิตภัณฑ์มีจุดอ่อนในด้านความคล้ายคลึงกันในท้องถิ่น และกลุ่มวิสาหกิจขาดแคลนเงินทุนในการขยายเครื่องจักรและเครื่องมือ รวมถึงการไม่มีตราสินค้า และช่องทางการจำหน่ายก็เป็นจุดอ่อนที่สำคัญ แต่ยังคงมีโอกาสด้านกระแสความนิยมของผลิตภัณฑ์ OTOP และยังคงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอยู่เสมอ และยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พหล ศักดิ์คะทนต์ และพุดผิสรค์ เครือคำ (2561) ที่พบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มักประสบปัญหาด้านการขาดงบประมาณและเงินทุนหมุนเวียน และปัญหาด้านการไม่สถานที่จำหน่ายประจำ ขาดการขยายตลาด สภาพการแข่งขันสูงนำไปสู่การลอกเลียนแบบสินค้ากันเองในตลาด

2. ประเด็นการนำกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มเป้าหมายได้ประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านร่วมกันอย่างเหมาะสม ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้จำนวน 10 ประเภท ซึ่งการพัฒนานั้นมาจากการใช้จุดแข็งที่มีในชุมชนจึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น นอกจากนั้นในระหว่างกระบวนการพัฒนากลุ่มเป้าหมายได้ร่วมกันกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยช่วยให้คำแนะนำและส่งเสริมองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และองค์ความรู้ด้านการตลาด ถือเป็นการใช้กลยุทธ์ในการลดจุดอ่อนและเอาชนะอุปสรรค ซึ่งการนำกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์มาประยุกต์ใช้ร่วมกันนั้นมีส่วนช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาจนนำไปสู่ความสำเร็จ สอดคล้องกับ ยุภาพร ยุภาศ (2562) ที่สรุปว่าการเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมช่วยให้องค์การมีกรอบและแนวทางที่ชัดเจน นำไปสู่การกำหนดทิศทางและแนวทางในการกำกับใช้ทรัพยากรขององค์การได้อย่างเหมาะสม และช่วยให้การดำเนินงานเกิดความสอดคล้องในการปฏิบัติหน้าที่ เนื่องจากมีการกำหนดกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้และการตรวจสอบควบคุมไว้อย่างชัดเจน ส่งผลให้เกิดความเข้าใจตรงกันและเกิดความร่วมมือ

3. ประเด็นการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การที่กลุ่มเป้าหมายสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สำเร็จจนสามารถทดลองจำหน่ายได้นั้น เป็นผลจากกระบวนการพัฒนาที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายร่วมคิด ร่วมออกแบบและกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเอง และยังช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการพัฒนาทักษะด้าน การจำหน่ายสินค้า การผลิตสินค้า การคิดต้นทุนสินค้า อย่างง่าย รวมถึงการบันทึกรายรับรายจ่าย ทักษะเหล่านี้เกิดขึ้นจากส่งเสริมความรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายระหว่างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ อัจจิมา ศุภจริยาวัตร (2565) ที่พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรส่งเสริมให้ วิสาหกิจชุมชน ชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพร่วมกัน ซึ่งถือเป็นการสร้างเครือข่ายในการดำเนินการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น และเสนอให้ควรส่งเสริมหรือจัดกระบวนการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ การตลาด ความรู้ด้านบัญชี ความรู้ทางด้านกระบวนการ ผลิตและการบรรจุภัณฑ์ รวมถึงมีการศึกษาดูงานพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกนำมาปรับใช้ในชุมชนของตนเอง นอกจากนั้นกลุ่มเป้าหมายยังเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความตระหนักในศักยภาพของตนเองมากขึ้น และเห็นโอกาสในการสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จนนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนชีวิต โดยตั้งเป้าหมายในการผลิตสินค้าจำหน่ายตามศักยภาพ ความพร้อม และทรัพยากรที่ตนเองมี เพื่อให้เกิดเป็นรายได้เสริมแก่ตนเองและครอบครัว

4. ประเด็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จสามารถสรุปได้ว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรต้องมีทรัพยากรที่สำคัญ 2 ส่วน คือ การมีผลผลิตของตนเองที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้ หรือการมีองค์ความรู้เกี่ยวกับวิธีการและกระบวนการในการผลิต จะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่หากกลุ่มเป้าหมายที่มีเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง การแลกเปลี่ยนและเสริมสร้างองค์ความรู้ โดยผู้วิจัยเป็นผู้จัดทำให้ หรือใช้กระบวนการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรกันก็สามารถช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สำเร็จได้เช่นกัน สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ประสบความสำเร็จ ที่ได้แลกเปลี่ยนว่าสาเหตุหนึ่งมาจากการไม่มีทั้งผลผลิตที่สามารถนำมาแปรรูปได้และไม่้องค์ความรู้ ซึ่งการพัฒนาจึงต้องใช้เวลามากกว่า จนบางรายไม่สามารถพัฒนาให้สำเร็จได้เนื่องจากไม่เคยทำมาก่อน อีกสาเหตุหนึ่งมาจากการดำเนินโครงการนั้นกลุ่มเป้าหมายติดภารกิจอื่นเช่น การทำไร่ ทำนา จึงทำให้ไม่มีเวลามาทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่การสำรวจฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ช่วยให้ชุมชนสามารถออกแบบและกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับ

ตนเองได้ และควรส่งเสริมให้นำผลผลิตที่มีในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนา

- สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เข้ามามีบทบาทในการให้การสนับสนุนชุมชน ด้วยการสนับสนุนงบประมาณ จัดฝึกอบรมเสริมทักษะและความรู้ด้านการตลาด การปรับปรุงคุณภาพสินค้า การขยายช่องทางการจำหน่าย รวมถึงการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หรือการรับรองมาตรฐานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า และสามารถขยายตลาดได้ในอนาคต

- ควรมีการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มกันในชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการนำทรัพยากรที่มีมาใช้ร่วมกัน เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร เช่น ผลผลิต แรงงาน หรือเงินทุน ซึ่งมีความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การรวมกลุ่มยังช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันและช่วยเหลือกันในชุมชน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งถัดไป

- ควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากผลิตภัณฑ์หรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในตลาดเพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ความรู้ ความเข้าใจ ภาวะผู้นำ ความต้องการของตลาด เป็นต้น

- ทำการวิจัยขยายผลไปยังพื้นที่อื่น เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหา อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง (Reference)

- กรมวิทยาศาสตร์บริการ. (2555). *ทำดีเพื่อเจ้าพ่อหลวง: เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ: กรมวิทยาศาสตร์บริการ
- กระทรวงมหาดไทย. (2560). *ส่วนพัฒนายุทธศาสตร์สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์*. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.
- ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์. (2551). *การออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากผ้าไหมสุรินทร์*. (รายงานวิจัย).มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และ ภาคินี เปล่งดีสกุล (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญา ในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาน้ำจืด แม่สมศรี ต.ทุ่งลุยลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 10(2), 206-230

- พหล ศักดิ์คะทัศน์ และพุดมสรณ์ เครือคำ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*. 35(1), 73-82.
- ยุภาพร ยุภาศ. (2562). กลยุทธ์กับการบริหารงาน. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 6(1), 353-362
- อัจจิมา ศุภจริยาวัตร (2565). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งออก กรณีศึกษากลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*. 5(1), 429-444