



รายงานการวิจัยเพื่อท้องถิ่นฉบับสมบูรณ์
โครงการ การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ
ฐานรากเทศบาลตำบลลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ศศิธร หวังคำกลาง และคณะ

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
(สกว.)

เมษายน ๒๕๖๓



รายงานการวิจัยเพื่อท้องถิ่นฉบับสมบูรณ์
โครงการ การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ
ฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
(๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๒)

ศศิธร หวังคำกลาง และคณะ

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
(สกสว.)

เมษายน ๒๕๖๓

คำนำ

รายงานผลการวิจัยเรื่องพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา
- 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา
- 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา
- 4) เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่ได้รับชุมชนได้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา ได้พัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยความร่วมมือของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค ตามเขตการปกครอง 6 หมู่บ้าน 10 ชุมชน ดังนี้

หมู่ที่ 1 บ้านสำโรงมี 2 ชุมชน คือ ชุมชนสำโรงตะวันออก และชุมชนสำโรงตะวันตก

หมู่ที่ 2 บ้านตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนตลาดแค และชุมชนชาววัง

หมู่ที่ 3 บ้านตะขบ มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนตะขบ

หมู่ที่ 11 บ้านสระแทต มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนสระแทต

หมู่ที่ 12 บ้านสามแยกตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนโนนหนามแดง และชุมชนโนนหิน

พิมาน

ได้ร่วมกระบวนการในการวางแผน หาข้อมูล วิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการดำเนินงานตามกรอบการปฏิบัติงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย โดยมีคณะที่เลี้ยงในระดับจังหวัดเป็นผู้ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี ข้อมูลในรายงานนี้ประกอบด้วยเนื้อหา 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย

บทที่ 4 ผลความก้าวหน้าการวิจัย

บทที่ 5 บทสรุปวิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

ทางคณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานผลการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษา
หากผิดพลาดประการใด ขออภัยไว้ ณ โอกาสนี้

นางศศิธร หวังคำกลาง และคณะ

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญตาราง	ซ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
คำถามการวิจัย	4
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
ประโยชน์ที่จะได้รับ	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลตำบลตลาดแค	7
เอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	10
ความหมายของผลิตภัณฑ์	11
ประเภทของผลิตภัณฑ์	11
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	12
เศรษฐกิจฐานราก หรือเศรษฐกิจชุมชน	14
ทฤษฎีการตลาด	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21

3	วิธีการดำเนินการวิจัย	32
	ขอบเขตการวิจัย	32
	วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
	ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
4	ผลการวิจัย	48
	บริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน	48
	ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค	63
	วิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค	66
	แนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก	
	เทศบาลตำบลตลาดแค	88
	การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบล	
	ตลาดแค	90
5.	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	99
	สรุปผลการวิจัย	100
	อภิปรายผลการวิจัย	102
	ข้อเสนอแนะการวิจัย	105
	บรรณานุกรม	106
	ภาคผนวก	109
	ภาคผนวก ก เครื่องมือ	110
	ภาคผนวก ข ภาพประกอบกิจกรรม	120
	ภาคผนวก ค ทีมวิจัย	137
	ภาคผนวก ง ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน	148
	ประวัติผู้วิจัย	183

สารบัญตาราง

ตารางที่

	หน้า
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากร (คน)	8
2.2 ช่วงอายุและจำนวนประชากร (คน)	9
4.1 ข้อมูลจำนวนประชากร	50
4.2 ความรู้/ภูมิปัญญาในชุมชน	52
4.3 ทู่นทางเศรษฐกิจ	59
4.4 รายจ่ายของชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค	61
4.5 ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค	63
4.6 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
4.1 โองาชีวิตของชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค	62
4.2 สติกเกอร์ ตีตบรรจุมันท์ ครั้งที่ 1 ร่างสติกเกอร์ตีตบรรจุมันท์	91
4.3 สติกเกอร์ ตีตบรรจุมันท์ปรับแก้ครั้งที่ 2 เพิ่มคำว่าตลาดแค...แคร้คุณ	92
4.4 การปรับเปลี่ยน ครั้งที่ 3 เพิ่มตราสัญลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของเทศบาลตำบลตลาดแค ลงในโลโก้ผลิตภัณฑ์	93
4.5 การอบรมเชิงปฏิบัติการ กลยุทธ์การตลาด	95
4.6 ขนมไทยแบบห่อใบตอง	96
4.7 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์	97
4.8 แผนภูมิขั้นตอนการทำวิจัย	98

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ผ่านมาเน้นการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิต (Factor-driven economy) เน้นต้นทุนต่ำ แต่ปัจจุบันจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเนื่องจากการลงทุนและการค้าเสรี ทำให้นักลงทุนต่างชาติย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยไปสู่ประเทศที่มีแรงงานราคาถูกและทรัพยากรราคาต่ำกว่าภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งทอและเสื้อผ้า ในประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบโดยตรง ส่วนสินค้าที่ผลิตขึ้นเองส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีมูลค่าต่ำและเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้น รัฐบาลจึงพยายามปรับปรุงจุดอ่อนเรื่องมูลค่าผลิตภัณฑ์ไปสู่ขั้นเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ (Efficiency-driven economy) และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-driven economy) ดังที่ปรากฏให้เห็นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เน้นการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้ขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศ โดยจะมุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม ทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ โดยการกำหนดวาระการวิจัยแห่งชาติ (National Research Agenda) ให้มีจุดเน้นที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับสาขาเป้าหมายการพัฒนาประเทศ และใช้กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมบูรณาการวิจัยและพัฒนากับการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และการพัฒนานวัตกรรม (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564. ออนไลน์. 2561)

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับสังคมไทยในปัจจุบันakorกับช่วงเวลาประเทศชาติกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับประสบปัญหาต่างๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับฐานราก ซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาโดยจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐให้การช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำ

ทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีมูลค่าเพิ่ม สนองความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดเชียงใหม่. 2556)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนโดยทั่วไป มักจะพบว่า ชุมชนส่วนใหญ่จะประสบปัญหา 1) ขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนา 2) ขาดทักษะการผลิตและการตลาด มักทำตามกระแส กิจกรรมที่ทำไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สินค้ามีคุณภาพและปริมาณไม่สม่ำเสมอ ไม่มีการควบคุมมาตรฐานต่อเนื่อง 3) ขาดตลาดในการจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน 4) ด้านการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนมักเป็นสูตรสำเร็จ ไม่คำนึงถึงความเหมาะสมและความต้องการของพื้นที่ (สุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ. 2550 : 21-23) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และศรีหทัย ไหม่มมงคล (2550 : 47-48) ที่ว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนใหญ่เป็นอาหารพื้นบ้านและของที่ระลึก มีผลิตภัณฑ์บางส่วนที่มีรูปแบบซ้ำกัน ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ขาดความเข้าใจในกระแสความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาด ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการทำวิจัยและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ อนันต์ วราพงษ์, จิราภรณ์ สัพทานนท์ และจันทพร ช่วงโชติ (2555) พบว่า ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนัก รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ไม่สวยงาม ไม่ดึงดูดความต้องการของลูกค้า ตลอดจนขาดฉลากและตราสินค้าที่รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ขาดตราสัญลักษณ์หรือตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ขาดเทคโนโลยีในการแปรรูปวัสดุที่มีในท้องถิ่น ทำให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ไม่เต็มศักยภาพ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี การจำหน่ายจึงอยู่ในวงจำกัด และยังไม่มีการจัดการสินค้าและการจำหน่ายอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอก

สถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนดังกล่าวมีความสอดคล้องกับสถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลตลาดแคในปัจจุบัน ที่พบว่า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เช่น ขนมโบราณ เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและของฝากอื่นๆ ยังไม่มีความหลากหลาย มีจำนวนไม่มากนักและยังไม่มีการพัฒนายกระดับพอที่จะเป็นสินค้าที่จะเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้ การผลิตสินค้ายังเป็นแบบพื้นบ้านเดิม ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำมาจำหน่ายมีน้อย การจำหน่ายจึงอยู่ในวงจำกัด และยังไม่มีการจัดการสินค้าและการจำหน่ายอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตามชุมชนในเขตเทศบาลตลาดแค เป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์เรื่องเล่าที่น่าสนใจ มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายพร้อมที่จะนำมาพัฒนาต่อยอดได้ มีกลุ่มองค์กรชุมชน กลุ่มแม่บ้านที่เข้มแข็งมีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพียงแต่กลุ่มยังขาดความรู้ทักษะและขาดการคิดวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เข้าใจในกระแสความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อใน

ตลาด จะได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการของตลาด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ หากได้รับการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อยกระดับสินค้าในชุมชนตลาดแคจะสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนตลาดแคเพิ่มขึ้นจากรายได้ที่ทำการเกษตรที่เป็นอาชีพหลักของชุมชน และสร้างงานในชุมชนทั้งกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มเยาวชนได้

จากการลงพื้นที่เวทีประชุมระหว่างนักวิจัยร่วมกับเทศบาลตำบลตลาดแค ตัวแทนผู้นำชุมชนและกลุ่มแม่บ้าน พบว่า ต้องการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ตลาดที่ทางเทศบาลตำบลตลาดแคได้มีการกำหนดพื้นที่ไว้ และได้ก่อสร้างร้านค้าชุมชน ซึ่งต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอแผนพัฒนา รวมถึงการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดในการใช้พื้นที่ (เทศบาลตลาดแค. 30 เม.ย. 2561) เดิมตลาดแคเป็นแหล่งที่พักรถ เป็นที่รับประทานอาหาร และซื้อสินค้าระหว่างเดินทางของผู้โดยสารต่างๆ ที่จะไปภาคอีสานตอนบน เช่น จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดสกลนคร เป็นต้น ทำให้ที่ตั้งอยู่ติดถนนมิตรภาพ และมีพื้นที่ตลาดที่กว้างขวาง บริเวณตลาดมีหลังคาและพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าที่สมบูรณ์พอสมควร เพราะมีการแบ่งพื้นที่ให้จำหน่ายสินค้าทั้งที่เป็นของใช้ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน สินค้า OTOP และร้านอาหาร เครื่องดื่ม รวมทั้งมีพวงหรีด นอกจากนี้ยังมีการแบ่งโซนในการขายสินค้าที่ใช้ในการบริโภค เช่น พริกแห้ง หอม กระเทียม น้ำปลา น้ำตาล และวัตถุดิบอื่น ในบริเวณที่เป็นตลาดที่มีหลังคานี้ มีห้องน้ำให้บริการแก่ลูกค้าที่อยู่บริเวณด้านหลังตลาด ซึ่งอยู่ใกล้กับสำนักงานเทศบาลตำบลตลาดแค นอกจากนี้ ในบริเวณพื้นที่ใกล้กับถนนมิตรภาพเป็นพื้นที่ระหว่างถนนกับพื้นที่ตลาดที่มีหลังคา ยังใช้เป็นพื้นที่ในการขายสินค้าเกษตร สินค้าที่เหลือจากการบริโภค สินค้าทางการเกษตรที่ปลูกเองหรือเก็บจากธรรมชาติมาวางขาย มีลักษณะเป็นตลาดนัด พ่อค้าแม่ค้าจะเป็นคนในพื้นที่จริงๆ นำสินค้าที่ตนเองมีอยู่หรือสินค้าที่หาได้จากไร่หรือสวนหลังบ้านมาแบ่งขายพอมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้า ซึ่งส่วนมากสินค้าจะมีจำนวนมากหรือน้อยหรือมีหลากหลายชนิดนั้นขึ้นอยู่กับฤดูกาล ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและคนในชุมชนตกลงกันให้มีการนัดหมายให้ชาวบ้านนำสินค้ามาจำหน่ายในวันอังคาร ซึ่งจากการสอบถามผู้บริหารเทศบาลที่ให้ข้อมูลพบว่า ชาวบ้านออกมาใช้จ่ายและซื้อขายสินค้า แลกเปลี่ยนสินค้ากันเป็นจำนวนมาก เพราะสินค้าส่วนมากเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับการบริโภคในครัวเรือน เช่น ผักสด ผลไม้ ลูกชิ้น ขนมหวาน กับข้าว และสินค้าพื้นบ้านต่างๆ ตลาดนัดจึงเป็นการนัดคนในท้องถิ่นมาพบปะพูดคุยทักทายแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม จารีตประเพณี ตลาดจึงเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนข่าวสารตามประสาชาวบ้าน เพิ่มชีวิตชีวาของตลาด ทำให้ผู้บริโภคที่ไปเดินได้ชมอาหาร และตลาดนัดยังได้สะท้อนเรื่องราวในชุมชนไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การกินอยู่ สภาพภูมิอากาศและการแต่งกาย

ซึ่งเทศบาลตำบลตลาดแคมีภูมิทัศน์ที่ได้เปรียบ โดยมีที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทางหลวง

แผ่นดินหมายเลข 2 ประมาณ 262 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดนครราชสีมาออกไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ประมาณ 49.50 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 6.89 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,306.25 ไร่ เทศบาลตำบลตลาดแคแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 6 หมู่บ้าน 10 ชุมชน ดังนี้ หมู่ที่ 1 บ้านสำโรงมีชุมชน คือ ชุมชนสำโรงตะวันออก ชุมชนสำโรงตะวันตก หมู่ที่ 2 บ้านตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนตลาดแค ชุมชนชาววัง หมู่ที่ 4 บ้านตะขบ มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนตะขบ หมู่ที่ 11 บ้านสระแทบ มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนสระแทบ หมู่ที่ 12 บ้านสามแยกตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนโนนหนามแดง ชุมชนโนนพิมาน และ หมู่ที่ 15 บ้านตลาดแคตะวันออก มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งเหนือ ตลาดแคตะวันออกฝั่งใต้ โดยมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,608 คน แยกเป็นชาย 1,738 คน หญิง 1,870 คน (ทะเบียนราษฎร สำนักทะเบียน อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ณ เดือน เมษายน 2560) อาชีพในชุมชนส่วนใหญ่ทำเกษตรกรรม คือ การปลูกข้าว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนที่น้อยกว่าเกณฑ์ของจังหวัด

จากสถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนดังกล่าว ทางคณะวิจัยซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ และเยาวชนเทศบาลตำบลตลาดแค ได้เห็นถึงศักยภาพของการผลิตผลิตภัณฑ์ในชุมชนจึงได้จัดทำข้อเสนอโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา โดยเน้นให้เป็นสินค้าที่สร้างรายได้ สร้างอาชีพ สร้างชื่อเสียง และสร้างงานให้กับชุมชนตลาดแค เพื่อพัฒนาต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนนำไปสู่การพึ่งตนเอง ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกอันดีงามของคนในชุมชนเพื่อก้าวไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

คำถามการวิจัย

1. คำถามวิจัยหลัก

การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างไร

2. คำถามวิจัยรอง

2.1 บริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นอย่างไร และผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค มีอะไรบ้าง

2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างไร

2.3 แนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่จะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ต่อชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคดังนี้

1. ผลเชิงวิจัย

- 1) ได้ข้อมูลสภาพพื้นที่ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
- 2) ได้ข้อมูลชนิดของผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
- 3) ได้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
- 4) ได้พัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

2. ผลเชิงพัฒนา

- 1) ชุมชนมีข้อมูลศักยภาพของคนด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา
- 2) เทศบาลตำบลตลาดแคเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างเนื่อง

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน จัดทำโดยชุมชนและกลุ่มแม่บ้านเทศบาล ตำบลตลาดแค ได้แก่ เครื่องจักสาน สมุนไพร อาหาร

การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน การฝึกปฏิบัติ การเพิ่มมูลค่า การลดต้นทุนการผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์ ระหว่างนักวิชาการและนักวิจัยชุมชน

การเพิ่มมูลค่า หมายถึง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจและมีความทันสมัย และมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

การยกระดับ หมายถึง การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

เศรษฐกิจฐานราก หมายถึง การดำเนินงานโดยชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการเพื่อให้เกิดรายได้กระจายภายในชุมชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยเห็นว่า แนวคิดที่จะนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก แนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ดังมีสาระสำคัญคือ

1. ข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลตำบลตลาดแค
 - 1.1 ประวัติความเป็นมา
 - 1.2 ข้อมูลประชากร
 - 1.3 ระบบเศรษฐกิจ
 - 1.4 ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม
 - 1.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. ความหมาย คำว่า ผลิตภัณฑ์
3. เศรษฐกิจฐานราก หรือเศรษฐกิจชุมชน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลตำบลตลาดแค

ข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลตลาดแคมีข้อมูลที่จะนำเสนอเพื่อทำความรู้จักเทศบาลตำบลตลาดแคเบื้องต้นดังนี้

1. ประวัติความเป็นมา

เทศบาลตำบลตลาดแค (เทศบาลตำบลตลาดแค, 2561, 1) อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดนครราชสีมา ห่างจากตัวเมืองออกไปตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ตอนนครราชสีมา - พล ประมาณ 49.50 กิโลเมตร โดยมีพื้นที่โดยรอบติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

เทศบาลตำบลตลาดแคแบ่งออกเป็น 6 หมู่บ้าน 10 ชุมชน ได้แก่

หมู่ที่ 1 บ้านสำโรง มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนสำโรงตะวันออกและชุมชนสำโรงตะวันตก

หมู่ที่ 2 บ้านตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนตลาดแคและชุมชนชาววัง

หมู่ที่ 4 บ้านตะขบ มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนตะขบ

หมู่ที่ 11 บ้านสระแทต มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนบ้านสระแทต

หมู่ที่ 12 บ้านสามแยกตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนโนนหนามแดงและชุมชนโนนพิมาน

หมู่ที่ 15 บ้านตลาดแคตะวันออก มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งเหนือและชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งใต้

2. ข้อมูลประชากร โดยนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากร (คน)

ลำดับที่	ชุมชน	ชาย	หญิง	รวม
1.	ชุมชนสำโรงตะวันออก	244	257	501
2.	ชุมชนสำโรงตะวันตก	256	275	531
3.	ชุมชนตลาดแค	126	153	279
4.	ชุมชนชาววัง	162	172	334
5.	ชุมชนตะขบ	123	129	252
6.	ชุมชนบ้านสระแทต	83	123	206
7.	ชุมชนโนนหนามแดง	205	214	419
8.	ชุมชนโนนพิมาน	202	203	405
9.	ชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งเหนือ	115	123	238
10.	ชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งใต้	94	128	222
รวม		1,610	1,777	3,387

(ที่มา: สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลตลาดแค ณ เดือนตุลาคม 2559 อ้างใน เทศบาลตำบลตลาดแค, 2561, 6)

ตารางที่ 2.2 ช่วงอายุและจำนวนประชากร (คน)

ที่	หมู่บ้าน	จำนวน หลังคา เรือน	จำนวนประชากรอายุ (ปี)					รวม	เพศ	
			0-6	7-12	13-17	18-60	<60		ชาย	หญิง
1	บ้านสำโรง	354	54	72	59	672	175	1,032	500	532
2	บ้านตลาดแค	218	36	46	32	384	115	613	288	325
3	บ้านตะขบ	81	19	17	15	158	43	252	123	129
4	บ้านสระเตด	49	11	21	14	130	30	206	83	123
5	บ้านสามแยก ตลาดแค	367	42	59	47	533	143	824	407	417
6	บ้านตลาดแค ตะวันออก	167	25	26	27	287	69	460	209	251
รวม		1,236	187	241	194	2,164	601	3,387	1,610	1,777

(ที่มา: สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลตลาดแค ณ เดือนตุลาคม 2559 อ้างใน เทศบาลตำบลตลาดแค, 2561, 6)

3. ระบบเศรษฐกิจ

ประชากรส่วนใหญ่จำนวน 790 ครัวหรือคิดเป็นจำนวนประชากรประมาณ 2,500 คน ของเทศบาลตำบลตลาดแคประกอบอาชีพเกษตรกรรมบนพื้นที่ประมาณ 6,985 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 80 ของพื้นที่ทั้งหมดของเทศบาลตำบลตลาดแค โดยมีผลผลิตหลักทางการเกษตรคือ ข้าวเจ้า ทั้งนี้ประชากรในเขตเทศบาลตำบลตลาดแคยังประกอบอาชีพปศุสัตว์ไว้บริโภคนครัวเรือน และนำออกจำหน่ายเป็นอาชีพเสริมจากการทำนา เช่น การเลี้ยง ไก่ เป็น ปลา สุนัข และโค นอกจากนี้ประชากรจะจับปลาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ (ลำธารปราสาท) ไว้บริโภคในครัวเรือนอีกด้วย (เทศบาลตำบลตลาดแค, 2561, 15-17)

4. ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม

ศาสนาพุทธคือศาสนาหลักของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลตลาดแค (เทศบาลตำบลตลาดแค, 2561, 17) ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่วัดตลาดแค และมีศาลเจ้า 1 แห่ง สำหรับประชาชนชาวไทยเชื้อสายจีน ประชาชนส่วนใหญ่ในเขตเทศบาลตำบลตลาดแคจะมีวิถีการดำรงชีวิตที่ค่อนข้างผูกพันกับวัดและศาสนา พุทธเป็นอย่างมาก ดังจะพบได้จากประเพณีและงานประจำปีของชาวเทศบาลตำบลตลาดแค ดังนี้

1. ช่วงเดือนมกราคม จะมีประเพณีวันขึ้นปีใหม่
2. ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ จะมีประเพณีวันมาฆบูชา
3. ช่วงเดือนมีนาคม - เดือนเมษายน จะมีประเพณีทำบุญกลางบ้าน
4. ช่วงเดือนมีนาคม จะมีประเพณีสั้วขวัญข้าว
5. ช่วงเดือนเมษายน จะมีประเพณีวันสงกรานต์
6. ช่วงเดือนพฤษภาคม จะมีประเพณีวันวิสาขบูชา
7. ช่วงเดือนกรกฎาคม จะมีประเพณีวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา
8. ช่วงเดือนกรกฎาคม - เดือนพฤศจิกายน (ช่วงเข้าพรรษา) จะมีการเข้าวัดทำบุญทุกวันพระ
9. ช่วงเดือนพฤศจิกายน จะมีประเพณีวันลอยกระทง
10. ช่วงเดือนธันวาคม จะมีงานศาลเจ้าพ่อตลาดแค

5. ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนเทศบาลตำบลตลาดแค คือ การทำเครื่องมือจักสาน การทอเสื่อ จันทบูร การทำไม้กวาดดอกหญ้า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้นอกจากจะผลิตไว้ใช้ในครัวเรือนแล้ว ประชาชนส่วนใหญ่ยังผลิตเพื่อจัดจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวอีกทางหนึ่ง (เทศบาลตำบลตลาดแค, 2561, 18)

เอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ชุมชนทำขึ้นเพื่อใช้ในครัวเรือนหรือเพื่อค้าขายสร้างรายได้ให้กับครอบครัว เป็นทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริม ดังความหมายของผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจฐานราก หรือเศรษฐกิจชุมชน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมาย คำว่า ผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (ออนไลน์. 2554) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้น

Kotler & Armstrong (2018) กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้า บริการ หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีนำเสนอในตลาดเพื่อการซื้อขาย เพื่อเชิญชวนผู้ที่สนใจให้ซื้อหามาใช้

Mccathy & Pereault, Jr. (1991) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ที่ใช้สำหรับกิจการ อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีแนวคิดใหม่ๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์สินค้าหรือที่มีอยู่แล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สินค้าจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าให้มากที่สุดกล่าวคือควรมีความพึงพอใจมากกว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้า ชนิดเดิม หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ๆ ซึ่งปัจจุบันสภาพทางการตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้นตลอดจนมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ๆ ในตลาดจำนวนมากที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและไปเร็ว ดังนั้น จึงส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ สินค้าสิ้นลง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ออกสู่ตลาดใหม่ จะอยู่รอดได้ในตลาด จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่มี “ความใหม่” ที่แตกต่างและเป็นสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค หรือลูกค้าเท่านั้น

ประสงค์ ประณีตพลกรัง (2547) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเพิ่มมูลค่าการแข่งขัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง

สรุป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้น ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่มีแนวคิดใหม่ ๆ ทำให้สินค้าเกิดมูลค่าตรงความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและกลับมาซื้อหรือกลับมาใช้บริการอีก

ประเภทของผลิตภัณฑ์

อาจจำแนกผลิตภัณฑ์ (New Product) ได้ 3 ลักษณะคือ (Mccathy & Pereault, Jr. 1991)

1. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีผู้นำเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง

2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น

3. ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการแต่ไม่ใหม่ในท้องตลาดเกิดจากการที่กิจการเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลักทำให้กิจการมีโอกาสทำกำไรสูง จึงเสนอผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการ เพื่อเข้าสู่ท้องตลาดโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กรหรือบริษัท

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product life cycle)

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Kotler & Armstrong, 2018) คือ วัฏจักรของผลิตภัณฑ์ที่เริ่มตั้งแต่การนำออกสู่ตลาด มียอดขายผลิตภัณฑ์ที่เติบโตจนถึงขีดสุดและยอดขายของผลิตภัณฑ์ตกต่ำจนหายไปจากตลาด ในที่สุด วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (Introduction Stage) เริ่มตั้งแต่การวางขายสินค้า หรือแนะนำบริการนั้น ๆ เข้าสู่ตลาด ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนเปิดตัวผลิตภัณฑ์ประกอบการอาจจะติดลบ ขาดทุนหรืออาจจะขายได้น้อย เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องมีการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าให้มากที่สุดจึงต้องมีการลงทุนในขั้นนี้มากที่สุด

2. ขั้นเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ (Growth Stage) เป็นระยะที่ผลิตภัณฑ์เริ่มเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาด ผลิตภัณฑ์เริ่มมีกำไรที่สูงขึ้นและจะมีคู่แข่งเข้ามาแย่งตลาดมากขึ้นด้วย ผลกำไรที่ได้รับกับคู่แข่งจะมีความสัมพันธ์กันเพราะสินค้าขายดีจะมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทำตามหากผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาดมาก กำไรในขั้นนี้เป็นขั้นที่สามารถทำกำไรได้เป็นอย่างดี แต่ในด้านคู่แข่งก็จะมีความสัมพันธ์กันไปด้วย ดังนั้นกลยุทธ์การปรับปรุงสินค้าในขั้นเจริญเติบโตนี้จึงต้องมีกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผลกำไรดังนี้

2.1 การเพิ่มรูปแบบใหม่ของสินค้า เพื่อให้ตรงกับความต้องการที่หลากหลายขึ้นและยังสามารถขยายกลุ่มของลูกค้าออกไปได้อีกหลาย ๆ กลุ่ม

2.2 การขยายช่องทางการจำหน่าย ผู้ผลิตควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้หลากหลายเพื่อเข้าถึงลูกค้าที่หลากหลายกลุ่ม หลากหลายวัยมากขึ้น และเป็นการเพิ่มความสะดวกในการซื้อหาผลิตภัณฑ์มากขึ้น

2.3 การส่งเสริมการตลาดให้เกิดความชอบในตราสินค้า การโฆษณาสินค้าต้องเปลี่ยนวัตถุประสงค์จากเดิมการสร้างการรับรู้ (Awareness) มาเป็นการสร้างความชอบ (Preference) แทนเพื่อเอาชนะคู่แข่งทางการตลาด ทำให้ลูกค้าจดจำสัญลักษณ์สินค้า

3. ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ของผลิตภัณฑ์ หรือขั้นตลาดอิ่มตัว (Maturity Stage) เป็นระยะที่ผู้บริโภครู้จักและใช้ผลิตภัณฑ์กันเป็นอย่างดี แต่ผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกันก็ย่อมมีการผลิตออกมาแข่ง

ตลาดเนื่องจากมีแรงจูงใจด้านกำไร จึงส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการอึดตัวหรือเริ่มให้ความสนใจน้อยลง หากผู้ผลิตยังไม่ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และเร่งทำการโฆษณาให้มากขึ้นเพราะยอดขายเริ่มคงที่ จะส่งผลให้กำไรจากยอดขายของผลิตภัณฑ์เริ่มลดลงจนหยุดนิ่งแต่ค่าใช้จ่ายทางการตลาดยังเพิ่มมากขึ้นความสนใจของผู้บริโภคเริ่มหยุดนิ่ง ดังนั้น กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าในชั้นตลาดอึดตัวมีดังนี้

3.1 การปรับปรุงตลาด โดยการเพิ่มความถี่ในการใช้งานของลูกค้าเดิมที่มีต่อผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มมากขึ้น หรือการเจาะผู้บริโภคกลุ่มใหม่ให้หันมาใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

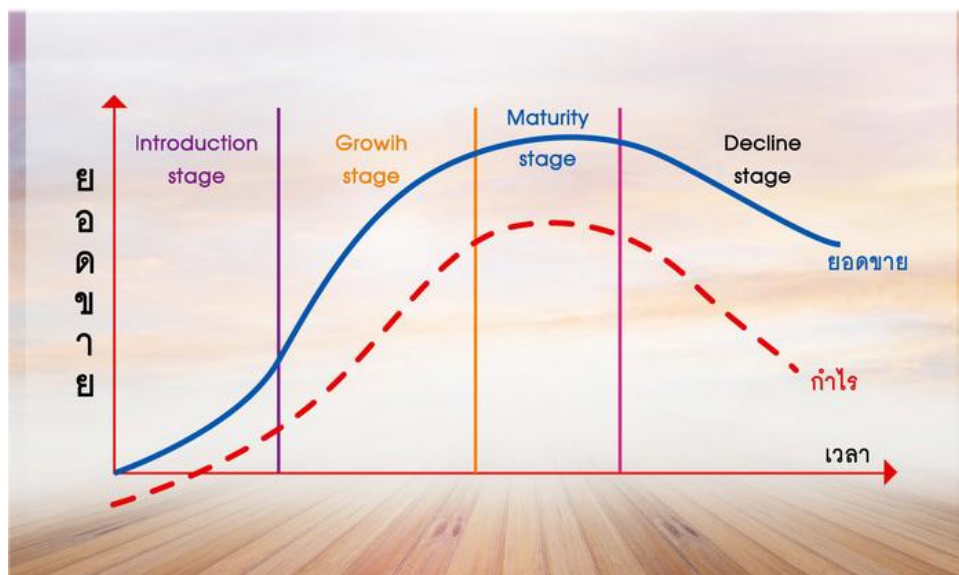
3.2 การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เช่น การปรับปรุงรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยยิ่งขึ้น การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

3.3 การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด เช่น การทำโฆษณาลดราคาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากต้นทุนการผลิตลดลงเพราะการผลิตครั้งละมาก ๆ

4. ขั้นตกต่ำ (Decline Stage) เป็นระยะที่ผลิตภัณฑ์ถดถอยภายหลังผลิตภัณฑ์เติบโตเต็มที่หรือถึงจุดอึดตัว หากผู้ผลิตไม่เร่งแก้ไขจะส่งผลให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ลดลงไปเรื่อย ๆ หากผู้ผลิตมีทุนน้อยก็อาจจะปล่อยให้ผลิตภัณฑ์ถอนตัวออกจากตลาดก็เป็นได้ แต่ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นยังพอทำได้และผู้ผลิตเองก็มีฐานทางการเงินที่มั่นคงก็อาจจะลงทุนเพิ่มเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ยังสามารถคงอยู่ในตลาดต่อไป แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ ๆ ออกมาทดแทนมากกว่าหรืออาจใช้กลยุทธ์การตลาดในขั้นตกต่ำ ดังนี้

4.1 การเร่งระบายสินค้าออกจากตลาด โดยใช้วิธีการลด แลก แจกแถม หรือลดราคาทีละมาก ๆ เพื่อระบายผลิตภัณฑ์ออกไปก่อนที่ผลิตภัณฑ์จะไม่ใช่ที่ต้องการของผู้บริโภค

4.2 การเลิกใช้สินค้าของลูกค้าไม่ได้เกิดขึ้นในทันทีทันใด หากผู้ผลิตมีฐานะการเงินที่มั่นคงอาจจะยังคงผลิตภัณฑ์ไว้ในตลาดก่อน เพื่อเก็บเกี่ยวผลกำไรในผลิตภัณฑ์ได้ต่อจากลูกค้ากลุ่มที่เข้ามาซื้อที่หลังได้ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ (smartphone) ยังสามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าที่เพิ่งเข้ามาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระยะหลังๆ ได้



ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, <https://bsc.dip.go.th/th/category/quality-control/qs-expandproductlifecycle>

สรุปคือ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์นี้เป็นการศึกษายอดขายและกำไรของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวโดยเริ่มจากการนำเสนอให้ผู้บริโภคในตลาดรู้จัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่นิยม จนกระทั่งผลิตภัณฑ์นั้นมียอดขายที่ตกลงและหายไปจากท้องตลาด วงจรชีวิตนี้จะวนเวียนเช่นนี้ตลอดไป เมื่อผลิตภัณฑ์หนึ่งหายไปก็จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาทดแทนอยู่เสมอ

เศรษฐกิจฐานราก หรือเศรษฐกิจชุมชน

เศรษฐกิจฐานราก เป็นระบบที่เป็นการช่วยเหลือกันภายในชุมชนในท้องถิ่นตามความหมายของเศรษฐกิจฐานรากดังรายละเอียดต่อไปนี้

ความหมายคำว่า เศรษฐกิจฐานราก

เศรษฐกิจฐานราก คือ ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น ที่สามารถพึ่งตนเอง มีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรม และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาด้านอื่นๆ ในพื้นที่ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ระบบเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจชุมชน เป็นระบบเศรษฐกิจแนวราบที่ส่งผลและสร้างความสัมพันธ์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างผู้คนในชุมชนท้องถิ่น มิใช่เป็นเฉพาะเศรษฐกิจแนวตั้งแบบปัจเจกแต่สามารถ

ทำให้เกิดความร่วมมือ เกิดโอกาสและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเศรษฐกิจร่วมของชุมชนกับเศรษฐกิจของปัจเจก เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะความร่วมมือเป็นหุ้นส่วนสร้างความสัมพันธ์ทั้งในชุมชนท้องถิ่นและในระดับที่กว้างขวางอื่นภายนอก

ระบบเศรษฐกิจฐานราก จะต้องมีความต้องการพัฒนาและการจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น ให้ครบวงจรมากที่สุด มีการสร้างทุนและกองทุนที่เข้มแข็ง มีการผลิตพื้นฐาน การแปรรูป การบริการ การตลาด การผลิตอาหาร และความจำเป็นพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิตต่างๆ สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียง และพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือธุรกิจของชุมชนในมิติของการเกื้อกูล เอื้อเฟื้อ การมีส่วนร่วมของคนในตำบลต่างๆ ทั้งขนาดย่อมหรือขนาดใหญ่ขึ้น โดยใช้ทั้งความรู้ที่สั่งสมในพื้นที่ หรือที่เป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของพื้นที่ และมีการพัฒนาให้ทันสมัย พร้อมกับมีเทคนิค วิทยาการและความรู้ เทคโนโลยี มาพัฒนาเพิ่มเติมให้เหมาะสมกับตลาด หรือสังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้คนและชุมชนท้องถิ่นโดยรวมสามารถพึ่งตนเอง มีรายได้มากกว่ารายจ่าย และสามารถพัฒนาเป็นผู้ผลิต ผู้สร้างงานบริการต่างๆ จากท้องถิ่นที่เข้มแข็ง สร้างสรรค์ หลากหลาย มีเอกลักษณ์ ทันสมัย และเชื่อมโยงกับระบบตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ คณะอนุกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก (2559) กำหนดคำนิยาม “เศรษฐกิจฐานราก” ว่าเป็น “ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น ที่สามารถพึ่งตนเอง ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรมและเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ในพื้นที่ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็ง และยั่งยืน”

องค์ประกอบของเศรษฐกิจฐานราก

เศรษฐกิจฐานรากมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. มีการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างพลังในการทำงานร่วมกัน ความสามารถที่จะเจรจาต่อรองและประสานงานทั้งภายในและภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ
2. มีการจัดการระบบการเงินของชุมชน การบูรณาการทุนร่วมกัน มีกองทุนของชุมชนที่เข้มแข็ง สามารถเป็นกลไกการเงินของชุมชนในการพัฒนาทั้งเศรษฐกิจสังคม อาชีพ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมของชุมชน และของคนในชุมชน
3. มีการจัดการทุนชุมชนที่ไม่ใช่เฉพาะทุนเงินตรา แต่รวมถึงทุนทางสังคมที่มีอยู่ ทุนพุทธิยากร วิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ประวัติศาสตร์
4. มีระบบข้อมูลที่ทันสมัยรอบด้านทั้งภายในและภายนอก เพื่อการวิเคราะห์ระบบของท้องถิ่น อาชีพ รายได้รายจ่าย การผลิต ฐานเศรษฐกิจ ที่ดิน ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ข้อมูลความรู้ระบบ

เศรษฐกิจเกี่ยวข้องภายนอก เป็นฐานสำคัญในการวางแผนชุมชน การวางแผนเพื่อการตัดสินใจ การติดตาม วัดผลและรายงานผล

5. มีระบบการผลิตของชุมชนทั้งขั้นพื้นฐานและก้าวหน้า ที่ได้มาตรฐาน มีมูลค่าเพิ่มและสามารถเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจภายนอกได้

6. สร้างความร่วมมือในทุกระดับและทุกมิติ เพื่อให้เกิดความร่วมมือให้บรรลุเป้าหมายและสัมพันธภาพที่ดี ทั้งระดับกลุ่มต่อกลุ่ม กลุ่มกับชุมชน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภูมิภาค ภูมิภาค หรือรวมตัวกันเป็นเครือข่ายประเด็นต่างๆ ได้ เช่น เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เครือข่ายข้าว เครือข่ายประมงพื้นบ้าน เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน เครือข่ายภูมิปัญญาวิถีวัฒนธรรม หรือการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น

7. มีระบบการอยู่ร่วมกัน หรือเคารพกติกา จารีตประเพณีในการอยู่ร่วมกัน ระบบสวัสดิการการดูแลซึ่งกันและกันและการอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสังคมใหญ่อย่างสร้างสรรค์และเกื้อกูล

8. มีคุณธรรม จริยธรรมในการทำกิจกรรม การประกอบกิจการ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม หรือการดำรงชีวิต

9. มีความเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยคนในชุมชนร่วมทุนร่วมกิจกรรมหรือกิจการ ในการพัฒนาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน มีสำนึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกัน

10. คนในพื้นที่หรือสมาชิกของชุมชนสามารถมีส่วนร่วม มีความรู้เรื่องราวการพัฒนาในพื้นที่ รวมทั้งความรู้ในสังคมอื่นๆ มีคุณภาพ มีความมั่นใจที่จะให้ความรู้ความเห็น ร่วมคิดร่วมทำ ตื่นรู้ มีความสร้างสรรค์ มีคุณธรรมจริยธรรมพื้นฐาน ครอบครัว มีความเข้มแข็ง และสามารถพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบ้านโงกน้ำ ตำบลนาขยาด อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง (สมหมาย ทองขาว. ออนไลน์. 2551.) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมีดังนี้

1. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนและผู้นำ พบว่า ผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชน ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มหรือการทำกิจกรรมภายในชุมชน

2. ด้านการไม่มีหนี้สินนอกระบบ พบว่า สมาชิกในชุมชนและผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สินและส่วนที่มีหนี้สินจะเป็นหนี้กับกลุ่มองค์กรและในชุมชน

3. ด้านการออมในระดับสูง พบว่า ด้านประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกในชุมชนมีการออมเป็นประจำทุกเดือน ร้อยละ 99.5 และผู้นำชุมชนมีการออมเป็นประจำทุกเดือนร้อยละ 100

ทฤษฎีการตลาด

การตลาดเป็นสิ่งสำคัญเป็นวิธีการจำหน่ายสินค้าที่จะให้ได้มากที่สุด เพื่อให้เข้าใจหลักการตลาด โดยมีทฤษฎีการตลาดดังนี้ (ไทยวินเทอร์. 2562. ออนไลน์)

1. STP Marketing

1.1 ความหมายของ STP

STP คือ เครื่องมือวิเคราะห์การตลาดที่ประกอบด้วย Segmentation Targeting และ Positioning (การแบ่งส่วนตลาดการเลือกกลุ่มเป้าหมายการจัดตำแหน่งสินค้า) หน้าที่ของ STP คือการกำหนดเป้าหมาย จัดทิศทาง และ วางแผนกลยุทธ์สำหรับการสร้างและสื่อสาร ‘จุดขาย’ ของสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักมากที่สุด STP ประกอบด้วย

1.1.1 Segmentation คือ การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาด เป็นการดูว่าจากตลาดรวมทั้งหมด มีส่วนไหนของตลาดที่สร้างยอดขายหรือสร้างกำไรให้กับเราเป็นพิเศษหรือมีส่วนไหนที่ทำให้ขาดทุนเป็นพิเศษหรือเปล่า

1.1.2 Targeting คือ การเลือกกลุ่มเป้าหมายคือการดูข้อมูลจาก Segmentation แล้วเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดและศักยภาพในการเติบโตมากที่สุด ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เลือกมาต้องเหมาะกับสินค้าและองค์กรของเราด้วย

1.1.3 Positioning การวางตำแหน่งสินค้าคือการสร้างจุดขาย (Unique Selling Point) ให้กับสินค้า ซึ่งจุดขายนี้ต้องตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักและต้องมีวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของเราด้วย

1.2 ประโยชน์ของ STP

STP คือ เครื่องมือในการสร้างกลยุทธ์การตลาดและเครื่องมือในการตัดสินใจ STP Analysis เหมาะสำหรับการวิเคราะห์สินค้าหรือบริการเพื่อที่จะเลือกหาตลาดและกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสินค้าชนิดนี้ที่สุด ซึ่งข้อดีของการใช้ STP หากเทียบกับเครื่องมือการทำธุรกิจอื่นก็มีหลายอย่างเลย หากเทียบกับเครื่องมือการวิเคราะห์ธุรกิจอย่างอื่นแล้ว จุดเด่นที่การวิเคราะห์ STP ก็คือ STP สามารถนำมาใช้ดำเนินการได้จริงมากกว่าเครื่องมืออื่น ๆ เช่น Porter's Five Forces และ SWOT เหมาะสำหรับการดูภาพรวมธุรกิจมากกว่าการ แต่การวิเคราะห์เจาะเฉพาะสินค้าและการดึงข้อมูลมาใช้สร้างกลยุทธ์ แน่นนอนว่าสิ่งที่ดีที่สุดก็คือการใช้เครื่องมือเหล่านี้ร่วมกันเพื่อที่จะเก็บข้อมูลให้ได้มากที่สุดก่อนที่จะเริ่มวิเคราะห์ทุกอย่าง

1.3 วิเคราะห์ STP

การวิเคราะห์ STP ประกอบไปด้วยสามขั้นตอน นั่นก็คือการวิเคราะห์ Segmentation Targeting และ Positioning แต่ละส่วนทำมีความสำคัญดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: วิเคราะห์ Segmentation

หลักการของ Segmentation ก็คือต้องยอมรับก่อนว่าสินค้านั้นอาจจะไม่เหมาะสมสำหรับทุกคน เพราะฉะนั้นจึงต้องประเมินมูลค่าของลูกค้าแต่ละกลุ่มว่าคุ้มค่าที่จะขายด้วยหรือเปล่า ลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีคุณสมบัติไม่เหมือนกัน และการทำการตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าที่สร้างมูลค่าสินค้ามากที่สุด การแบ่งกลุ่มลูกค้าสามารถทำได้หลายแบบ ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งโดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ยกตัวอย่างเช่น หากคุณเปิดบริษัททัวร์ คุณอาจจะแบ่งลูกค้าเป็นกลุ่มเที่ยวแบบครอบครัว กลุ่มเที่ยวหรรษา และกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2: วิเคราะห์ Targeting

ในขั้นตอนนี้ต้องเลือกว่ากลุ่มลูกค้าจาก Segmentation ว่ากลุ่มไหนเหมาะสมที่สุดกับธุรกิจหรือสินค้าของเรา เราต้องวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่จะส่งผลกระทบต่อกำไรของเรา โดยส่วนมากปัจจัยที่สำคัญที่สุดก็คือกำไรโดยรวมของกลุ่มลูกค้านี้ (Market Size) และโอกาสในการเติบโตในอนาคต (Market Growth) แน่นอนว่าเราต้องดูด้วยว่าสินค้าของเรามีทรัพยากรมากพอและเหมาะสมพอที่จะบริการกลุ่มลูกค้านี้แค่ไหนด้วย เช่นหากเรารู้ว่าลูกค้ากลุ่มแรกสร้างกำไรรวมให้เราได้ 1,000,000 บาทต่อปี กลุ่มที่สองสร้างกำไรให้เราได้ 1,500,000 บาทต่อปี และกลุ่มที่สามสร้างกำไรให้เราได้ 500,000 บาทต่อปี เราก็ควรเลือกกลุ่มลูกค้าที่สองไว้เป็นตัวเลือกแรก หากเรามีทรัพยากรในสินค้ามากพอ เราค่อยหาวิธีเจาะตลาดกลุ่มอื่นที่สร้างกำไรให้เราน้อยลงมาน้อย ในโลกที่สมบูรณ์แบบเราจะสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มเพราะเรามีทรัพยากรมากพอครับ

ขั้นตอนที่ 3: วิเคราะห์ Positioning

การตลาดคือการแข่งขันทางมุมมอง ไม่ได้แข่งด้วยสินค้า หากเรารู้ว่ากลุ่มลูกค้าของเราชอบสินค้าแบบไหน และมีความสามารถในการจ่ายแค่ไหนแล้ว สิ่งต่อไปก็คือการสร้างตำแหน่งสินค้า ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าพวกนี้มากที่สุด วิธีที่นักการตลาดนิยมทำคือการใช้ Marketing Mix 4P ซึ่งก็คือการวิเคราะห์ว่า ราคา ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการขาย (Price Product Placement Promotion) มีอะไรบ้าง Positioning ที่ดีต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้วย โดยสิ่งที่เราต้องทำให้ได้ก็คือการสร้าง Unique Selling Point หรือ จุดขาย ที่จะทำให้สินค้าหรือบริการของเราแตกต่างกับคู่แข่งและดูมีค่าในมุมมองของลูกค้า เราต้องสามารถอธิบายได้ว่า “จุดแข็ง” ของสินค้าและบริการแต่ละอย่างเหมาะสมกับ “ความต้องการ” ของลูกค้าแต่ละกลุ่มมากขนาดไหน กลยุทธ์การตลาดคือการสร้างและ

การสื่อสารจุดขายพวกนี้ให้ดีที่สุด และเราจะสร้างจุดขายได้ผ่านทางการวิเคราะห์ Segmentation และ Targeting เช่น หากเราทำการตลาดเจาะกลุ่มวัยรุ่น เราก็ต้องเลือกราคาที่จับต้องได้ ทำสินค้าที่ดูแปลกใหม่ และลงโฆษณาผ่านทางช่องทาง Social Media ที่กลุ่มลูกค้าพวกนี้ใช้กันบ่อยๆ เป็นต้น การทำ STP (Segmentation Targeting Positioning) ที่ดีต้องทำให้สามอย่างนี้สอดคล้องกัน โดยที่เราต้องเริ่มจากการทำ Segmentation หากระหว่างการวิเคราะห์เราค้นพบว่ามียอะไรในโมเดล STP เปลี่ยนแปลง เช่น หากเราอยู่ในขั้นตอน Positioning แล้วพบว่า Targeting เลือกกลุ่มลูกค้าผิด เราก็ควรกลับไปเริ่มวิเคราะห์กลยุทธ์การทำ STP ใหม่ตั้งแต่ต้น

2. การวิเคราะห์ SWOT

SWOT คือ การทำความเข้าใจกับบริษัทและธุรกิจเป็นระยะ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลในทางบวกและลบ การวิเคราะห์ SWOT ทำให้สามารถค้นพบศักยภาพที่แท้จริงของธุรกิจ

SWOT เป็นตัวย่อของ Strength, Weakness, Opportunity และ Threat ซึ่งเป็นเครื่องมือวิเคราะห์ที่เรียบง่าย และมีประสิทธิภาพในการทำความเข้าใจและพัฒนากลยุทธ์ของบริษัท โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในอย่างจุดแข็งและจุดอ่อน เช่น วัฒนธรรมของบริษัท พนักงาน และผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงปัจจัยภายนอกอย่างโอกาสและอุปสรรคต่าง ๆ เช่น คู่แข่ง ผู้ค้าปลีก นักลงทุน เศรษฐกิจปัจจุบัน และขนาดของตลาด ซึ่งใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการคว้าโอกาสที่ดีและรับมือกับอุปสรรคที่เกิดขึ้นได้

การวิเคราะห์ SWOT โดยทั่วไปไม่ว่าจะทำงานคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม การเริ่มต้นระดมสมองและความคิดอาจเป็นเรื่องยาก การวิเคราะห์ตามหลักการที่จะทำให้ข้อมูลได้ครบถ้วนควรทำดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strength)

จุดแข็งคือปัจจัยภายในที่กำหนดความแข็งแกร่งและความสำเร็จของบริษัท เช่น พนักงาน ผลิตภัณฑ์ และบริการ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือลูกค้าของเรารับรู้ถึงความแข็งแกร่งที่แท้จริงของบริษัท สามารถวิเคราะห์และใช้เทคนิคที่ดีกว่าเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้ธุรกิจ ตัวอย่างคำถามที่ต้องหาคำตอบเพื่อการวิเคราะห์จุดแข็ง เช่น: เราทำอะไรได้ดีที่สุด? สิ่งที่เราทำได้ดีกว่าคู่แข่งคืออะไร? อะไรทำให้เราแตกต่างจากคู่แข่งของเรา? แหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดของเราคืออะไร? เราให้ประโยชน์อะไรแก่พนักงานของเรา? ลูกค้าของเราชอบอะไรเกี่ยวกับธุรกิจของเรา? เรามีสินทรัพย์ที่มีค่าอะไรบ้าง?

จุดอ่อน (Weakness)

จุดอ่อนคือปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางลบต่อธุรกิจ ข้อเสียหรือข้อจำกัดถือเป็นจุดอ่อน และเป็นปัจจัยภายในที่สามารถเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงได้ ตัวอย่างคำถามที่ต้องหาคำตอบเพื่อการวิเคราะห์จุดอ่อน เช่น เรามีอะไรที่ไม่ดี ที่ต้องปรับปรุง? คู่แข่งของเราทำอะไรได้ดีกว่าเรา? อะไรที่ไม่ทำให้ธุรกิจของ

เราประสบความสำเร็จ? ทำไมลูกค้าของเราถึงไม่พอใจกับสินค้าและบริการของเรา? เราสามารถปรับปรุงแก้ไขอะไรได้บ้าง?

โอกาส (Opportunity)

โอกาสเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การสำรวจไอเดียใหม่ ๆ ซึ่งสามารถนำไปใช้ต่อยอดธุรกิจได้ โอกาสเป็นปัจจัยภายนอกอย่างหนึ่งที่ส่งผลในเชิงบวกกับธุรกิจ ตัวอย่างคำถามที่ต้องหาคำตอบเพื่อการวิเคราะห์โอกาส เช่น มีโอกาสใหม่ ๆ ในตลาดที่เราสามารถเข้าถึงได้หรือไม่? แนวโน้มของตลาดเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของเราหรือไม่? เรายังไม่ได้ติดตามโอกาสอะไรบ้าง? มีวิธีที่เราจะได้ทรัพยากรใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจหรือไม่?

อุปสรรค (Threat)

อุปสรรคก็เป็นปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของคุณในทางลบ ปัจจัยเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมของเรา แต่เราสามารถวางแผนรับมือล่วงหน้าและหาวิธีป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายกับธุรกิจ ตัวอย่างคำถามที่ต้องหาคำตอบเพื่อการวิเคราะห์อุปสรรค เช่น คู่แข่งของเราคือใคร? ผู้เข้าร่วมรายใหม่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจหรือไม่? สภาพแวดล้อมของตลาดเอื้ออำนวยหรือไม่? อุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด แล้วส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเราหรือไม่? มีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือไม่? ผู้ผลิตของเราเชื่อถือหรือไม่? ต้นทุนเพิ่มขึ้นหรือไม่?

การวิเคราะห์ SWOT ทุกธุรกิจไม่ว่าจะอยู่ในขั้นใดต้องมีการวิเคราะห์เป็นระยะว่า บริษัทของเรามุ่งหน้าไปสู่อนาคตอย่างไร? มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดหรือไม่? เราสามารถเพิ่มรายได้ของไตรมาสนี้ได้อย่างไร? และต้องคิดว่าอะไรที่ดีที่สุดสำหรับธุรกิจ? ไม่ว่าในกรณีใดการวิเคราะห์ SWOT จะช่วยให้เราเห็นโอกาสที่ดีกว่าซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ

3. การวิเคราะห์ 4P

การทำการตลาดไม่จำเป็นต้องทิ้งของเก่าและไปเริ่มของใหม่เสมอ พื้นฐานการตลาดแบบดั้งเดิมคือสิ่งที่จำเป็นมากไม่แพ้กัน แถมยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ต่อยอดในโลกดิจิทัลได้ด้วยการทำการตลาดตามหลัก 4P มีรายละเอียดดังนี้ (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 2562. ออนไลน์)

3.1 Product Strategy เป็นการสร้างจุดเด่นของสินค้า ทำให้ลูกค้าจำสินค้าได้ โดยอาจจะใช้โลโก้เป็นเครื่องช่วยในการจำช่วยดึงดูดความเป็น Unique ของสินค้า

3.2 Pricing Strategy เป็นการตั้งราคาที่เหมาะกับสินค้า กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่า ลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจ หรือแบบสอบถาม

3.3 Place Strategy ต้องคำนึงว่าสินค้าเหมาะกับลูกค้าแบบไหน วัยไหน และจะทำไมยังให้เข้าถึงคนกลุ่มนั้นได้ นี่คือโจทย์ที่นักการตลาดออนไลน์ต้องตีให้แตก

3.4 Promotion Strategy การทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา อาจจะเป็นการ โฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรม ที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่น เทคนิค โปรโมชันจัดส่งสินค้าฟรี การแถมหรือลดราคา เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนา เศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีข้อค้นพบจากผลงานวิจัย ดังนี้

บุญเกียรติ ไทรชมพู (2557) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบลเพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน วัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจสภาพพื้นที่และชนิดของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาในพื้นที่สี่เหลี่ยมคุ้มบางกะเจ้า 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นจากเดิมสามารถรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ใช้กับ 36 ผู้แทนของผู้นำชุมชนและผู้ผลิต แบ่งการ อภิปรายกลุ่มออกเป็น 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ในประเด็นที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการผลิตและตลาดของ ผลิตภัณฑ์จากชุมชน รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลความเห็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชนจาก นักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพพื้นที่และชนิดของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ใน พื้นที่สี่เหลี่ยมคุ้มบางกะเจ้า ชุมชนประกอบอาชีพการทำสวนผลไม้สืบทอดภูมิปัญญามาแต่โบราณ สภาพ พื้นที่สี่เหลี่ยมมีพืชพรรณธัญญาหารอุดมสมบูรณ์ มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญา จำนวนรวมทั้งสิ้น 83 รายการ จำแนกเป็น 6 กลุ่ม คือ ขนมหวาน อาหารคาว ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ ผลไม้ งานประดิษฐ์ และการ เลี้ยงขยายพันธุ์ปลากัด 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นจากเดิมสามารถรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน คือ (1) กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ สื่อสารความเป็นอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรม ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นของฝากจากคุ้มบางเจ้าประชาคมอาเซียน (2) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกตาม เกณฑ์จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ คือ เสื้อพิมพ์ภาพวัฒนธรรมไทย มอญ น้ำตาลมะพร้าว มะโยกไม้ สบู่สมุนไพร พักข้าว เครื่องประดับจากวัสดุธรรมชาติและเรือสำปั้นจำลอง (3) ความเป็นอัตลักษณ์นำลักษณะความ

เป็นพื้นที่สีเขียว วัด ศาสนาและศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมน้ำและสะพาน 1 และ 2 นำมาจัดทำเป็นตราสัญลักษณ์ เพื่อการแสดงความเป็นตัวตนของชุมชน (4) พัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุง กระบวนการบริหารจัดการ พัฒนารูปแบบสลากสินค้า บรรจุกัญทิให้สะดวกมีประโยชน์และสวยงาม (5) ความเห็นชอบของนักท่องเที่ยวยต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่ากลุ่มประชากรให้ความเห็นด้วยในระดับมากในทุกประเด็นข้อเสนอแนะจากการวิจัยควรรวมกลุ่มกันเพิ่มมากขึ้น แล้วจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการการผลิตภัณฑ์และทรัพยากรร่วมกันที่มีรูปแบบการจัดการการผลิตและการตลาดให้ได้เหมาะสมสนองความต้องการ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้สามารถจำหน่ายได้ทุกวัน มีคณะกรรมการตรวจสอบประเมินผล ปรับปรุง พัฒนาผลผลิตทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นระยะ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากขึ้นต่อไป

อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์. (ออนไลน์. 2557) ศึกษางานวิจัย เรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางหัวเสือ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบรรจุกัญทิ ได้แก่ ชาใบชูลูกประคบสมุนไพร สบู่มะเฟือง และน้ำอัญชัญพร้อมดื่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำมันหม่องนวดสมุนไพร และกลุ่มผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ดวงพร ภู่มะกา และคณะ (2559) ได้ศึกษาโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์สู่การเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้มาตรฐาน : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพการบริหารจัดการและการส่งเสริมโดยชุมชน ผลการดำเนินงานพัฒนา การบริหารจัดการและการส่งเสริมโดยชุมชนด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของผู้บริหารของจังหวัดในแต่ละหน่วยงานเพื่อการพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการและการส่งเสริมสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้มาตรฐาน 3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลงานวิชาการรับใช้สังคมที่สามารถถ่ายทอดบทเรียนและประสบการณ์ในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมเปียะบ้านโพธิ์ มีความร่วมมือในการดำเนินงาน มีความเสียสละ มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่วนรูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือ มผช.

นั้น สมาชิกกลุ่มต้องมีความรู้ความเข้าใจและความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นปัจจัยหลัก และมีกระบวนการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมและยอมรับของสมาชิกกลุ่ม ประกอบกับการดำเนินการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานโดยมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมเอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและปัจจัยทางนิเวศวิทยาเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านต้นทุนการผลิต โดยแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุน

กรณีการ สายเทพและพิชญา เพิ่มไทย (2560) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบปัญหาที่มีความสำคัญ คือปัจจุบันมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเล็กๆ มีปริมาณผลผลิตที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า อีกทั้งยังไม่มีรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม 1) ต้องมีการรวมกันเป็นเครือข่ายและจัดพบปะกันเป็นระยะ อาทิ เป็นรายเดือนหรือไตรมาส 2) ต้องมีการกำหนดมาตรฐาน สินค้าและการควบคุมระบบการผลิตให้มีความเสมอ และ 3) ต้องมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการ ของลูกค้าและเพื่อการส่งออก

กฤษณะ ดาราเรือง (2560) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงาน พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และฉลากสินค้า และจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ประกอบการและการสอบถามความคิดเห็นผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม วิสาหกิจชุมชนบ้านแหลมฯ มีประธานกลุ่มฯ ที่มีความรู้ความสามารถในการนำภูมิปัญญามาใช้ในกระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานและรางวัลต่างๆ

พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและได้รับการยอมรับจากชุมชนและหน่วยงานต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน แต่ในขณะเดียวกันยังคงมีจุดอ่อนในด้านขาดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ Brand ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ในส่วนของผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านแหลม จังหวัดนครสวรรค์ภายหลังได้รับการพัฒนาแล้ว พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ดังนั้น แสดงให้เห็นว่า ตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้ามีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้การศึกษาผลการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านแหลม จังหวัดนครสวรรค์พบว่า ประกอบด้วย 1) ออกงานแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง 2) แสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด Modern Trade 3) ขยายกลุ่มตลาดในกลุ่มธุรกิจสปา และธุรกิจโรงแรม 4) พัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด 4.0 ผ่าน Social Media และ Digital Marketing 5) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้า ตลอดจนรูปแบบการจัดกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย 6) สร้าง Brand Online ผ่าน Social Branding 7) พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการ 8) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนกลยุทธ์ของสินค้า Modern Trade 9) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และ 10) ส่งเสริมการศึกษาดูงานและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่บุคลากร ดังนั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบ้านแหลม จังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

จิตพนธ์ ชุมเกต (2560) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนไทยมุสลิม 2) เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านไทยมุสลิม ที่แสดงถึงคุณค่าและอัตลักษณ์ของชุมชน และ 3) ศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้านไทยมุสลิม สำหรับเป็นแนวทางส่งเสริมเพื่อให้ชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหนังแพะได้จากการนำหนังแพะมาฟอกและทำเป็นข้าวของเครื่องใช้ เช่น กระเป๋าหนังแพะ หรือของ

ตกแต่งจากหนังแพะ และการแปรรูปนมแพะทำเป็นชีสนมแพะเพื่อยืดอายุการบริโภค การแปรรูปน้ำนมดิบเป็นผลิตภัณฑ์นมโรงเรียน (นมถุง) ส่งไปยังโรงเรียนต่างๆ ตามโครงการอาหารเสริมนมโรงเรียน ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เพื่อแก้ปัญหาการขาดสารอาหารในเด็กวัยเรียน และสนับสนุนอุตสาหกรรมโคนมไทยโดย นอกจากนี้ยังพบ ภูมิปัญญาการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพรและงานศิลปหัตถกรรม เช่น หมอนหนุนผลิตภัณฑ์จากเมล็ดกระถิน ผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก ผลิตภัณฑ์จากกรกบอบหอม ผลิตภัณฑ์จากใบตะโก เป็นต้น ซึ่งวัสดุส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น และการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การสร้างความโดดเด่นน่าจดจำ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และมีคุณภาพ ถ้าเป็นอาหารต้องมีคุณภาพสามารถเก็บรักษาได้ มีคุณค่าทางโภชนาการ ถ้าเป็นสิ่งของก็จะต้องมีความคงทน ทนทานต่อการใช้สอย มีการบรรจุหีบห่อ มิดชิด สวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ ก็จะทำให้เป็นที่น่าสนใจ ซึ่งการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรเป็นการออกแบบที่สื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนอันเกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นเรื่องราว วิธีการดำเนินชีวิตของชุมชนมุสลิม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนแข็งแกร่งขึ้น นำรายได้ให้กับชาวบ้านมากยิ่งขึ้น ในด้านกระบวนการจัดจำหน่าย สามารถเปิดตลาดนัดหรือร้านค้าชุมชนให้กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ที่มาศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของตลาด เป็นของฝากรูปแบบ นอกจากนี้อาจใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายออกนอกพื้นที่ เช่น ตามสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ชุปเปอร์มาเก็ต ฯลฯ ในการจัดการทางการตลาดและควรเพิ่มช่องทางการขายผ่านทางสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ออกสู่ภายนอกในลักษณะที่เรียกว่า กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) ก็จะเป็นการนำรายได้มาสู่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

สุชาดา คุ่มสลุด และคณะ (2560) ศึกษาการศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้าของผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ตามแนวคิดของการดำเนินงานโครงการ One Village One Product (OVOP) ในประเทศญี่ปุ่น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 120 ราย ผลการวิจัยพบว่า ได้มีการนำแนวคิด OVOP ไปใช้บูรณาการในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้ง 5

ขั้นตอน ได้แก่ 1) การพัฒนาแนวคิดจากการนำทรัพยากร และภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาแนวคิด และให้สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยความคิดของกลุ่ม 2) การประเมินทางด้านการตลาด ลูกค้า และเทคโนโลยีที่ใช้เบื้องต้น มีการประเมินความเข้มแข็ง และศักยภาพของกลุ่มและวางแนวทางในการพัฒนาสมาชิกของกลุ่ม โดยคำนึงถึงความสามารถและความพร้อมของสมาชิกในกลุ่ม 3) การประเมินทางด้านธุรกิจ การเงิน และเทคโนโลยีที่ใช้อย่างละเอียด ใช้การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับตลาดและคู่แข่ง เพื่อวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความแตกต่างที่มีเอกลักษณ์ที่สามารถแข่งขันได้ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การทดสอบผลิตภัณฑ์ และการทดสอบตลาด มีการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มในทุกกระบวนการเริ่มจากการวางแผนในการผลิต การร่วมสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ร่วมทดสอบผลิตภัณฑ์ และ 5) การวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มในการนำเสนอเรื่องราวและกล่าวถึงที่มาที่ไปของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มซึ่งเป็นการนำทรัพยากร ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาผลิต ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ มาสร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง และความรู้เดิมที่ตกทอดกันมา มีการสร้างเรื่องราวของลายที่ตนเองทอและความเป็นมาของกลุ่ม แต่ก็ยังเป็นจำนวนน้อย และจะทำเฉพาะเวลาไปออกงานตามงานนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางภาครัฐจัดขึ้น โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จะเป็นทั้งในลักษณะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนากระบวนการผลิต รวมทั้งมีการพัฒนาความรู้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม OTOP มีการให้ความรู้ และฝึกทักษะต่างๆ ให้แก่ผู้นำ และสมาชิกในกลุ่มทั้งในลักษณะของการให้ความรู้ในพื้นฐานการบริหารธุรกิจ เช่น การจัดการการเงิน การจัดการระบบบัญชี การจัดการด้านการตลาด และกระบวนการผลิตอย่างกว้างๆ ซึ่งเป็นการอบรมในภาพรวม แต่ในด้านความรู้และทักษะเฉพาะเจาะลึกในส่วนที่ผู้ประกอบการมีความสนใจจะใช้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือไปดูงานในพื้นที่ที่มีการดำเนินงานในรูปแบบเดียวกัน

จิตติพร วรฤทธิ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม 5 ดาว ในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ OTOP 2) ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม 5 ดาว 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม 5 ดาว และ 4) จัดทำกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

OTOP ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม 5 ดาว ในจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในงาน OTOP และงานการจัดนิทรรศการของดีเมืองบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมระดับ 5 ดาว ในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 5 กลุ่ม คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนกลุ่มละ 2 คน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ 2) สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกสู่ตลาดมีรูปแบบเดิมๆ ด้านราคา พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีราคาสูง ด้านสถานที่การจัดจำหน่าย พบว่า มีการขายผลิตภัณฑ์ตามงานนิทรรศการต่างๆ และการขายทางออนไลน์ และด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า มีการโฆษณาโดยใช้แผ่นพับหรือโปรซัวร์ 3) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องพัฒนารูปแบบให้มีความสวยงาม และทันสมัย สืบถึงความเป็นมาของแต่ละท้องถิ่น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกเหนือจากเครื่องนุ่งห่ม และใช้นวัตกรรมในการผลิตเพื่อให้ลดความร้อนในการสวมใส่ ด้านราคาต้องไม่สูงเกินไป ด้านสถานที่ต้องขยายตลาดไปสู่แหล่งจำหน่ายที่หลากหลาย และส่งเสริมให้มีการจำหน่ายทางออนไลน์ และด้านการส่งเสริมการขาย โดยสามารถนำยอดขายผลิตภัณฑ์ OTOP ไปลดหย่อนภาษีเงินได้ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตามสื่อต่างๆ และหน่วยงานต่างๆ สนับสนุนให้พนักงานสวมใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 4) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า สามารถใช้หลักการ 4 Ps มาเป็นแนวทางในการจัดทำกลยุทธ์ทางด้านการตลาดให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

สุภาพร พรหมะเริง (2561) ได้ศึกษาแนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งเสริมการยกระดับหรือเลื่อนระดับสินค้า OTOP และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาคุณภาพและยกระดับสินค้า OTOP สำหรับวิธีการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ใช้ลักษณะการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญกับสมาชิกกลุ่ม โดยเปิดโอกาสให้สมาชิก

กลุ่มได้ร่วมค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับการยกระดับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ภายในกลุ่ม รวมถึงการมีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยการวิจัยในลักษณะนี้มุ่งให้กลุ่มเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันและหาทางออกเพื่อแก้ไขปัญหา จากการศึกษาด้านการพัฒนาแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 242 หมู่ 7 ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน 51000 ซึ่งเริ่มก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จนถึงปัจจุบัน โดยผู้ก่อตั้งกลุ่ม คือ คุณปิยะภรณ์ สมพงษ์ ได้รวบรวมสมาชิกกลุ่มแม่บ้านที่ไม่ได้ทำงานมาร่วมสมาชิกกลุ่ม จำนวน 10 คน ทำให้กลุ่มแม่บ้านที่ไม่ได้ทำงานเป็นหลักแหล่งมีรายได้เสริมเพิ่มขึ้นจนถึงปัจจุบัน ปัญหาการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการผลิตลำไยล้นตลาดราคาลำไยสดตกต่ำ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยังไม่ได้รับการรับรองจาก อย. GMP HACCP ขาดการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์ของสินค้า มีการแข่งขันทางด้านราคามากขึ้น ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นปัญหาต่อการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อมุ่งสู่ระดับสากล ในปี พ.ศ. 2555-2556 อยู่ระดับกลุ่มซี นักวิจัยจึงได้ร่วมกับทางกลุ่มในการพัฒนาและแนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในปี พ.ศ. 2557-2558 จนยกระดับถึงกลุ่มเอ เพื่อยกระดับสู่สากลโดยยกระดับสินค้า ดังนี้ 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางกลุ่มได้ดำเนินการขอหนังสือรับรองมาตรฐานการผลิต เลขที่ 8-4-15-51-10-00833 อยู่ในระดับดีมาก ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ และได้ดำเนินการขอหนังสือรับรององค์การอาหารและยา (อย.) เลขที่ 51-2-01053 2) ด้านศักยภาพการผลิต โดยทางกลุ่มได้จัดหาวัตถุดิบ เพื่อเพิ่มการผลิตและเพิ่มจำนวนอัตราการผลิต ทั้งร่วมระดมสมาชิกภายในหมู่บ้านที่ว่างงานมารวมกลุ่มเพื่อสนับสนุนส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชนส่งผลทำให้มีอัตราการผลิตสูงขึ้น ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้จำนวนมาก 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ทางกลุ่มได้เพิ่มและขยายนวัตกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยสะดวกในการดำเนินงานให้มากขึ้น 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มได้มีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นเช่น จากเดิมใส่ถุงพลาสติกใส มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า 5) ด้านตลาดการจำหน่ายของ

ผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มได้เพิ่มหลายช่องทาง เช่น เฟสบุ๊ก โทรศัพท์ ร้านค้า ห้างที่มีชื่อต่างๆ ขยายการส่งออกไปยังต่างประเทศและสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้จากทางเว็บไซต์อีกด้วย

ชไมพร รัตนเจริญชัย, กรวิกา ไชยวงศ์, ณิชาพันธ์ ปิตินิยมโรจน์, วริยา ยอดบั่น และภาพิมล บัวใจการ (2562) ได้ศึกษาเรื่องยกระดับผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรพุลคาวสู่สินค้า OTOP ผลการศึกษาพบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสามารถสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคผ่าน การสร้างตราสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผู้ผลิตชาสมุนไพรรายอื่น ๆ และผลจากการสอบถามความเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบใหม่ แบบที่ 2 ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสนใจในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในเรื่องการแสดงข้อมูลที่ครบถ้วนในระดับมากที่สุด ด้านรูปแบบและ ความสวยงามของตัวผลิตภัณฑ์พบความพึงพอใจในเรื่องสีของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมในระดับมากที่สุด และด้านการเพิ่มมูลค่าและราคาจำหน่ายในเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าใน ระดับมากที่สุด นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการคำนวณต้นทุนและถ่ายทอดองค์ความรู้ในการคำนวณต้นทุน ผลิตภัณฑ์ให้มีความถูกต้องและสามารถนำข้อมูลต้นทุนนั้นไปใช้ในการกำหนดราคาขายและวางแผนการผลิตต่อไปในอนาคต

ศราวุธ พจนศิลป์ (2562) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 2) ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 3) ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับรองการลงทะเบียนเป็นผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP 2560 จากทั้งหมด 8 อำเภอ จำนวน 122 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติค่า ไคสแควร์และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ในภาพรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ การพัฒนา มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พบว่า ในภาพรวมมีการปฏิบัติในระดับมาก เรียงตามลำดับ

ดังนี้ เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การสนับสนุนของภาครัฐ และนวัตกรรม 3) ปัจจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีการพัฒนากระบวนการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ มีการวางแผน อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือ ผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปในทางที่ดีกว่าเก่า ซึ่งประกอบด้วยหลักสำคัญ 4 ประการ คือ การพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ใหม่ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

นางลักษณ์ จีวจุ, ทิพย์วรรณ ศิบุญนันท์, ประพัทธ บัวเฟื่อน, ชญานันท์ ศิริกิจเสถียร, วีรวรรณ แจ่มไม้,และชูเกียรติ เนื้อไม้ (ม.ป.ป.) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม พบว่า ผลการตอบรับการผลิตภัณฑ์ทดลองจำหน่าย มีจำนวน 2 ร้าน ได้แก่ ร้าน OTOP และร้านขายของฝากของที่ระลึกได้ให้ความสนใจและตอบรับการวางสินค้า จำหน่าย การติดตามผลสำเร็จหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ อีกทางหนึ่งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ซึ่งมีร้านจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ เพิ่มมากขึ้น จากการวิจัย พบว่า ร้านขายของฝากจะมีความน่าสนใจมากกว่า เพราะจะมีกลุ่มลูกค้าซื้อกลับไปฝากญาติผู้ใหญ่ที่บ้านในช่วง เทศกาลสำคัญ การบริหารจัดการของกลุ่มโอท็อป (OTOP) วิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม กลุ่มไม้กวาดเปเลญวน บ้านบ่อแก้ว ตำบลพานทอง อำเภอลำไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร มีการพัฒนาเรื่องการบริหารในเรื่องของ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สะดวก สามารถถือพกพาได้ง่าย การวางแผนทางการเงินในการ คำนวณหาต้นทุนผลิตภัณฑ์และการวางแผนกำไรที่เหมาะสม ตลอดจนการพัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทาง ออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการสืบทอดภูมิปัญญา โดยวัสดุส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เป็นการนำเอาเอกลักษณ์ของชุมชนมาออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนอันเกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นเรื่องราว วิธีการดำเนินชีวิตของชุมชน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนมีมูลค่าเพิ่มขึ้น แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการจัดจำหน่าย ควรใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายออกนอกพื้นที่ ในการจัดการทางการตลาดและควรเพิ่มช่องทางการขาย ผ่านทางสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ออกสู่ภายนอกอย่างยั่งยืน

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ผู้เข้าร่วมการวิจัย ประกอบด้วย ประชาชนชาวบ้าน กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และผู้นำชุมชน และนำเสนอผลงานวิจัยในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนวิธีการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยแบ่งออกเป็นขอบเขตในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ขอบเขตการวิจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย รวมจำนวน 85 คน

- | | |
|-------------------------------------|-------------|
| 1) กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น | จำนวน 15 คน |
| 2) กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ | จำนวน 30 คน |
| 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ | จำนวน 5 คน |

(1) นักโภชนาการ จากอนามัยเทศบาลตำบลตลาดแคและมหาวิทยาลัยราชภัฏ

นครราชสีมา

(2) นักออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

(3) กลุ่มแม่บ้านเทศบาลตำบลตลาดแค จำนวน 25 คน

(4) ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน

2. ขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหา

2.1 บริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค

2.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค

2.3 การหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค

2.4 การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค

3. ขอบเขตพื้นที่

เทศบาลตำบลตลาดแค ตามเขตการปกครอง 6 หมู่บ้าน 10 ชุมชน ดังนี้

หมู่ที่ 1 บ้านสำโรงมี 2 ชุมชน คือ ชุมชนสำโรงตะวันออก และชุมชนสำโรงตะวันตก

หมู่ที่ 2 บ้านตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนตลาดแค และชุมชนชาววัง

หมู่ที่ 3 บ้านตะขบ มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนตะขบ

หมู่ที่ 11 บ้านสระแทต มี 1 ชุมชน คือ ชุมชนสระแทต

หมู่ที่ 12 บ้านสามแยกตลาดแค มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนโนนหนามแดง และชุมชนโนนหิน

พิมาน

หมู่ที่ 15 บ้านตลาดแคตะวันออก มี 2 ชุมชน คือ ชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งเหนือ

และชุมชนตลาดแคฝั่งตะวันออกฝั่งใต้

4. ขอบเขตระยะเวลาดำเนินการ

จำนวน 15 เดือน (มกราคม 2562 – มีนาคม 2563)

วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของทีมวิจัยและชุมชน มีวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การจัดเวทีสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์กลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจและการประชุมกลุ่มย่อย การปฏิบัติการ โดยมีเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

1. การจดบันทึก แบบไม่เป็นทางการตามสถานการณ์จริง

2. การถ่ายภาพ และคลิปเพื่อนำไปตัวอย่างเพื่อให้เห็นสถานการณ์จริงในการมีส่วนร่วม และศึกษาจุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนา

3. การทำผังชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้เห็นภาพรวมของชุมชน

4. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อรวบรวมบริบททั่วไปของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม/ประเพณี ทรัพยากรในชุมชน ผู้เชี่ยวชาญ และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแคพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน

5. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

6. แบบบันทึกข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

7. การวิเคราะห์เป็นการวิเคราะห์แบบมีส่วนร่วมของทีมวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) การพัฒนาโจทย์วิจัยและนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ

- 2) เตรียมทีม คน และสร้างความเข้าใจกับชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง
- 3) เก็บรวบรวมข้อมูล บริบทชุมชน ชนิดของผลิตภัณฑ์ ศักยภาพและข้อจำกัด
- 4) การวิเคราะห์ข้อมูล
- 5) ทดลองปฏิบัติการทำผลิตภัณฑ์
- 6) สรุปผลและจัดทำรายงานการวิจัยสมบูรณ์

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ผู้เข้าร่วมการวิจัย ประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และผู้นำชุมชน และนำเสนอผลงานวิจัยในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนวิธีการวิจัย แบ่งเป็น 4 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 : เตรียมทีม คน และสร้างความเข้าใจกับชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง

- 1.1 ประชุมทีมวิจัย เพื่อทำความเข้าใจโครงการและจัดสรรบทบาทหน้าที่
- 1.2 ประชุมทำความเข้าใจกับชุมชนเข้าใจกับชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง
- 1.3 ศึกษาดูงานวิจัยท้องถิ่นชุดนักวิชาการ
- 1.4 อบรมแนวคิดและออกแบบเครื่องมือวิจัยร่วมกับทีมวิจัย

ช่วงที่ 2 : ศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูล

- 2.1 ประชุมทีมวิจัย เพื่อออกแบบเครื่องมือวิจัย และหาข้อเกี่ยวกับการเก็บรวบรวม

ข้อมูล

2.1.1 ลงพื้นที่จัดทำเครื่องมือ

2.1.2 รายงานความก้าวหน้า

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2.1 เก็บข้อมูลสภาพบริบท สภาพพื้นที่และชนิดของผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาล

ตำบลตลาดแค

2.2.2 เก็บข้อมูลศักยภาพและปัญหาข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาล

ตำบลตลาดแค

2.2.4 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์

2.2.3 ประชุมเชิงปฏิบัติการหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

2.3 การปฏิบัติการ

2.3.1 วิเคราะห์ประเด็นการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

2.3.2 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

2.3.3 จัดเวทีคืนข้อมูล

2.3.4 ทบทวนวิเคราะห์ผลลัพธ์หลังอบรม

2.3.5 สรุปและคืนข้อมูลให้กับชุมชน

2.3 วิเคราะห์ข้อมูล

2.3.1 จัดเวทีตรวจสอบข้อมูลร่วมกับชุมชน และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3.2 อบรมการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงานก้าวหน้า

2.3.3 จัดประชุมทีมวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับทีมวิจัย ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์

2.3.4 ปฏิบัติการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์

2.4 รายงานความก้าวหน้า

2.4.1 ประชุมนำเสนอความก้าวหน้าร่วมกับทีมวิจัยอื่นในชุดโครงการฯ

2.4.4 จัดทำรูปเล่มฉบับสมบูรณ์

ช่วงที่ 3 : ทดลองปฏิบัติการ

3.1 ประชุมทีมวิจัยเพื่อวางแผนการทดลองปฏิบัติการ

3.2 จัดเวทีนำเสนอข้อมูลกับชุมชนและเพื่อร่วมกำหนดแผนการทดลองปฏิบัติการ

3.3 ทดลองปฏิบัติการตามประเด็น ดังนี้

3.3.1 ประชุมกำหนดกรอบแนวคิดและคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนา

3.3.2 ประชุมอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์

3.3.3 ประชุมอบรมปฏิบัติการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์

3.3.4 ประชุมอบรมปฏิบัติการด้านการตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3.3.5 ประชุมอบรมปฏิบัติการพัฒนารูปลักษณ์ขนมไทย

3.4 ประชุมทีมวิจัยและผู้เกี่ยวข้องเพื่อติดตามประเมินผลการทดลองปฏิบัติการ

ช่วงที่ 4 : สรุปผลและจัดทำรายงาน

4.1 จัดประชุมปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลและเขียนรายงานฉบับสมบูรณ์

4.2 ประชุมทีมวิจัยสรุปบทเรียนและสรุปผลโครงการวิจัย

4.3 จัดเวทีนำเสนอผลการวิจัยคืนข้อมูลสู่ชุมชนและสาธารณะ

4.4 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

4.5 เวทีนำเสนอผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์เพื่อประเมินผลการวิจัยร่วมกับชุดโครงการ

2.5 กิจกรรมวิจัย

กิจกรรมที่จะพัฒนาให้การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยมีกิจกรรมวิจัยดังนี้

2.5.1 ช่วงพัฒนาโจทย์วิจัย

การพัฒนาโจทย์วิจัยมีการดำเนินกิจกรรมดังนี้

1. ประชุมพัฒนาโจทย์วิจัยครั้งที่ 1 วันที่ 2 ธันวาคม 2561 ณ ห้องประชุมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2. ประชุมพัฒนาโจทย์ครั้งที่ 2 วันที่ 11 ธันวาคม 2561 ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลตลาดแค ประชุมกลุ่มใหญ่ทั้ง 6 หมู่บ้าน 10 ชุมชน เพื่อพัฒนาโจทย์วิจัยในด้านการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.5.2 ช่วงเตรียมการ

ซึ่งในช่วงเตรียมการก็จะมีการดำเนินงานโดยผ่านกิจกรรมดังนี้

1. ประชุมเพื่อทำความเข้าใจโครงการกับชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทีมวิจัยเข้าใจโครงการและแนวทางการทำงานโครงการวิจัย ในวันที่เดือนกุมภาพันธ์ 2562 ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลตลาดแค โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งที่เป็นทีมวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาและนักวิจัยชุมชนจำนวน 15 คน โดยหัวหน้าโครงการวิจัย คือ นางศศิธร หวังคำกลาง โดยรวมงานวิจัย 2 เรื่องให้เป็นเรื่องเดียวกัน ได้แก่ เรื่อง ขนมไทยโบราณหวานน้อย กับ การจัดการสารสนเทศชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์พวงหรีดและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา จึงพัฒนาโจทย์วิจัยโดยใช้ชื่อว่า “การพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา” และได้นำเสนอโครงร่างวิจัยเพื่อให้ชุมชนเข้าใจเป้าประสงค์ในการทำวิจัยในครั้งนี้และเชิญชวนให้นักวิจัยพื้นที่สมัครเข้าร่วมเป็นทีมวิจัยด้วยความสมัครใจ ทำให้ได้รายชื่อทีมวิจัยครบถ้วน

2. ประชุมทีมวิจัยวันที่ 16 มีนาคม 2562 ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลตลาดแคเพื่อทำความเข้าใจโครงการและวางแผนการทำงานและทำความเข้าใจกับทีมวิจัยในบทบาทหน้าที่

แนวทางการดำเนินงานและคัดเลือกทีมวิจัยเพื่อไปศึกษาดูงานและอบรมแนวคิดในการออกแบบเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลในการทำวิจัย โดยแต่ละทีม 7-8 คน ทีมมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และวันที่ 24 มีนาคม 2562 ขี้แจงทีมวิจัยเรื่องงบประมาณในการดำเนินการวิจัย และคัดเลือกตัวแทนที่จะไปศึกษาดูงานที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยได้ตัวแทนจากชุมชน 4 คน ได้แก่ นางวรรณ นานอก, นางหวาน เกยโนนสูง, นางวิน ต้นยาง, นางฉลอง ศิริทรัพย์ และทีมวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้แก่ นางศศิธร หวังคำกลาง, นางวนิดา นเรธรรณ, นางสาวรุจิรา ศรีสุภาและนางสาวเปรมกมล สติเดชกัญชร

3. ศึกษาดูงานวิจัยท้องถิ่นชุดนักวิชาการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยมีนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาและทีมนักวิจัยท้องถิ่น เพื่อศึกษาเรียนรู้การทำวิจัยท้องถิ่นโดยการศึกษาดูงานวิจัยท้องถิ่นชุดนักวิชาการอุบลราชธานี จัดขึ้นในวันที่ 15 – 17 พฤษภาคม 2562 ณ ห้องประชุม U2 อาคารเทพรัตนศิริปภา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป้ากระบวนการอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเครื่องมือในการวิจัยและการศึกษาดูงานในครั้งนี้ทำให้ทั้งวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาและตัวแทนนักวิจัยชุมชน เข้าใจกระบวนการทำงานวิจัยในท้องถิ่นและการสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลอย่างมีส่วนร่วม ทีมวิทยากร ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษกาญจนา ทองทั่ว และดร.วสิน โคมุท ดร.คำล่า มุสิกกา และอาจารย์กิ่งกาญจน์ สำนวนเย็น ได้ลงพื้นที่ศึกษาดูงานโครงการวิจัยอนุรักษ์และฟื้นฟูห้วยตองแวด บ้านโพธิ์ตก ตำบลโพธิ์ใหญ่ อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี โดยให้นักวิจัยท้องถิ่นเป็นทีมบรรยายกระบวนการบริหารจัดการในท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมในการเป็นนักวิจัยท้องถิ่น เพื่อให้นักวิจัยชุมชนเห็นบทบาทหน้าที่ของนักวิจัยชุมชนว่ามีส่วนช่วยในการวิจัยได้อย่างไร

4. ประชุมทีมวิจัยทำร่างเครื่องมือวิจัยในวันที่ 14 มิถุนายน 2562 ห้องประชุมคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ทั้งหมด 3 ชุด ได้แก่ การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา (บริบทชุมชน) ชุดที่ 2 การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา (ประเภทผลิตภัณฑ์) และชุดที่ 3 การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา (การตลาดผลิตภัณฑ์) และนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 3 คน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตุลา คมกฤต มโนรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์พจี บรรจงปฐ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรัฐพร ไทยงเหลื่อม ตรวจสอบเครื่องมือโดยใช้วิธีการหาค่า IOC และนำมาผลจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน มาวิเคราะห์และนำผลการวิเคราะห์มาปรับแก้แล้วนำไปใช้

5. ประชุมเพื่อติดตามความก้าวหน้าการดำเนินการวิจัย 5 ชุดโครงการ วันที่ 29 มิถุนายน 2562 เวลา 08.30 น. – 12.00 น. ณ ห้องประชุมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

อาคาร 36 ชั้น 2 ซึ่งในการประชุมได้มีการแลกเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงาน ในแต่ละชุดโครงการทั้ง 5 พื้นที่ ทีมพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบล ตลาดแค ได้นำเสนอผลการเก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์ในชุมชน ทั้งหมด 3 ประเด็น ประเด็นบริบทชุมชนในด้านผลิตภัณฑ์ ชนิดผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาพัฒนายกระดับและแนวทางในการพัฒนา และแต่ละทีมก็ได้รับการชี้แนะจากผู้ประสานงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2.5.3 ช่วงการเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

ในกระบวนการเก็บข้อมูล หัวหน้าโครงการและทีมได้มีการประชุมเพื่อสรุปประเด็นที่ไปอบรมเชิงปฏิบัติการในประเด็น การสัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม ซึ่งในที่ประชุมมีมติร่วมกันว่า เห็นควรที่จะให้อาจารย์นักวิจัยลงพื้นที่ลงไปสัมภาษณ์เก็บข้อมูลร่วมกัน เพื่อให้แต่ละคนได้เห็นมุมมองในแต่ละด้านไปพร้อม ๆ กันเมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมาสรุปพร้อมกันเพื่อเติมเต็มข้อมูลซึ่งกันและกันโดยเริ่มจากกระบวนการดังนี้

1. ประชุมทีมวิจัยวันที่ 15 กรกฎาคม 2562 ณ บ้านพักคนชรา เพื่อวิพากษ์เครื่องมือวิจัยคัดเลือกผู้ที่จะให้ข้อมูลและมอบหมายผู้ประสานผู้ให้ข้อมูล และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ใช้วิธีเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทุกประเภทมาประชุมพูดคุยกันโดยแบ่งนักวิจัยชุมชนกับทีมนักวิจัยมหาวิทยาลัยสัมภาษณ์ด้วยกันแบ่งออกผู้สัมภาษณ์เป็นบ้าน มีประเด็นที่จะถามดูจากแบบสัมภาษณ์ทั้งหมด 3 ชุด หากค้นพบประเด็น อื่น ๆ ให้จดบันทึกมาด้วย

หมู่ที่ / บ้าน	นักวิจัยชุมชนผู้รับผิดชอบ	แหล่งข้อมูล
1 บ้านสำโรง ชุมชนสำโรงตะวันออก ชุมชนสำโรงตะวันตก	คุณครูวิมลศรี, นางละเอียด	คุณสมนึก, คุณณรงค์เดช
2 บ้านตลาดแค ชุมชนตลาดแค ชุมชนชาววัง	นางฉลอง, นางเรไร	ยายสละ, ยายแมว ตาเฉลียว, ตาผืน, คุณจำรัส
4 บ้านตะขบ ชุมชนตะขบ	นางวรรณ, นางหวาน	คุณจิตรกร, ตาพันเต็ด, ตาแจ้ง, นายประจบ, ยายหล้า
11 บ้านสระเตด ชุมชนสระเตด	นางบัวโรม, นางจวน	ยายล้วน, ยายรวย

หมู่ที่ / บ้าน	นักวิจัยชุมชนผู้รับผิดชอบ	แหล่งข้อมูล
12 บ้านสามแยกตลาดแค ชุมชนโนนหนามแดง ชุมชนโนนหินพิมาน	นางสมพร, นางวิน	คุณสมพงษ์, คุณประกอบ, คุณ ลิ้ม
15 บ้านตะวันออก ชุมชนตะวันออกฝั่งเหนือ ชุมชนตะวันออกฝั่งใต้	นางแสงจันทร์, นางสุนทร	คุณสมปอง

2. ประชุมทีมวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา วันที่ 24 กรกฎาคม 2562 ณ ห้องประชุมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อวิเคราะห์แต่ละประเด็น บริบทชุมชน ทิศทางสังคมของชุมชน ชนิดผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์สรุปชนิดได้ทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ 1) อาหารแปรรูปเป็น อาหารคาวและอาหารหวาน 2) เครื่องจักสาน และ 3) สมุนไพร ซึ่งที่ประชุมลงความเห็นว่าคุณสมบัติทั้งหมดยังมองไม่เห็นสภาพที่แท้จริงของชุมชนจึงวางแผนเพื่อลงสัมภาษณ์เก็บข้อมูลเชิงลึกทั้งหมดทุกชุมชน 6 หมู่บ้าน 10 ชุมชน โดยนัดหมายนักวิจัยชุมชนในวันที่ 23 สิงหาคม 2562 บ้านพักคนชรา เพื่อคืนข้อมูลให้กับชุมชน และให้นักวิจัยชุมชนนัดหมายผู้ที่ทำผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภท อาหาร เครื่องจักสานและสมุนไพร เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกให้เห็นสภาพจริงของชุมชน ผลการสัมภาษณ์พบว่า ชนิดผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชนเทศบาลตลาดแค จาก 10 หมู่บ้านเพิ่มเติมว่าทุกหมู่บ้านมีความสามารถในการทำขนมทั้งที่เป็นขนมแห้งเก็บไว้รับประทานได้นาน เช่น ขนมปั้นขลิบ นางเล็ด ทองม้วน ดอกจอก เป็นต้น ขนมที่มีลักษณะเป็นขนมสด เช่น ขนมต้ม ขนมถั่วแปบ ขนมตาล ขนมใส่ไส้ เป็นต้น อาหารคาว ได้แก่ ไข่เค็ม ปลาร้า น้ำพริกปลาอย่าง เป็นต้น และยังมีประเภทจักสาน สมุนไพร และเครื่องมือทางการแพทย์แผนโบราณ และศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

3. วันที่ 26 สิงหาคม 2563 ประชุมทีมวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สรุปประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยมอบหมายให้ ดร.สุชาติ โหมกลางและดร.รุจิรา ศรีสุภา สรุปเรื่องปลาร้า นางสาวเปรมกมล สถิตเดชภูธร นายอารยะ มนูญศักดิ์ และนางสาวชนิดา พรหมจันทิกสรุปเรื่อง ขนมไทยหวานน้อย นางศศิธร หวังคำกลางและ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วนิดา นเรธรรณสรุปไม้กวาดทางมะพร้าว

4. วันที่ 4 กันยายน 2562 ณ ห้องประชุมบ้านพักคนชรา ประชุมสังเคราะห์ จุดแข็งจุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส ศักยภาพและข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเพื่อหาประเด็นที่จะไปพัฒนายกระดับ พบว่า ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่าด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ยังไม่เป็นตามมาตรฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์ ผลิตตามตาม

วิธีการถ่ายทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ ด้านศักยภาพการผลิต การผลิตผลิตตามกำลังที่ความสามารถในการผลิต และผลิตตามเท่าที่มีวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การนำเทคโนโลยีมาใช้ยังไม่มีเนื่องจากเป็นการผลิตที่เป็นอาชีพรอง/อาชีพเสริมหลังจากการทำนา ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต ทำตามกระบวนการที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ด้านการตลาด ขายในชุมชนและขายลูกค้าประจำที่เคยติดต่อกันมาช้านาน ด้านราคาส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาผลิต ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน โดยมีลูกค้าประจำมารับที่บ้าน ส่วนใหญ่จะไม่ได้ไปขายที่อื่นๆ ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มช่องทางในการขาย การส่งเสริมการขาย ยังไม่เนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะโดดเด่นและยังไม่มีการแปรรูป และชื่อเสียงของผู้ผลิตมีความน่าเชื่อถือและหมดเร็วทำให้ไม่ต้องส่งเสริมการขาย

4. การประชุมเตรียมความพร้อมรายงานความก้าวหน้าในวันที่ 5 กันยายน 2562 ณ ห้องประชุมอาคาร 36 ชั้น 2 เวลา 14.00 น. มอบหมายการทำสไลด์นำเสนอ ทั้งหมด 3 ประเด็น ได้แก่ บริบทชุมชน ชนิดผลิตภัณฑ์และแนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และวันที่ 9 กันยายน 2562 รายงานความก้าวหน้างานวิจัยในพื้นที่ ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลตลาดแค โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งหมด 3 ท่าน ได้แก่ ดร.ปรีชา อุตระกุล อาจารย์วีระ ภาคอุทัยและอาจารย์รุ่งวิจิต คำงาม มีประเด็นเสนอแนะดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่มีข้อมูลข้าว มีกลุ่มไหนบ้างทำข้าวขายเอง มี 6 หมู่บ้าน เนื่องจากชุมชนมีการผลิตข้าวเป็นหลักแต่ไม่มีผลิตภัณฑ์ข้าว

4.2 หนองน้ำสาธารณะมีกั้นแหล่งน้ำ มีกติกาห้ามจับสัตว์น้ำใหม่ แนะนำการตั้งธนาคารปลา ขายได้นำไปเป็นกองทุนพัฒนาหมู่บ้าน

4.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องมองถึงวัตถุดิบ เช่น ขนตาลต้องมีต้นตาล มีการปลูกตาล ปลูกมะพร้าว ถ้ามีน้อยจะคิดต่ออย่างไร มีการปลูกเพิ่มใหม่และในในพื้นที่ไม่มีสวนไม้ผลของหมู่บ้านมากเท่าไร เพราะดินเค็ม แนะนำให้ปลูกพริกเพราะปลูกง่ายและเป็นวัตถุดิบในการผลิตหลายอย่าง มีครัวเรือนเกษตรทฤษฎีใหม่ก็ครัวเรือน มีโครงการอีสานนนนาหรือไม่ แนะนำจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพราะจะไม่ได้รับงบจากรัฐ ต้องเชื่อมโยงกับรัฐในอนาคต

4.4 ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่ได้รับดาวของพัฒนาชุมชน แนะนำให้ส่งตรวจกับทางจังหวัด ต่อมาต้องขอ อย.และ GAP เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ และเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด ส่งออกต่างประเทศได้ ส่งเข้าห้างได้ สินค้าที่ทำมีมูลค่าเท่าไร กลุ่มเป้าหมายคือใคร ส่งออกให้ใคร ถ้ามีอยู่จะขยายอย่างไร ทำอย่างไรจะไปเชื่อมกับหน่วยงาน กับพัฒนาชุมชน พอได้แผนชุมชนก็จะสามารถ

สร้างรายได้เพิ่ม กลุ่มเกิดความสามัคคี และต่อยอดไปสู่อนาคตได้ ต้องวิเคราะห์ 4p เพิ่มด้วย SWOT อย่างเดียวไม่พอ ต้องรู้ให้ได้ว่า ลูกค้าคือใคร คู่แข่งคือใคร การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรมีการวิเคราะห์แต่ละตัว ว่าเกี่ยวข้องกับใครบ้างก่อนการตัดสินใจผลิตภัณฑ์ เช่น ขนมตาล องค์ประกอบมีอะไรบ้าง ใครทำ ขายที่ไหน ถ้าวิเคราะห์เป็นกระบวนการก็จะเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานราก ที่จะกระจายรายได้ไปสู่กลุ่มต่าง ๆ ต้องมีการครอบคลุม เช่น กลุ่มพริกปลอดภัยทำยังไง ตลาดใครมารับสินค้า หรือชุมชนไปขายเอง

4.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรมีการวิวิธวิธีองค์การการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีขั้นตอนอะไร อย่างไร ทำอย่างไรกับการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ และผลกระทบต่อตลาดใหม่ที่จะเกิดขึ้นหากมีผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว แต่ปรับปรุงสูตรใหม่ ยกระดับคุณภาพต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาตรฐาน และเพิ่มการผลิตให้พอกับการขายได้อย่างไร การดูตลาดที่หลากหลาย ๑) ตลาดออนไลน์ ๒) ตลาดมหาวิทยาลัย ๓) ตลาดในโรงเรียน เช่น การทำชุดอาหารว่างขายในมหาวิทยาลัย โรงแรม หรือหน่วยงานต่าง ๆ ควรคิดถึงการกระจายรายได้ให้กับชุมชนด้วย จะนำมาสู่การยกระดับรายได้ของครัวเรือนอย่างไร ตลาดไหนมีความต้องการมากกว่าต้องเพิ่มสิ่งนั้น ตลาดไม่จำเป็นต้องอยู่ที่ตลาดเพียงอย่างเดียว อาจอยู่ในโรงแรม โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า หรืออื่นๆ แต่ต้องมีการปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ และต้องมาร่วมกันคิดร่วมกันเห็นโอกาส เช่น หมอนวดตลาดแค จะเห็นได้ที่บูทตามงานต่างๆ แต่ในพื้นที่ไม่มี อาจจะมีมองหาจุดเปลี่ยนโดยช่วงเทศกาลก็บริการนวดให้กับผู้เข้าพักตามห้องถนน สร้างรายได้และสร้างจุดขาย

4.6 เป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ในงานวิจัยชุดหลัก ดังนั้นการพัฒนาต้องคิดให้ครบ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เวลามองงานก็มองจากปลายน้ำมา นำมาสู่กระบวนการผลิตต้นน้ำ การยกระดับไม่ใช่เพียงยกระดับสินค้าแต่ต้องยกระดับทั้งกระบวนการ การเรียนรู้ของคนหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในแต่ละจุด จะสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ เพิ่มมูลค่า ลดต้นทุน ต้องเอาข้อมูลทั้งกระบวนการมาวิเคราะห์

3.4.4 ช่วงปฏิบัติการ

กิจกรรมที่ 1 เตรียมการปฏิบัติการ

ในกระบวนการปฏิบัติการ หัวหน้าโครงการและทีมได้มีการประชุมเพื่อสรุปประเด็นที่ไปอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ ซึ่งในที่ประชุมมีมติร่วมกันว่า เห็นควรที่จะอบรมในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด การพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ขนมไทยโบราณหวานน้อย มีรายละเอียดดังนี้

1) จากการสังเคราะห์ข้อมูลชนิดผลิตภัณฑ์แล้วนั้นเพื่อให้ข้อมูลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความเชื่อมั่น จึงได้เรียนเชิญ ผศ.ดร.สกุล วงษ์กาฬสินธุ์ ให้แนวคิดและวิพากษ์เพื่อให้ได้ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปยกระดับได้อย่างยั่งยืน ในวันที่ 4 กันยายน 2562 ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลตลาดแค และสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาที่สามารถยกระดับเพื่อเลือกผลิตภัณฑ์ ๔ ชนิด ซึ่งได้ชนิดผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ปลาร้า

(ปลาร้าน้ำปรุง ปลาร้าปลานิล) ขนมน้ำปลิบ ขนมหอยโบราณหวานน้อยและไม่กวาดทางมะพร้าว โดย
ใช้หลักการตลาด 4 P ในการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ปลาร้าน้ำปรุง วัดดุติบ สามารถหาได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติในพื้นที่ 3 แหล่งน้ำ ได้แก่
ลำน้ำสะเทต ลำธารปราสาท ลำเหมือง ส่วนที่ต้องซื้อ เช่น เกลือ ข้าวคั่ว ราคา กิโลกรัมละประมาณ
30-50 บาท ถุงพลาสติกมิดยาง สถานที่จัดจำหน่าย จำหน่ายที่บ้านไม่มีหน้าร้านขายประจำในด้าน
กิจกรรมทางการตลาด ยังไม่มีการส่งเสริมการขายเนื่องจากส่วนใหญ่ขายให้ลูกค้าประจำที่มารับถึง
บ้าน ปลาร้าหากมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบอกแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่ม
มากขึ้น สถานการณ์ของวัดดุติบ ปี 2562 เกิดภาวะฝนแห้งทำให้แหล่งน้ำขาดน้ำ ผลกระทบ มีปลา
สำหรับใช้ทำปลาร้าน้อยไม่พอขาย แต่ยังมีตลาดปลาวันอังคารที่สามารถหาซื้อได้ โดยไม่ทำให้เกิดผล
กระทบที่รุนแรงของปลานอกจากหาเองแล้วยังสามารถหาซื้อได้จากคนในชุมชน ซึ่งสามารถสร้าง
รายได้ให้กับชาวบ้านที่หาปลา

จากสถานการณ์ สรุปได้ว่า สามารถพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์ และ
ส่งเสริมการตลาดให้กลุ่มผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้นและสร้างสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาจ
ทำให้ผลิตภัณฑ์มีตลาดที่กว้างขึ้น สำหรับวัดดุติบหากเกิดสถานการณ์แล้งยังมีตลาดปลารองรับได้

2) ปลาร้าปลานิล วัดดุติบ สามารถหาได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติในพื้นที่ 3 แหล่งน้ำ ได้แก่
ลำน้ำสะเทต ลำธารปราสาท ลำเหมือง ส่วนที่ต้องซื้อ เช่น เกลือ ข้าวคั่ว ราคาตัวละ 35 บาท
ถุงพลาสติกมิดยาง สถานที่จัดจำหน่าย จำหน่ายที่บ้านไม่มีหน้าร้านขายประจำในด้านกิจกรรมทาง
การตลาด ยังไม่มีการส่งเสริมการขายเนื่องจากส่วนใหญ่ขายให้ลูกค้าประจำที่มารับถึงบ้าน ปลาร้า
หากมีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบอกแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น
สถานการณ์ของวัดดุติบ ปี 2562 เกิดภาวะฝนแห้งทำให้แหล่งน้ำขาดน้ำ ผลกระทบ มีปลาสำหรับใช้ทำ
ปลาร้าน้อยไม่พอขาย แต่ยังมีตลาดปลาวันอังคารที่สามารถหาซื้อได้ โดยไม่ทำให้เกิดผลกระทบที่รุนแรง
ของปลานอกจากหาเองแล้วยังสามารถหาซื้อได้จากคนในชุมชน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับ
ชาวบ้านที่หาปลา

จากสถานการณ์ สรุปได้ว่า สามารถพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์ และ
ส่งเสริมการตลาดให้กลุ่มผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้นและสร้างสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาจ
ทำให้ผลิตภัณฑ์มีตลาดที่กว้างขึ้น สำหรับวัดดุติบหากเกิดสถานการณ์แล้งยังมีตลาดปลารองรับได้

3) ไม่กวาดทางมะพร้าว วัดดุติบ หาได้จากชุมชนและหาซื้อทั้งในชุมชนและนอกชุมชน
เช่น ไม้ไผ่ ทางมะพร้าว ราคาขาย ถ้าไปซื้อที่บ้าน อันละ 45-50 บาท สถานที่จัดจำหน่ายขณะนี้

ขายในชุมชนและขายส่งตามลูกค้าสั่ง เช่น ลูกค้าประจำ โรงเรียนธารปราสาทเพชร, บริษัทเกลือพิมาย, โรงเรียนชุมชน สำหรับกิจกรรมการตลาดไม่มีวิธีการส่งเสริมการตลาดที่เป็นทางการใช้วิธีการบอกต่อลูกค้าประจำ จะส่งก่อนล่วงหน้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีทำให้ไม่สามารถติดต่อกลับเมื่อต้องการซื้อด้วยตนเอง

จากสถานการณ์ สรุปได้ว่า สามารถพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์ และส่งเสริมการตลาดให้กลุ่มผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้นและสร้างสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาจทำให้ผลิตภัณฑ์มีตลาดที่กว้างขึ้น สำหรับวัตถุดิบสามารถหาซื้อได้เครือข่ายประจำที่อำเภอปักธงชัย

4) ปั่นขลิบ วัตถุดิบ ซื้อในตลาดอำเภอพิมายเพราะราคาถูกกว่าทำเองและไม่ต้องเสียเวลากับการเตรียมวัตถุดิบ เพราะปัจจุบันวัตถุดิบมีคุณภาพดี และสามารถซื้อวัตถุดิบได้ครั้งละจำนวนมาก ๆ เช่น แป้งสาลีเอนก น้ำมันพืช น้ำตาล ไข่แปดโล่งสำหรับไข่แปดโล่งซื้อในชุมชนเพราะในชุมชนเลี้ยงเองคุณภาพดี ราคาขายถุงละ 20 บาท สถานที่จัดจำหน่ายไม่มีหน้าร้านเนื่องจากส่วนใหญ่ทำการการสั่งซื้อและขายในชุมชน ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เนื่องจากทำตามความต้องการของลูกค้า สถานการณ์การตลาด เคยทำส่งศูนย์เด็กเล็กอยู่ 2 ปี แต่เมื่อเปลี่ยนแม่ครัวก็ไม่ส่งอีกเลย (เมื่อประมาณ 12 ปีที่แล้ว) เคยมีรถพ่วงมารับไปขายแต่ไม่มารับอีกเพราะรถพ่วงจะบวกกำไรเพิ่มทำให้ราคาสูงกว่าซื้อจากแหล่งผลิตทำให้รถพ่วงไม่มารับอีก

จากสถานการณ์ สรุปได้ว่า สามารถพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์ ปัจจุบันมีเพียงขนาด 20 บาทขนาดเดียวและใส่ถุงพลาสติก เย็บด้วยลวดเย็บ และการตลาดสามารถส่งเสริมได้เพิ่มขึ้นเพราะยังคงมีลูกค้าเก่าที่มั่นใจในรสชาติของปั่นขลิบ และสร้างสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาจทำให้ผลิตภัณฑ์มีตลาดที่กว้างขึ้น สำหรับวัตถุดิบเป็นวัตถุดิบที่เป็นสากลหาซื้อได้ทั่วไปหากร้านค้าประจำตลาด

5) ขนมตาลเม็ด วัตถุดิบ ผลตาล ใบตอง มีในชุมชน ราคาขาย 4 ห่อ / 10 บาท จำหน่ายในบ้านผู้ผลิตและขายปลีกในชุมชน กิจกรรมทางการตลาด ใช้วิธีการส่งโดยตรงกับผู้ผลิต หรือขายปลีกในชุมชน อาศัยวิธีร่อยบอกต่อ ข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ เป็นขนมสดที่ต้องทานภายใน 1 วัน สถานการณ์วัตถุดิบ จะเกิดตามฤดูกาลในช่วง ดังนั้นจึงทำได้เฉพาะในฤดูที่มีผลตาล

จากสถานการณ์ สรุปได้ว่า หากไม่มีผลตาลจะทำให้ขาดความต่อเนื่องทางการตลาดแต่ก็ยังเป็นข้อดีคือสามารถทำให้เอกลักษณ์ได้ทำให้ผู้บริโภคนึกถึงขนมตาลตลาดแคเมื่อถึงฤดูผลตาลสุกจะได้กินขนมตาลของเทศบาลตลาดแค หรือถ้าเรานำจุดเด่นของเทศบาลตลาดแคด้านขนมไทยมาปรับเป็นขนมไทยของตลาดแคตามฤดูกาล เช่น ก๋วยเตี๋ยว ฟักทอง หรือวัตถุดิบอื่น ๆ มาทำเป็นขนมใน

เทศบาลตลาดแค จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ทุกฤดูกาลอย่างต่อเนื่อง ถ้าใช้คำว่า “ ขนมหไทยโบราณหวานน้อย ” โดยนำเอาคุณลักษณะของขนมหไทยหวานน้อยของตลาดแคมาเป็นจุดเด่น ซึ่งสามารถพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของขนมหไทยคือ ใบตองไว้และส่งเสริมการตลาดให้ส่งสู่กลุ่มผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้นและสร้างสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาจทำให้ผลิตภัณฑ์มีตลาดที่กว้างขึ้น สำหรับวัตถุดิบสามารถหาได้ตามฤดูกาล

จากการวิพากษ์และเสนอแนวคิดในการผลิตโดยวิเคราะห์ วัตถุดิบในการผลิต ราคา สถานที่จัดจำหน่ายและการตลาด ทำให้มองเห็นแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของเทศบาลตำบลตลาดแค โดยได้ผลิตภัณฑ์ 4 ชนิด ได้แก่ ปลาาร้าปรุงรส ปลาาร้าปลานิล ไม้กวาดทางมะพร้าว ปั่นขลิบ โดยเริ่มบรรจุภัณฑ์ การตลาด แต่สำหรับพวงหรีดนั้นที่ประชุมมองเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในโอกาสเฉพาะเท่านั้น ความกว้างของตลาดสามารถขยายได้น้อยเพราะยังไม่สามารถจัดได้ครบทั้งกระบวนการของงาน จึงเก็บไว้เพื่อนำไปพัฒนาในโอกาสต่อไป

1) ประชุมหารือ วันที่ 24 ตุลาคม 2562 ห้องประชุมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อกำหนดแผนการทำงานระยะที่ 2 การหาแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์และการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ เช่น การศึกษากระบวนการผลิตตามสภาพที่ชุมชนปฏิบัติ เรื่องการเชิญวิทยากรในด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด การพัฒนารูปลักษณ์ของขนมหไทยโบราณหวานน้อย และช่องทางการประชาสัมพันธ์ควรเชิญอาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาที่เกี่ยวข้องมาออกแบบกิจกรรมเพราะทุกท่านมีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะ

2) กำหนดกรอบในการอบรม โดยทำความเข้าใจกับวิทยากรเรื่องผู้เข้าอบรมเป็นบุคคลส่วนใหญ่อยู่ในชุมชนเป็นวัยกลางคน และผู้สูงอายุ

3) กำหนดกรอบในการออกแบบกิจกรรมสำหรับฝึกปฏิบัติ ออกแบบให้ง่าย เข้าใจง่าย หากต้องมีต้นทุนให้ใช้ต้นทุนต่ำ และหลังจากอบรมชุมชนสามารถเข้าใจและทำได้ด้วยตนเอง

4) สรุปกิจกรรมและคืนข้อมูลให้กับชุมชน

และในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 ประชุมทีมนักวิจัย ณ บ้านพักคนชรา ชี้แจงการวิจัยระยะที่ 2 เป็นระยะปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางและยกระดับผลิตภัณฑ์ ที่ประชุมแสดงความคิดเห็นในการหาแนวทาง คือการดูวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดตามสภาพจริงที่ปฏิบัติกันมา โดยใช้วิธีการทำเป็นคลิปเพื่อศึกษาดูว่าขั้นตอนไหนบ้างที่จะสามารถพัฒนาระดับได้และมอบหมายผู้รับผิดชอบประสานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ สำหรับอัดคลิปการลงมือปฏิบัติผลิตภัณฑ์

กิจกรรมระยะที่ 2 ปฏิบัติการ

1. กิจกรรมปฏิบัติการอัตคิลิกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 7 ชนิด ได้แก่ ขนมหักทอง ขนมหักกล้วย ขนมหักไส้ไส้ ขนมหักขลิบ ปลาร้าน้ำปรุงรส ปลาร้าปลานิล ไม้กวาดทางมะพร้าว โดยใช้สถานที่ บ้านพักคนชรา ในวันที่ 17 พฤศจิกายน 2562

2. วิเคราะห์ประเด็นที่ควรนำมาพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ในวันที่ 20 พฤศจิกายน 2562 ณ ห้องประชุมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา พบประเด็นทั้งหมด 4 ประเด็น ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด การพัฒนารูปลักษณ์ขนมไทย และช่องทางการตลาด

3. ประชุมคืบข้อมูลและเชิญนักออกแบบผลิตภัณฑ์เข้ามาประชุมด้วยเพื่อทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในวันที่ 22 ธันวาคม 2562 ณ บ้านพักคนชรา ได้แบบเป็นสติกเกอร์สำหรับติดกับภาชนะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท สำหรับขนมไทยต้องการ 2 รูปแบบ คือ รูปลักษณ์เดิมที่ห่อใบตองและสำหรับจัดเป็นอาหารว่าง ทั้งหมด 8 ชิ้น ขนมไทย 2 แบบ ปลาร้า 2 แบบ ขนมหักขลิบ 1 แบบ ไม้กวาดทางมะพร้าว 1 แบบ

4. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ วันที่ 24 ธันวาคม 2562 ณ บ้านพักคนชรา โดยเชิญวิทยากรจากคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ทั้งหมด 3 ท่าน โดยบรรยายและฝึกปฏิบัติแบ่งออกเป็นกลุ่มตามประเภทของผลิตภัณฑ์

5. สรุปและวิพากษ์การออกแบบ วันที่ 27 ธันวาคม 2562 ณ บ้านพักคนชรา ผลการประชุมให้เพิ่มคำว่า “ตลาดแค...แคร์คุณ” ในโลโก้เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถติดตามผลิตภัณฑ์ได้ และวางแผนการพัฒนาระดับประเด็นต่อไป คือในด้านการตลาดนัดหมายเบื้องต้นวันที่ 24 มกราคม 2563

5. อบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องกลยุทธ์การตลาด วันที่ 15 มกราคม 2563 ณ บ้านพักคนชรา เชิญวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการตลาด จึงได้ประสาน อาจารย์จิรรา พิมพ์ปรุ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มาเป็นวิทยากรแนะนำวิธีการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชนตนเอง ในประเด็น ให้เรารู้จักตัวเอง คือ การรู้จักตนเองว่ามีกำลังการผลิตขนาดไหนจะอย่างไรให้ต่อเนื่อง วัตถุดิบมีเพียงพอหรือไม่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องคงที่ วิเคราะห์ลูกค้าว่าลูกค้าคือใครบ้าง คู่แข่งมีใครบ้าง หาวิธีการเพิ่มกลุ่มลูกค้าได้อย่างไร คู่แข่งเราไม่สามารถจัดการได้ แต่เราจะอย่างไรให้รักษาลูกค้าเราไว้ให้ได้ โดยใช้ทฤษฎี STP และ 4P ผลจากการอบรมเชิงปฏิบัติการโดยใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้เข้าอบรม พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจในด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (ลูกค้า) การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับ ยุคสมัยและแต่ไม่ทิ้งรูปลักษณ์เดิม เช่น ขนมไทย เด็กเล็ก ๆ ยังไม่ค่อยรับประทานขนมไทย

เท่าที่ควรหากปรับเปลี่ยนรูปลักษณะอาจทำให้เด็กหันมาสนใจมากขึ้น ผู้เข้าอบรมทุกคนสามารถวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของตนเองได้ วิเคราะห์การขยายตลาดไปยังกลุ่มต่างๆ เพื่อให้ได้ลูกค้ามากขึ้นโดยการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น นักเรียนมีกำลังซื้อน้อยก็ทำบรรจุภัณฑ์เล็กลง หรือหากเป็นของฝากก็ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะเหมาะกับการเป็นของฝาก เป็นต้น

6. ประชุมที่มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยวันที่ 27 มกราคม 2563 เพื่อวิเคราะห์ประชุมวางแผนการจัดอบรมเรื่องการพัฒนาผู้ประกอบการรายบุคคลชนมไทย เพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นที่ควรพัฒนาจากการวิเคราะห์คลิป์ และวันที่ 29 มกราคม 2563 ประชุมที่มววิทยาลัย ที่บ้านพักคนชรา เพื่อวางแผนและมอบหมายหน้าที่ในการเตรียมอบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาผู้ประกอบการรายบุคคลชนมไทย ได้แก่ การเตรียมประสานกลุ่มผลิตภัณฑ์ทุกคนเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการและการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ได้แก่ เต้า หม้อ นึ่ง และอุปกรณ์อื่น ๆ ที่สำหรับใช้ประกอบการอบรม วิทยากรจะจัดหามาเองเพื่อให้ตรงกับสิ่งที่วิทยากรจะถ่ายทอด

7. อบรมเชิงปฏิบัติการผู้ประกอบการรายบุคคลชนมไทย วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2563 ณ บ้านพักคนชรา โดยวิทยากรจะสอนและให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ปฏิบัติตาม จึงได้เชิญ รศ.วัฒนาภรณ์ โชครัตนชัย จากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผลจากการฝึกอบรมได้ชนมไทยที่มีรูปลักษณะเข้ากับสถานการณ์ เช่น การประชุม การจัดอบรมสัมมนา รูปลักษณะชนมไทย เช่น การใช้ซิลิโคนรูปต่าง ๆ การใช้ใบตองมาทำกรวยเป็นภาชนะใส่ขนมกล้วย การใช้ใบเตยมาเป็นภาชนะในการใส่ขนมไส้ไส้ ทำให้ได้รูปแบบชนมไทยที่มีความหลากหลาย และรับประทานง่าย และวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2563 ประชุมสรุปการพัฒนาผู้ประกอบการรายบุคคลชนมไทยพบว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์สามารถประยุกต์นำวัสดุที่มีอยู่ในชุมชนมาปรับปรุงลักษณะให้เกิดความน่าสนใจได้ และประชุมหาช่องทางการตลาดโดยประชุมให้เพิ่มช่องทางการตลาดที่เป็นออนไลน์ และวิธีการถ่ายภาพจากโทรศัพท์มือถือ โดยเบื้องต้นนัดหมายการอบรมวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2563

8. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2563 เพราะส่วนใหญ่จำหน่ายในชุมชนเป็นส่วนใหญ่เพื่อการขยายตลาดให้กว้างขึ้นจึงได้เรียนเชิญ คุณวารุณี คัมบัว และคุณณัฐภาวี รอดสนใจ เป็นวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การผลิตสื่อโปสเตอร์โดยใช้ กรอบแนวคิดในการอบรม ทำสื่อโปสเตอร์ขนาด A4 เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ในช่วงเทศกาล ต่าง ๆ สอนการถ่ายภาพจากโทรศัพท์มือถือและนำภาพลงในโปสเตอร์ และการทำ Facebook หรือการถ่ายภาพลงใน Line เป็นการทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุดเพื่อให้ชุมชนสามารถนำไปทำเองได้ถ้างานวิจัยฉบับนี้เสร็จโดยเชิญบุคลากรกองสวัสดิการเข้าร่วมอบรมเพื่อเป็นผู้ช่วยเหลือชุมชนในการทำสื่อโฆษณา และ วันที่ 16 กุมภาพันธ์

2563 ประชุมสรุปการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ จากการอบรมเชิงปฏิบัติการผู้เข้าอบรมสามารถปฏิบัติได้ทั้งวิธีการถ่ายภาพ การทำ Facebook การโฆษณาใน Line

9. ประชุมเตรียมการจัดเวทีคืนข้อมูล วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2563 และจัดแสดงผลภัณฑ์ ที่ประชุมลงความเห็นว่าจะคืนข้อมูลให้กับชุมชนตั้งแต่การเริ่มพัฒนาโจทย์วิจัย การลงพื้นที่เก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การค้นหาและการวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์มาพัฒนายกระดับ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาด้านการตลาด การปรับปรุงลักษณะของขนมไทยและการเพิ่มช่องทางการตลาด และให้ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดมาจัดแสดงผลภัณฑ์ของกลุ่มตนเองเพื่อให้ชุมชนมองเห็นภาพการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ว่าผลลัพธ์ที่ได้จะอะไรบ้าง

10. จัดเวทีคืนข้อมูลให้กับชุมชน วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563 และจัดแสดงผลภัณฑ์ พบว่า ข้อมูลที่ค้นพบสำหรับการคืนข้อมูลชุมชนนำเสนอผลิตภัณฑ์เพิ่มที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้แก่ ไข่เค็ม น้ำพริกปลาฉลาม และเครื่องจักสานและชุมชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่ยังเหลืออยู่เพื่อนำมาจัดทำผลิตภัณฑ์ต่อไป

3.4.5 สรุปทำเล่มฉบับสมบูรณ์

1. จัดประชุมทีมวิจัยอาจารย์จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ ได้มอบหมายหน้าที่ในการเขียนรายงานแต่ละบท

ดร.สุชาวดี โหมกลางและดร.รุจิรา ศรีสุภา รับผิดชอบค้นและเขียนบทที่ 2

อาจารย์อารยะ มนูญศักดิ์ และอาจารย์เปรมกมล สถิติเดชกุญชร รับผิดชอบเขียนบทที่ 3

ผศ.วนิดา นเรธรรณ รับผิดชอบเขียนบทที่ 4

อาจารย์ศศิธร หวังคำกลาง รับผิดชอบเขียน บทที่ 5

นางสาวชนิดา พรหมจันทิก รวบรวมบรรณานุกรม และเขียนปัญหาและอุปสรรค

นำเสนอความก้าวหน้าการเขียนเล่มสมบูรณ์แต่ละบท

2. ประชุมเตรียมความพร้อมจัดทำรายงานความฉบับสมบูรณ์ในแล้วเสร็จภายในวันที่ 1 เมษายน 2563

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา (4) เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยใช้กระบวนการ สัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม อบรมเชิงปฏิบัติการและการฝึกปฏิบัติ ชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาโดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังนี้

1. บริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค
3. วิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค
4. แนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค
5. พัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค

บริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มด้านทุนทางสังคมซึ่งเป็นทุนที่มีอยู่ในชุมชนที่จะทำให้ชุมชนเกิดความพร้อมในการพัฒนา ซึ่งมีรายละเอียด ในประเด็น บริบทชุมชน ทุนทางสังคม ทุนความรู้ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสัญลักษณ์ และทุนทางประสบการณ์ ดังนี้

1. ที่ตั้งและอาณาเขต

1.1 ที่ตั้ง

เทศบาลตำบลตลาดแคตั้งอยู่ในเขตอำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ประมาณ

262 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดนครราชสีมาออกไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ประมาณ 49.50 กิโลเมตร เทศบาลตำบลตลาดแคมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 6.89 ตารางกิโลเมตร หรือ 4,306.25 ไร่

1.2 อาณาเขต

ทิศเหนือ ตั้งแต่หลักเขตที่ ๑ ซึ่งตั้งอยู่ริมลำน้ำธารปราสาทฝั่งเหนือ ห่างจากปากลำสระแพตฝั่งใต้ระยะ 1,150 เมตร เลียบตามริมลำน้ำธารปราสาทฝั่งเหนือไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือถึงหลักเขตที่ 2 ซึ่งตั้งอยู่ตรงปากลำสระแพตฝั่งเหนือริมคลองนาฝั่งเหนือ

จากหลักเขตที่ 2 เลียบตามริมคลองนาฝั่งเหนือไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือถึงหลักเขตที่ 3 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ตอนนครราชสีมา – พล ฝั่งตะวันตกตรง กม. 50.640

จากหลักเขตที่ 3 เป็นเส้นตรงแนวตั้งฉากกับศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ตอนนครราชสีมา พล ตรง กม. 50.640 ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือห่างจากหลักเขตที่ 3 ระยะ 1,000 เมตร ถึงหลักเขตที่ 4

ทิศเหนือ ติดต่อเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง และองค์การบริหารส่วนตำบลตาจั่น อำเภอคง จังหวัดนครราชสีมา

ทิศใต้ จากหลักเขตที่ 4 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ถึงหลักเขตที่ 6 ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากศูนย์กลางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ตอนนครราชสีมา – พล ตามแนวเส้นตั้งฉากตะวันออกเฉียงใต้ระยะ 1,000 เมตร

ทิศใต้ ติดต่อเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ทิศตะวันออก จากหลักเขตที่ 4 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ถึงหลักเขตที่ 5 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 206 ฝั่งเหนือตรง กม.42

ทิศตะวันออก ติดต่อเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ทิศตะวันตก จากหลักเขตที่ 6 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ถึงหลักเขตที่ 7 ซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ตอนนครราชสีมา – พล ฝั่งใต้ตรง กม. 48 จากหลักเขตที่ 7 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือบรรจบหลักเขตที่ 1

ทิศตะวันตก ติดต่อพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

2. ประชากร

เทศบาลตำบลตลาดแค ประกอบด้วย 10 ชุมชน มีประชากรรวม 3,387 คน แบ่งเป็น เพศชาย 1,610 คน เพศหญิง 1,777 คน ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลจำนวนประชากร

ลำดับที่	ชุมชน	ชาย	หญิง	รวม
1.	ชุมชนสำโรงตะวันออก	244	257	501
2.	ชุมชนสำโรงตะวันตก	256	275	531
3.	ชุมชนตลาดแค	126	153	279
4.	ชุมชนชาววัง	162	172	334
5.	ชุมชนตะขบ	123	129	252
6.	ชุมชนบ้านสระเทด	83	123	206
7.	ชุมชนโนนหนามแดง	205	214	419
8.	ชุมชนโนนพิมาน	202	203	405
9.	ชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งเหนือ	115	123	238
10.	ชุมชนตลาดแคตะวันออกฝั่งใต้	94	128	222
รวม		1,610	1,777	3,387

3. การปกครอง

เทศบาลตำบลตลาดแค จัดอยู่ในประเภทเทศบาลขนาดเล็ก โครงสร้างการบริหารงาน ประกอบด้วย (เทศบาลตำบลตลาดแค. ออนไลน์. 2562)

(1) ฝ่ายนิติบัญญัติ มีสมาชิกสภาเทศบาลจำนวน 12 คน ประกอบด้วย

(1) นายอนันต์	ภักดีชายแดน	ประธานสภาเทศบาล
(2) นางจุไรรัตน์	ตันตมณีรัตน์	รองประธานสภาเทศบาล
(3) นายณรงค์รัช	นาดี	สมาชิกสภาเทศบาล
(4) นางฉลอง	ศิริทรัพย์	สมาชิกสภาเทศบาล
(5) นางวรัญญา	ตันตมณีรัตน์	สมาชิกสภาเทศบาล
(6) นางศรีัญญา	แสนประเสริฐ	สมาชิกสภาเทศบาล
(7) นางวรรณา	นานอก	สมาชิกสภาเทศบาล

(8) นายเสนอ	เพชรแท้	สมาชิกสภาเทศบาล
(9) นางละเอียด	ชูสูงเนิน	สมาชิกสภาเทศบาล
(10) นางจำลอง	แผนโคกสูง	สมาชิกสภาเทศบาล
(11) นางสาวบรรจง	เพชรพิมาย	สมาชิกสภาเทศบาล
(12) นางวิน	ต้นยาง	สมาชิกสภาเทศบาล

(2) ฝ่ายบริหาร อยู่ในรูปแบบของนายกเทศมนตรีที่มาจากการเลือกตั้งจากประชาชนโดยตรง มี นายชัยรัตน์ กิตติหิรัญวัฒน์ เป็นนายกเทศมนตรีที่ได้รับเลือกตั้งคนแรกมาตั้งแต่ปี 2547 จนถึงปัจจุบัน และมีรองนายกเทศมนตรี ที่ปรึกษาและเลขานุการนายกเทศมนตรี ดังนี้

(1) นายณัฐนันท์	ตั้งธนาเกียรติ	รองนายกเทศมนตรี
(2) นางจุติมา	ตันติกลตระกูล	รองนายกเทศมนตรี
(3) นางดวงเพ็ญ	กิตติหิรัญวัฒน์	ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี
(4) นางสาวสิริพร	เนติภัทรกุล	เลขานุการนายกเทศมนตรี

4. การศึกษา

ด้านการศึกษาของชุมชนได้รับการศึกษาด้วยวิธีการดังนี้

1) การศึกษาในระบบจัดการศึกษาในสถานศึกษา ได้แก่ โรงเรียนเทศบาลตลาดแค สังกัดเทศบาลตำบลตลาดแค โรงเรียนอนุบาลตลาดแค สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 จัดสอนในระดับประถมศึกษา และโรงเรียนธารปราสาทเพชรวิทยา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 31 จัดสอนในระดับมัธยมศึกษา ประชากร

2) การส่งเสริมการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพให้กับชุมชนเพิ่มพูนความรู้ให้ทันเหตุการณ์ตามยุคสมัย ดังนี้

(1) การอบรมเป็นการพัฒนาความรู้ส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแคด้วยการจัดอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน ได้แก่ การสับจากพืชสมุนไพร การทำยาหม่องจากพืชสมุนไพร การทำขนมไทย การทำยาต้มจากสมุนไพร การสานตระกร้า การทำอาหารพื้นบ้าน อบรมการสานปลาตะเพียนจากลึบบิ้น ผลิตภัณฑ์อาหารสู่การพัฒนาอาชีพ

(2) การศึกษาหาความรู้จากแหล่งที่ให้ความรู้กับชุมชนเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องทั้งแหล่งความรู้/หรือการศึกษาที่เป็นบุคคลและหน่วยงาน ได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตร การทัศนศึกษาดูงาน เจ้าหน้าที่กรม

พัฒนาชุมชน ผู้นำชุมชน นักวิชาการ/นักวิจัย จากมหาวิทยาลัย สื่อวิทยุ/โทรทัศน์/สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนครราชสีมา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา กองสวัสดิการสังคม เทศบาลตำบลตลาดแค

(3) ภูมิปัญญา เป็นการรศึษาที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งในชุมชนมีปราชญ์สาขาต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มทุนประสบการณ์ที่เกิดจากความรู้ ความสามารถ ที่ได้สะสมมาเป็นเวลานานจนเป็นความเชี่ยวชาญที่มีคุณค่าดังรายละเอียดดังนี้ตารางที่ 4.2 ทุนประสบการณ์/ทุนความรู้

ตารางที่ 4.2 ความรู้/ภูมิปัญญาในชุมชน

ชื่อ-สกุล	ภูมิปัญญา	หมู่	หมายเหตุ
สาขาหัตถกรรม			
1. นายจรัญ นาคี	ทำผ้าหีนอ่อนได้หลากหลายรูปแบบ	1	บุตรชายนายสัมฤทธิ์
2. นายประจวบ-นางลำยอง หนองกลาง	ทำกระถางต้นไม้ได้หลากหลายรูปแบบ	1	หลานนายสัมฤทธิ์
3. นายสัมฤทธิ์ นาคี	ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สนใจได้	1	
4. นางลิ้ม ศรีอภัย	ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สนใจได้ด้านกระเป่า-ตะกร้า	12	
5.นางสมพร ศรีอภัย	ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สนใจด้านผ้าหูกะทะ, ผ้าเช็ดมือ	12	
สาขาโภชนาการและอาหาร			
1. นางสาวรณ ในทองกลาง	อาหารคาว	1	
2. นางน้อม สุขเสนี	อาหารคาว	1	
3. นางสาวล เพชรแท้	อาหารคาว	1	
4. นางประจวบ พันจบสิงห์	อาหารคาว	1	
5. นางสมัด หอมขจร	ขนม+ขนมทองม้วน	2	

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ชื่อ-สกุล	ภูมิปัญญา	หมู่	หมายเหตุ
สาขาโภชนาการและอาหาร			
6. นางเรไร ฤาชา	ขนม+ขนมต้ม	2	
7. นางประเชิญ เลาะสูงเนิน	อาหารคาว	2	
8. นางอ้อม สวัสดิ์กลาง	อาหารคาว	2	
9. นางกลมเกื้อ สิริปรุ	ขนม+ขนมตาล	4	
10. นางระเปียบ เข้มณรงค์	เส้นขนมจีน	4	
11. นางละเอียด ชูสูงเนิน	แม่ครัว	11	
12.นางสายฝน อินทร์ฉ่ำ	ขนมทองม้วนสด	12	
13. นางสุทิน ผิวทอง	ขนม	15	
สาขาวัฒนธรรม/ความเชื่อ/ประเพณี/ศาสนาและพิธีกรรม			
1. นายพันเด็จ จงเด่นกลาง	หมอเรียกขวัญนาค	4	
2. นายหารบ ชมกลาง	หมอเป่า	4	
สาขาด้านการบริหารจัดการกลุ่ม			
3. นายวารินทร์ เขียวกลาง	มรรคทายก	4	
4. นางอำนวย สารทกลาง	พิธีพราหมณ์	15	
5. นางกิตติศักดิ์ ศิริตระกูลศักดิ์	มรรคทายก	15	
6. นายสุรินทร์ ไวยงาน	มรรคทายก	15	
7. นายสุนทร ชัยเสนา	ผูกผ้างานพิธี หมอเป่าพื้นบ้าน	15	
8. นายประเสริฐ ประวัตติกลาง	หมอเป่าพื้นบ้าน	15	
สาขาสุภาพพื้นบ้าน			
1. บุปผา ชูพุดชา	หมदनวด	15	
2. นางนันทวล อาษากลาง	สมุนไพร	4	
3. นายพุ่ม โตโคกสูง	ไม้กวาดทางมะพร้าว	15	
4. นายทองอยู่ วางกลาง	ไม้กวาดทางมะพร้าว	2	

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ชื่อ-สกุล	ภูมิปัญญา	หมู่	หมายเหตุ
สาขาการเกษตร			
1. นายประจวบ ทักกลาง	ไร่นาสวนผสม	4	
2. นางสาวล สันติอาภรณ์	การเพาะเห็ด	2	
3. นางจันเพ็ญ จันทรกลาง	หมอดิน	4	
4. นางหวาน เกยโนนสูง		4	
5.นางวรรณ นานอก	เศรษฐกิจพอเพียง	4	
6. นายสุพจน์ สุญกลาง	ทำการเกษตร	15	
สาขาศิลปะ			
1.นายเฉลียว ประสานกลาง	เขียนลายไทย	2	
2. นายกษิตศ อากกลาง		4	
ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม			
1. นางวรรณ นานอก	กลุ่มพวงหรีด	4	
2. นางหวาน เกยโนนสูง	กลุ่มน้ำพริก+ไข่เค็ม	4	
3. นางบุปผา ชูพุดชา	กลุ่มนวดพื้นบ้าน	15	
5. นางสมเนตร นิกระโทก	บายศรีใบตอง	15	
6. นางวิมลศรี คงแสน	กลุ่มผู้สูงอายุ	1	

จากตารางที่ 4.2 ทุนประสบการณ์/ทุนความรู้ จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม พบว่า การศึกษาที่ชุมชนได้รับนั้นมาจากการอบรม แหล่งที่เป็นบุคคลและหน่วยงาน และความรู้ที่ได้จาก ปรารชญ์ แบ่งออกเป็นสาขา ได้แก่ สาขาหัตถกรรม สาขาโภชนาการและอาหาร สาขาวัฒนธรรม/ ความเชื่อ/ประเพณี/ศาสนาและพิธีกรรม สาขาด้านการบริหารจัดการกลุ่ม สาขาสุภาพพื้นบ้าน สาขาการเกษตร สาขาศิลปะ ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

5. ประเพณีวัฒนธรรม

วัฒนธรรม/ประเพณีในอดีตจนถึงปัจจุบันของชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและสนทนากลุ่ม ด้านวัฒนธรรม/ประเพณี และกิจกรรมที่ปฏิบัติในวันสำคัญ ๆ ทั้ง 12 เดือน และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำมาใช้ในการประกอบพิธีและนำไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีทั้ง 12 เดือนของชุมชนดังรายละเอียดดังนี้

1) เดือนมกราคม กิจกรรมที่ทางเทศบาลตำบลตลาดแคจัดและทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) ทำบุญขึ้นปีใหม่ กิจกรรมที่ปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ทำบุญตักบาตร สวดมนต์ข้ามปี อาหารที่นำไปทำบุญที่วัดส่วนมากมักทำตามถนัดของแต่ละบ้าน เช่น แกงมัน แกงบอน แกงกะบูก แกงขี้เหล็ก แกงหัวตาล ตามที่มีทรัพยากรในชุมชน สำหรับอาหารหวานส่วนใหญ่จะทำเองเป็นขนมไทย เช่น ขนมใจหวาน ขนมใส่ไส้

(2) ทำบุญกลางบ้าน เป็นบุญประจำปีที่จัดขึ้นโดยมีกิจกรรม ได้แก่ เลี้ยงตาปู จะใช้ขนมต้มแดง ต้มขาว เป็นเครื่องเซ่นไหว้ หัวหมู ผลไม้ตามฤดูกาล เหล้า ไก่

2) เดือนกุมภาพันธ์ กิจกรรมที่ทางเทศบาลตำบลตลาดแคในวันสำคัญในเดือนนี้ ที่ทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) เทศมหาชาติ เป็นบุญประจำปีของเทศบาลตลาดแค โดยมีเครื่องกัณฑ์เทศ เช่น รูปเทียน เครื่องใช้ในครัวเรือน ผลไม้จะใช้กล้วย

(2) ทำขวัญข้าว เป็นพิธีกรรมที่ทำประจำปี มีเครื่องทำพิธี ประกอบด้วย ข้าวเปลือก ดอกไม้ รูปเทียน

3) เดือนมีนาคม กิจกรรมที่เทศบาลตลาดแคที่ทำในวันสำคัญและทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) ตรุษสงกรานต์ เป็นการทำบุญก่อนถึงวันสงกรานต์ ทำบุญตักบาตร ขนมที่นำมาทำบุญจะเป็นขนมไทยที่ทำในชุมชน และอาหารส่วนมากจะเป็นพื้นบ้าน เช่น แกงขี้เหล็ก แกงบอด สำหรับขนมก็ทำขนมไทย เช่น ขนมห่อ ขนมใจหวาน ขนมใจจิต ใจเค็ม ขนมนมสาว

(2) บวงสรวงวันฉลองชัยชนะท่านท้าวสุรนารี วันที่ 23 มีนาคม กิจกรรมที่ปฏิบัติในวันนี้ มีการวิ่งคบเพลิงไปที่ทุ่งสัมฤทธิ์ และมีการเซ่นไหว้ โดยเครื่องเซ่นไหว้เทศบาลตำบลตลาดแคจะเตรียมจัดหามาสำหรับทำพิธี เช่น ขนมต้มแดง ขนมต้มขาว ผลไม้ และอื่น ๆ ตามฤดูกาล

4) เดือนเมษายน กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแคที่ทำในวันสำคัญและทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) วันสงกรานต์ เป็นการทำบุญใหญ่ที่มีหลายกิจกรรมในเทศกาลนี้ ๆ โดยชาวบ้านในชุมชนจะไปทำบุญที่วัด ทำอาหารไปวัด เช่น แกงบอกน แกงขี้เหล็ก และขนมที่ทำไปวัด จะเป็นขนมไทย และกิจกรรมที่ทำ ได้แก่ วันครอบครัว วันผู้สูงอายุ ทำบุญตักบาตร ทอดผ้าป่า ประกวต นางนพมาศ ก่อเจดีย์ทราย และ มีการละเล่น เช่น แข่งกีฬา การแสดงของผู้สูงอายุ รำโทน รำวง

(2) วันจักรี เทศบาลตำบลตลาดแคทำพิธีวางพานพุ่ม

5) เดือนพฤษภาคม กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแคทำในวันสำคัญและทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) วันวิสาขบูชา กิจกรรมที่ปฏิบัติในวันสำคัญนี้ ได้แก่ ทำบุญที่วัด อาหารที่นำไปทำบุญ ได้แก่ แกงขี้เหล็ก แกงบอน แกงกะบูก แกงพื้นบ้านจะใช้วัตถุดิบที่มีตามฤดูกาล และผัดซึ่งเป็นอาหารที่ทำกันเอง และอาหารหวานจะเป็น ขนมห่อ ข้าวต้มมัด

(2) วันพืชมงคล กิจกรรมที่ปฏิบัติ ได้แก่ การเตรียมไถหว่านข้าว เพราะมีการเตรียมนาเพื่อทำนาในฤดูฝน

6) เดือนมิถุนายน กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแคทำในวันสำคัญและได้ทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบรมราชินีในรัชกาล10 กิจกรรมที่ดำเนินในวันสำคัญ ได้แก่ วางพานพุ่ม การจัดหาพานพุ่มสำหรับเข้าร่วมในพิธีด้วยการซื้อที่ร้านค้าในชุมชน

(2) งานบวช เป็นประเพณีที่ทำก่อนเข้าพรรษา โดยจะมีหมอสวดมนต์เรียกขวัญนาค อยู่ในหมู่ 4 นายพันเด็จ จงเด่นกลาง โดยในพิธีจะมีพิธีบายศรีสู่ขวัญ พานบายศรีจะใช้วิธีสังทำจากตลาด ขนมที่จะขาดไม่ได้สำหรับใส่ในพานบายศรี ได้แก่ ขนมต้นข้าวต้มแดง ข้าวต้มมัด และอาหารที่ใช้ในงานพิธีบวชนาคโดยใช้วิธีจ้างแม่ครัวในชุมชน ได้แก่ แกงมัน, แกงบอนใส่ปลาอย่าง, แกงขี้เหล็ก, แกงตาล, แกงพะโล้, แกงพะแนง, น้ำพริกผัก ตามฤดูกาลสำหรับอาหารหวานที่ใช้ในพิธีทั้งในบายศรีและในงาน ได้แก่ นางเล็ด, ขนมฝักบัว, ข้าวต้มมัด, ไข่ต้ม, มะพร้าวอ่อน ผลไม้ตามฤดูกาล

7) เดือนกรกฎาคม กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแคทำในวันสำคัญที่ได้ทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) วันเฉลิมพระชนมพรรษารัชกาลที่ 10 พิธีที่ปฏิบัติในวันสำคัญ ได้แก่ วางพานพุ่ม การจัดหาพานพุ่มโดยวิธีการซื้อในตลาดอำเภอพิมายหรือร้านในชุมชน

(2) วันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา กิจกรรมที่ปฏิบัติในวันสำคัญทางศาสนา ชุมชนเทศบาลตลาดแคมีกิจกรรม ได้แก่ ทำบุญตักบาตร, ผู้สูงอายุเข้าวัดถือศีลทุกวันพระ, ถวายผ้า

อาบน้ำฝน, ถวายรูปเทียน, เสาร์-อาทิตย์เด็กๆจะไปเข้าวัดถือศีล อาหารที่นำไปทำบุญตักบาตร ได้แก่ ข้าว แกง สำหรับขนมส่วนใหญ่เป็นขนมไทยที่ชุมชนทำเองหรือซื้อในชุมชน

8) เดือนสิงหาคม กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแคทำในวันสำคัญและได้ทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) วันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระราชินีนาถ พระพันปีหลวงในรัชกาลที่ 9 กิจกรรมที่ปฏิบัติในวันสำคัญ ได้แก่ วางพานพุ่ม การจัดหาพานพุ่มโดยวิธีการซื้อในตลาดอำเภอพิมาย หรือร้านในชุมชน

(2) วันกำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน กิจกรรมที่ปฏิบัติ ได้แก่ ทำบุญตักบาตรที่วัด ทำจิตอาสา ทำความสะอาดชุมชนของตนเอง อาหารที่นำไปทำบุญตักบาตรใช้วิธีส่งแม่ครัวในชุมชน สำหรับขนมจะใช้ ขนมไทยที่ทำในชุมชน

9) เดือนกันยายน มีวันสำคัญที่ทางเทศบาลตลาดแคปฏิบัติสืบทอดกันมา ได้แก่

(1) วันสารทไทย กิจกรรมที่ปฏิบัติของชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค ทำบุญตักบาตรที่วัด ขนมที่ต้องใช้เป็นประเพณี ได้แก่ ข้าวเม่า กระจ่างสารท ซึ่งจะซื้อในชุมชน ตลาดและบางบ้านจะทำกันเอง

10) เดือนตุลาคม มีวันสำคัญและเทศกาลที่ทางเทศบาลตำบลตลาดแคได้ทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) วันสวรรคตรัชกาลที่ 9 กิจกรรมที่เทศบาลตลาดแคได้ระลึกถึงพระองค์ด้วยพิธีวางพวงมาลา

(2) วันปิยมหาราช กิจกรรมที่เทศบาลตลาดแคได้ระลึกถึงพระองค์ด้วยพิธีวางพวงมาลา

(3) วันออกพรรษา กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแค จะไปทำบุญตักบาตรที่วัด โดยนำข้าวสาร อาหารแห้งไปตักบาตรเทโวโรหณะ และอาหารสำหรับถวายพระ สำหรับอาหารชาวบ้านจะทำเองตามทรัพยากรที่มี สำหรับของหวานส่วนใหญ่ชุมชนชาวบ้านจะให้เป็นขนมไทย เช่น ขนมใส่ไส้ ขนมใจหวาน ขนมเทียน

(4) ทอดกฐิน เป็นประเพณี/วัฒนธรรมที่จะทำหลังวันออกพรรษาในช่วงเวลา 1 เดือน จะไปทำบุญตักบาตรที่วัด อาหารสำหรับถวายพระ ชาวบ้านจะทำเองตามทรัพยากรที่มี สำหรับของหวานส่วนใหญ่ชุมชนชาวบ้านจะให้เป็นขนมไทย เช่น ขนมใส่ไส้ ขนมใจหวาน ขนมเทียน ขนมตาล

(5) พิธีเรียกขวัญข้าว เป็นพิธีที่ทำในช่วงข้าวตั้งท้องจะไปทำพิธีที่นา จะใช้ผลไม้ และเครื่องประดับสำหรับทำพิธีกรรม เช่น ผลไม้มีรสเปรี้ยว น้ำมะพร้าว แก้วแหวน เงินทอง เครื่องแต่งกายสวยงาม

11) เดือนพฤศจิกายน กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแคทำในวันสำคัญที่ได้ทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) ลอยกระทง กิจกรรมที่ทางเทศบาลตลาดแคทำเป็นประจำทุกปี ได้แก่ ประภาคารนางนพมาศ ประภาคารกระทง โดยให้ชุมชนแต่ละชุมชนส่งนางนพมาศ และกระทงเข้าประกวด โดยมีการแสดงผู้สูงอายุ ของชมรมผู้สูงอายุ

12) เดือนธันวาคม เป็นเดือนสุดท้ายของปี กิจกรรมที่เทศบาลตำบลตลาดแคมีวันสำคัญที่ทางเทศบาลตำบลตลาดแคได้ทำสืบทอดกันมาดังนี้

(1) วันพ่อ ตรงกับวันที่ 5 ธันวาคม ของทุกปี เทศบาลตำบลตลาดแคมีกิจกรรม ได้แก่ วางพานพุ่ม จิตอาสาพัฒนาชุมชน

(2) วันส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค มีกิจกรรมที่ทำสืบทอดกันมา เช่น ทำบุญตักบาตร อาหารและขนม ทางชุมชนจะจัดทำอาหารร่วมกันเพื่อนำมาทำบุญตักบาตรที่วัด

(3) จิตอาสาพัฒนาชุมชน อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับทำจิตอาสา ใช้ไม้กวาดทางมะพร้าว ซึ่งซื้อในชุมชน สวดมนต์ข้ามปี

จากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเล็กด้านวัฒนธรรม/ประเพณี พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในวัฒนธรรมและประเพณีทั้ง 12 เดือน แบ่งออกเป็น อาหารหวาน อาหารคาว สำหรับอาหารหวานที่มักจะนำมาทำบุญในประเพณีต่าง ๆ หากเป็นขนมไทยจะมีคุณลักษณะขนมไทยหวานน้อย เช่น ขนมตาล (จะมีตามฤดูกาล) ขนมใจหวาน ขนมใจเค็ม ขนมมนสาว ขนมต้ม ข้าวต้มมัด ขนมกะบุก(เป็นขนมโบราณที่ปัจจุบันไม่มีการทำเนื่องจากต้นกระบุกไม่มีปลูก) ถ้าหากเป็นขนมที่สามารถเก็บไว้ได้จะเป็นของฝาก ทำขายส่ง เช่น ขนมทองม้วน ขนมนางเล็ด ขนมปั้นขลิบ หากเป็นขนมที่มีลักษณะเป็นขนมสด เช่น ขนมกระป๋อง ขนมไข่หงษ์ ขนมฝักทอง ขนมกล้วย ขนมใส่ไส้ ขนมฝักทอง จะทำขายในตลาดและชุมชน ซึ่งขนมส่วนมากจะทำขายในตลาดและในชุมชนขายทั้งปลีกและขายส่งที่ตลาดเทศบาลตลาดแคตลาดเช้า และอาหารคาว เช่น แกงหัวตาล(แกงตามฤดูที่มีผลผลิต) แกงขี้เหล็ก แกงมัน แกงกระบุก (จะมีน้อยเพราะต้นกระบุกเริ่มจะมีน้อย) ที่เป็นอาหารพื้นบ้านที่มีต่อกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน

สำหรับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จะเป็นไปตามวิถีชีวิตของของชุมชน ขายในชุมชน แต่จุดเด่นของชุมชนมีปราชญ์ในด้านต่าง ๆ หลากหลายสาขา แต่พบว่าในบรรจุภัณฑ์จะใส่ถึงพลาสติกหาซื้อได้ง่าย ซึ่งชุมชนยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเทศบาลตลาดแค และอาหารที่ไม่นิยมนำมาเลี้ยงพระในงานศพเป็นอาหารประเภทเส้นเพราะมีความเชื่อว่า มันจะเป็นสายยาวอาจจะทำให้มีคนเสียชีวิตเพิ่มขึ้น เช่น ผัดหมี่ ขนมนจีน แต่ถ้าเป็นงานมงคลนิยมใช้อาหารที่เป็นเส้นเพราะจะทำให้ ยืนยาว และขนมที่นิยมใช้จะนิยมขนมที่มีชื่อที่เป็นมงคล เช่น ขนมน้ต้ม ข้าวต้มมัด ทองหยอด ขนมน้ฝัก ขนมน้ต้มขาวต้มแดง ข้าวเหนียวแก้ว

6. เศรษฐกิจ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มทุนทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนเทศบาลตลาดแค โดยให้กลุ่มสนทนาวิเคราะห์ตนเองโดยใช้แผนภูมิโองชีวิต มีรายได้ทั้งที่เป็นรายประจำ/รายได้หลัก รายได้รอง รายได้เสริม และรายจ่ายของชุมชนโดยนำเสนอข้อมูลลักษณะเป็นค่าประมาณระหว่างรายได้ต่ำสุดกับรายได้สูงสุดซึ่งสรุปดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ทุนทางเศรษฐกิจ

รายได้	แหล่งที่มา		จำนวนเงิน
	รายได้หลัก	รายได้รอง/ อาชีพเสริม	
1. เงินเดือน	1. บำนาญ 2. นายกเทศมนตรี 3. กำนัน		9,500-20,000 บาท/เดือน

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายได้	แหล่งที่มา		จำนวนเงิน
	รายได้หลัก	รายได้รอง/ อาชีพเสริม	
	4. ผู้ใหญ่บ้าน 5. รองนายกเทศมนตรี 6. สมาชิกเทศบาล		
2. ทำนา	มีทั้งรายได้หลักและรายได้รอง		50,000-1,000,000 บาท/ปี
3. ทำดอกไม้จันทน์		อาชีพรองและ อาชีพเสริม	1,000 บาท/เดือน/คน
4. ทำพวงหรีด		อาชีพรองและ อาชีพเสริม	3,000 บาท/เดือน
5. บัตรสวัสดิการ แห่งรัฐ	ผู้ที่มีรายได้น้อย		200-300 บาท/คน/เดือน
6. เงินผู้สูงอายุ	ผู้สูงอายุ		600 บาท/เดือน/คน
7. นวดพื้นบ้าน	กลุ่มนวด		10,000บาท/ปี
8. ขายปลา ธรรมชาติ		อาชีพรอง	10,000บาท/ปี
9. ขับรถรับจ้าง	อาชีพหลัก		20,000-80,000 บาท/เดือน
10. พับเหรียญโปรย ทาน		อาชีพรอง	
11. ตัดเย็บเสื้อผ้า	อาชีพหลัก		15,000 บาท/ปี
12. ร้านซักผ้า อัตโนมัติ		อาชีพรอง	
13. ฝึกผลทาง การเกษตร		อาชีพรอง	10,000บาท/ปี

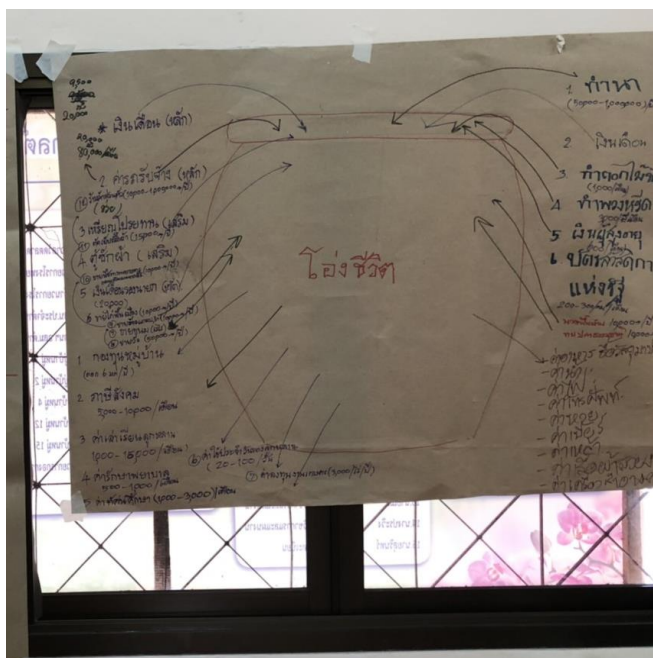
ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายได้	แหล่งที่มา		จำนวนเงิน
	รายได้หลัก	รายได้รอง/ อาชีพเสริม	
14. ขายไก่พื้นเมือง	อาชีพหลัก		10,000 บาท/ปี
15. ขายวัว	อาชีพหลัก		50,000 บาท/ปี
16. ขายกล้วย/รำ		อาชีพเสริม	10,000 บาท/ปี
17. ขายขนมไทย		อาชีพเสริม	
18. ขายไข่เค็ม		อาชีพเสริม	

รายจ่ายของชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มพบว่ารายจ่ายในภาพรวมแสดงเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4.4 รายจ่ายของชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค

รายการรายจ่าย	ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ/บาท
1. ค่าเล่าเรียนลูก-หลาน	1,000-15,000 บาท/ภาคเรียน
2. ค่ารักษาพยาบาล	500-1,000 บาท/เดือน
3. ภาษีสังคม	5,000-10,000 บาท/เดือน
4. ดอกเบี้ยกองทุนหมู่บ้าน	ร้อยละ 6 บาท/ปี
5. ค่าใช้ส่วนตัวค่าเสื้อผ้า+เครื่องสำอาง	1,000-3,000 บาท/เดือน
6. ค่าใช้จ่ายไปโรงเรียนของบุตรหลาน	20-100 บาท/วัน
7. ลงทุนทางการเกษตร	3,000 บาท/ไร่
8. ค่าอาหารประจำวัน	300 บาท/วัน
9. ค่าสาธารณูปโภค	2,000 บาทต่อเดือน
10. เครื่องดื่มประจำวัน	500 บาทต่อเดือน
11. ค่าซื้อฉลากกินแบ่งรัฐบาล	500 บาทต่อเดือน



ภาพที่ 4.1 โองชีวิตของชุมชนเทศบาลตำบลลาดแค

จากตารางที่ 4.3 และ 4.4 สรุปได้ว่า รายได้ของชุมชนมีรายได้ประจำหลักสูงสุดที่ ได้แก่ การทำนา โดยมีรายได้สูงสุด 1,000,000 บาทต่อปี และรายได้น้อยที่สุด บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ 200-300 บาทต่อเดือนและรายได้รอง/อาชีพเสริม ได้แก่ ขายปลาร้าธรรมชาติ พืชผลทางการเกษตร ขายกล้วย/รา รายได้ประมาณ 10,000 บาทต่อปี สำหรับรายจ่าย ได้แก่ ค่าเล่าเรียน และค่าภาษี สังคม 1,000-15,000 บาท/ภาคเรียน และค่าภาษีสังคม 5,000-10,000 บาท/เดือน และ น้อยที่สุด เครื่องดื่มประจำวัน 500 บาทต่อเดือน และค่าซื้อฉลากกินแบ่งรัฐบาล 500 บาทต่อเดือน

ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค

จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค พบว่า แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งที่ยังผลิตและขายในชุมชน และผลิตสำหรับใช้เองภายในครัวเรือน ดังรายละเอียดสรุปเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค

หมู่ที่	บ้าน	รายการผลิตภัณฑ์	ผู้ผลิต
1	บ้านสำโรง	1. ตะกร้า	แม่เต็ม
		2. ไข่เค็ม	กลุ่มแม่บ้าน
		3. น้ำพริกปลาย่าง	คุณบุญนิตา
		4. น้ำหมักชีวภาพ	กลุ่มผัก
		5. ปลุกผัก	กลุ่มผัก
2	ชุมชนตลาดแค	1. ตะกร้า	กลุ่มแม่บ้าน
		2. ทองม้วน	คุณแม่ฉลอง
		3. เหยี่ยวโปรยทาน	คุณแม่จำรัส
		4. บายศรี	คุณแม่สละ, แม่แตร์, แม่หน่วย นางบุญชม
		5. ลายไทย	ตาเฉลียว, นายกษิตศ, ส.ท. ณรงค์รักษ์
		6. ขนมตาล	ยายแวว, นายสุทิน
		7. ขนมดอกจอก	ยายแป้, ยายชิน, อ้น ชินกลาง
		8. ข้าวต้มมัด	แม่แยม, ยายฉลอง, คุณเรไร, คุณพูนศิลป์
		9. ถั่วแปบ	ยายฉลอง, คุณเรไร
		10. ขนมต้ม	ยายฉลอง, คุณเรไร

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

หมู่ที่	บ้าน	รายการผลิตภัณฑ์	ผู้ผลิต
		11. นางเล็ด	ยายแป้
		12. ขนมหักบัว	
4	บ้านตะขบ	1. พวงหรีด	คุณวรรณ
		2. ไช้เค็ม	ผู้ใหญ่หวาน
		3. น้ำพริกปลาย่าง	กลุ่มแม่บ้าน
		4. เครื่องนวดเท้า(กะลา)	คุณนิมมวล
		5. ไม้ค้ายัด	
		6. ไม้ตาลคลายเส้น	
		7. ลูกปะคบ	
		8. น้ำมันมะเกลือ	คุณพันเด็จ, คุณบุหงา
		9. เรียวขวัญนา	
11	บ้านสระเตด	1. ทอเสื่อ	ยายลั่น, แม่สำรว
		2. ดอกไม้จันทร์	แม่บัวโลม, แม่มน
		3. หน่อไม้ดอง	แม่ติ่ม
		4. ปลาไร่ปลานิล	
		5. น้ำหมักชีวภาพ	กลุ่มผัก
		6. มัดฟาง	แม่บัวโลม, ตายู่, ตาสมจิตร
		7. เผ่าถ่าน	ตาฉลอง, ตาผัน
		8. ผูกผ้า	ตาสมจิตร ขวัญฤดี, ตาสมพร นัยเสนา นายธีรศักดิ์ จันทร์กลาง สมศักดิ์ โตโคกสูง

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

หมู่ที่	บ้าน	รายการผลิตภัณฑ์	ผู้ผลิต
12	ชุมชนสามแยกตลาดแค	1. ตะกร้าสาน	คุณสำรวย
		2. เหยี่ยวโปรยทาน	คุณลิ้ม
		3. ยาหม่อง	กลุ่มผู้สูงอายุ
		4. ยาดมสมุนไพร	
		5. พิมเสนน้ำ	
		6. ยานวดคลายเส้น	
		7. สบู่	
15	ชุมชนตลาดแคตะวันออก	1. นวดแผนไทย	กลุ่มนวดแผนไทย
		2. บายศรี	คุณสวย
		3. ไม้กวาดก้านมะพร้าว	คุณตุม, คุณภุชงค์, คุณชัย, คุณเกษม,
		4. พัดจากไม้ไผ่, ในตาล	ครูสุรินทร์, กลุ่มผู้สูงอายุ, ยายหล้า
		5. ขนมหั่วแปบ	ป้าสุทิน
		6. ขนมรังแตน	ป้าสุทิน
		7. ขนมปั้นขลิบ	แม่น้อม

จากตาราง 4.5 ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค พบว่า ชนิดผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชนเทศบาลตลาดแค จาก 10 หมู่บ้าน ทุกหมู่บ้านมีความสามารถในการทำขนมทั้งที่เป็นขนมแห้งเก็บไว้รับประทานได้นาน เช่น ขนมน้ำขลิบ นางเล็ด ทองม้วน ดอกจอก เป็นต้น ขนมที่มีลักษณะเป็นขนมสด เช่น ขนมหั่วแปบ ขนมรังแตน ขนมตาล ขนมไส้ไส้ เป็นต้น อาหารคาว ได้แก่ ไข่เค็ม ปลา ร้า น้ำพริกปลาย่าง เป็นต้น และยังมีประเพณีจักสาน สมุนไพร และเครื่องมือทางการแพทย์แผนโบราณ และศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

วิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลลาดแค

จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม และนำมาวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.6 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ประเภทอาหาร อาหารคาว	
1.ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำโดยกลุ่มแม่บ้านเทศบาลตำบลลาดแค จากการสัมภาษณ์พบว่าส่งเสริมคู่กับไข่เค็มเริ่มทำในปี 2561 มีวิทยากรมาสอนทำโดยใช้งบประมาณของภาครัฐเพื่อส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชน คุณลักษณะของการผลิตผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานเนื่องจากการกระบวนการผลิตยังไม่ได้ทำต่อเนื่อง 2) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในกลุ่มแม่บ้านโดยนำไข่เป็ดมาจากในชุมชนตลาดแค ส่วนเกลือใช้เกลือในพื้นที่ ผู้ผลิตมีความรู้และศักยภาพในการผลิต 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการจัด	1. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่มีรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน 2. ด้านกระบวนการผลิตยังขาดความต่อเนื่องในการผลิตของผลิตภัณฑ์บางส่วนทำเป็นอาชีพเสริมของกลุ่มแม่บ้าน มีเวลาว่างก็จะรวมกลุ่มมาทำผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม 3. ด้านการส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากผลิตภัณฑ์ผลิตออกมาไม่ต่อเนื่อง และสถานที่ในการผลิตยังผลิตที่บ้านพักของกลุ่มแม่บ้านยังไม่มีสถานที่กลางที่ใช้ในการผลิต

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
อบรมของเทศบาลตำบลตลาดแค แต่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เนื่องจากยังทำในกลุ่มแม่บ้านยังไม่มี การขยายและในด้านการตลาดยังไม่กว้าง 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบ กระบวนการผลิต เช่น ทำตามกระบวนการที่ได้รับการ อบรม ยังไม่มีเรื่องการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์หรือ ประเภของสินค้า 5) ด้านการตลาด ผลผลิตที่ได้นำไปขายในชุมชนและ งานเทศกาลต่าง ๆ 6) ด้านราคา การขายขายในราคา 1 แพ็ค ราคา 35 บาท ชื้อ 3 แพ็ค ราคา 100 บาท ขายทั้งส่งและขายปลีก 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากใช้วิธีการบอกต่อ ๆ กันในชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดความต่อเนื่อง เนื่องจากทำเป็นอาชีพเสริมของกลุ่มแม่บ้าน สำหรับการขนส่งนั้นมีทั้งนำไปส่งและขายใน กลุ่มแม่บ้านมีสถานที่จัดจำหน่ายไม่แน่นอนเนื่องจาก ร้านค้าไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่ได้ทำ ต่อเนื่อง และสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. น้ำพริกปลาลายาง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำโดยกลุ่มแม่บ้านเทศบาลตำบลตลาดแค จากการสัมภาษณ์พบว่าเป็นการส่งเสริมเพื่อสร้างรายได้สอนคู่กับไข่เค็มเริ่มทำในปี 2561 มีวิทยากรมาสอนทำโดยใช้งบประมาณของภาครัฐเพื่อส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชน คุณลักษณะของการผลิตน้ำพริกปลาลายาง 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองของหน่วยมาตรฐานใด ๆ อุปสรรค 2) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในกลุ่มแม่บ้านโดยนำวัสดุดิบ เช่น พริก ปลาป่น มาจากตลาด แล้วนำมาผสมตามสูตรที่วิทยากรสอน 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการจัดอบรมจากวิทยากรโดยใช้งบของรัฐบาลสำหรับส่งเสริมอาชีพ และยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต เช่น ทำตามกระบวนการที่ได้รับการอบรมมา 5) ด้านการตลาด ผลผลิตที่ได้นำไปขายในงานเทศกาลต่างๆ ขายคู่กับไข่เค็มขายในชุมชนและเทศกาลในงานต่าง ๆ	1. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่มีรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ใส่กระปุกที่จัดซื้อแบบสำเร็จรูปที่เหมือน ๆ กันทั่วไป 2. ด้านกระบวนการผลิตยังขาดความต่อเนื่องในการผลิตของผลิตภัณฑ์เนื่องจากทำเป็นอาชีพเสริมของกลุ่มแม่บ้าน มีเวลาว่างก็จะรวมกลุ่มมาทำผลิตภัณฑ์ไข่เค็มและน้ำพริกปลาลายาง 3. ด้านการส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากผลิตภัณฑ์ผลิตออกมาไม่ต่อเนื่อง และสถานที่ในการผลิตยังผลิตที่บ้านพักของกลุ่มแม่บ้านยังไม่มีสถานที่กลางที่ใช้ในการผลิต 4. ปลาที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต ต้องสั่งทำพิเศษเพื่อคุณภาพของน้ำพริก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
6) ด้านราคา การขายขายในราคา 1 กระปุก ราคา 35 บาท ขายทั้งส่งและขายปลีก ส่วนมากจะขายคู่กับไข่เค็ม 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากใช้วิธีการบอกต่อ ๆ กันในชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดความต่อเนื่อง เนื่องจากทำเป็นอาชีพเสริมของกลุ่มแม่บ้าน สำหรับการขนส่งนั้นมีทั้งนำไปส่งและขายในกลุ่มแม่บ้านมีสถานที่จัดจำหน่ายไม่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่ได้ทำต่อเนื่อง และสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน	
อาหารประเภทขนมหวาน ลักษณะพิเศษของขนมหวานของตลาดแค มีความหวานน้อย ชุมชนจะเรียกว่า “ขนมไทยหวานน้อย”	
1. ขนมใจหวาน เป็นขนมที่จำหน่ายในชุมชนเป็นหลัก ปริมาณการทำขายหมดภายใน 1 วัน ขายในเทศกาล วันสำคัญต่าง ๆ และขายเป็นประจำตลาด 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ขนมใจหวานเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองของมาตรฐานใด ๆ การผลิตเป็นกระบวนการผลิตในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุ 2) ด้านศักยภาพการผลิต ขนมใจหวานเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มผู้สูงอายุโดยนำวัตถุดิบ	1. บรรจุภัณฑ์ของขนมใจหวาน เป็นรูปลักษณ์เดิม ตั้งแต่บรรพบุรุษทอด้วยใบตอง 2. ขนมใจหวานส่วนใหญ่ทำเฉพาะเทศกาลต่าง ๆ

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ที่มีในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง เช่น มะพร้าว ผู้ผลิตผลิตได้ทุกชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการบรรพบุรุษถ่ายทอดกันมาเรื่อย ๆ จนถึงรุ่นปัจจุบัน ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต เพราะผู้บริโภคยังต้องการรูปลักษณ์ที่เป็นธรรมชาติที่เกิดจากการทำด้วยฝีมือการปั่น การห่อและเป็นการลงทุนที่ไม่มาก 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนมหิวหวานเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาดั้งเดิมและมักจะทำในโอกาสเทศกาลต่างๆ ทำโดยกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มแม่ผู้สูงอายุ และในครัวเรือน ยังไม่มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนหรือลักษณะของขนมในแต่ละประเภทห่อด้วยใบตอง 5) ด้านการตลาด ขนมหิวหวานผลิตและนำไปขายในงานเทศกาลต่าง ๆ ภายในชุมชน และขายในตลาดชุมชน และหากมีผู้สั่งซื้อ ขายส่ง ยังไม่มีวิธีการขายลักษณะอื่น ๆ นอกจากขายในชุมชน 6) ด้านราคา ราคาขาย 3 ห่อ 10 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าแป้ง ค่ามะพร้าว(หากไม่ได้ซื้อ	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
จะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่าน้ำตาล และค่าอื่น ๆ วัตถุดิบในการผลิต 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชนคน มีทั้งนำไปส่งกรณีสั่งซื้อ ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมตามบรรพบุรุษที่ทำกันมา ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากเป็นอาชีพรองของคนชุมชนส่วนมาก บางคนทำเฉพาะเมื่อมีการสั่งซื้อเฉพาะงาน	
2. ขนมใส่ไส้ เป็นขนมที่ทำสืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน ตั้งแต่สมัยโบราณ 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ขนมใส่ไส้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาตามแบบบรรพบุรุษขายในชุมชนยังไม่ได้ขอมาตรฐานใด ๆ เนื่องจากส่วนมากทำเป็นอาชีพเสริมทำเป็นอาชีพหลักเฉพาะบางบ้านและทำในรูปแบบของครัวเรือน 2) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุโดยนำวัตถุดิบที่มีในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง ศักยภาพด้วยบุคคลส่วน	1. บรรจุภัณฑ์ของขนมใส่ไส้ เป็นรูปลักษณะเดิม ตั้งแต่บรรพบุรุษ คือการห่อด้วยใบตอง 2. ขนมใส่ไส้ เป็นขนมที่ต้องทำขายเป็นวัน ๆ เนื่องจากทำด้วยกะทิทำให้เสียง่าย

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ใหญ่จะมีฝีมือเรื่องของการทำขนมไทย 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการบรรพบุรุษถ่ายทอดกันมาเรื่อย ๆ จนถึงรุ่นปัจจุบัน โดยใช้ใบตองห่อขนมเพราะเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายและทำให้ขนมสุกโดยวิธีการนี้ ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาดั้งเดิมและมักจะทำในโอกาสเทศกาลต่างๆ งานสำคัญ ๆ ต่าง เช่น วันสงกรานต์ วันสาทรไทย งานบวชนาค ยังไม่มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ 5) ด้านการตลาด ผลผลิตที่ได้นำไปขายในงานเทศกาลต่าง ๆ ภายในชุมชน และขายในตลาดชุมชน และหากมีผู้สั่งซื้อขายส่ง 6) ด้านราคา ราคาขาย 3 ห่อ 10 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าแป้ง ค่ามะพร้าว(หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่าน้ำตาล และค่าอื่น ๆ วัตถุดิบในการผลิต 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชนคน มีทั้งนำไปส่งกรณีสั่งซื้อ ไม่มีสถานที่จัด	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
จำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมตามบรรพบุรุษที่ทำกันมา ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากเป็นอาชีพรองของคนชุมชนส่วนมาก บางคนทำเฉพาะเมื่อมีการสั่งซื้อเฉพาะงาน และต้องทำงานให้หมดวันต่อวันเพราะขนมทำด้วยกะทิทำให้เสียง่าย	
3. ทองม้วน เป็นขนมที่ทำสืบทอดกันมาช้านาน วิธีการขายเป็นประจำ มีคนสั่งหรือเดินขายขายเอง หรือฝากขาย 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ขนมทองม้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขอมาตรฐานใด ๆ กระบวนการผลิตในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุ 2) ด้านศักยภาพการผลิต ขนมทองม้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุ 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ขนมทองม้วนเป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการบรรพบุรุษถ่ายทอดกันมาเรื่อย ๆ จนถึงรุ่น	1. บรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิมที่เคยทำต่อ ๆ กันมา 2. การส่งเสริมการขาย ยังไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องทำเนื่องจากกำลังการผลิตมีไม่เพียงพอทำตามกำลังที่ทำได้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ปัจจุบัน ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต เพราะมีความคุ้นเคยกับการใช้เครื่องมือที่มีอยู่ 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนมหอมม่วงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาดั้งเดิม รูปแบบเดิมที่เคยทำกันมาและมักจะทำในโอกาสเทศกาลต่างๆ ทำโดยกลุ่มแม่ผู้สูงอายุและครัวเรือน 5) ด้านการตลาด ขนมหอมม่วงผลผลิตที่ได้นำไปขายภายในชุมชน และขายในตลาดชุมชน และหากมีผู้สั่งซื้อไปทำอาหารว่างสำหรับงานประชุมหรือสัมมนาหรือขายส่ง 6) ด้านราคา ราคาขาย ห่อละ 20 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าแบ่ง ค่ามะพร้าว(หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่าน้ำตาล และค่าวัตถุดิบอื่น ๆ วัตถุดิบในการผลิต 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชนคน มีทั้งนำไปส่งกรณีสั่งซื้อ ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมตามบรรพบุรุษที่ทำกันมา	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากไม่เป็นความจำเป็นที่จะต้องทำเพราะส่วนใหญ่ขายในชุมชน 4. ขนมหาล เป็นขนมไทยดั้งเดิมที่ทำในชุมชน ทำโดยนางกอบแก้ว ศิริปุร ตำบลธารปราสาท หมู่บ้าน 4 บ้านตะขบ อำเภอโนนสูง และมีผู้สูงอายุที่ทำได้ จำหน่ายในชุมชนเป็นหลัก เทศกาลต่าง ๆ ตามฤดูกาลของการออกผลตาล และเป็นวิทยากรทำขนม ขนมห่อ ขนมหิย่น ขนมหาล 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานใดๆ เนื่องจากเป็นการทำไม่ต่อเนื่องทำขายตามฤดูกาลขายในชุมชน 2) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุ โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ผลตาลนำมาจากในชุมชนตามฤดูกาล ส่วนใหญ่จะผลิตตามฤดูกาล สำหรับผู้ผลิตสามารถทำได้เกือบทุกบ้านเพราะสมัยก่อนต้นตาลมีจำนวนมากในปัจจุบันยังมีเหลืออยู่บ้าง 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการบรรพบุรุษถ่ายทอดกันมาเรื่อย ๆ จนถึงรุ่นปัจจุบันรูปแบบยังเป็นรูปแบบเดิมแต่มีรสชาติหวานน้อยที่เป็นคุณลักษณะของขนมเทศบาลตลาดแค 1 ปี จะได้กินที่เป็นขนมตาลที่ทำมาจากผลตาลสด ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตหรือการจัดเก็บ	1. ผลตาลออกตามฤดูกาล จะไม่ใช่สารสังเคราะห์อื่น ๆ มาทดแทนเพราะจะทำให้คุณภาพเสีย 2. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เป็นแบบดั้งเดิมโดยใช้ใบตองซึ่งหาได้ง่ายกระบวนการผลิตใช้วิธีการนึ่งเพื่อให้ขนมตาลสุก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ผลตาลซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาดั้งเดิมและมักจะทำในโอกาสเทศกาลต่างๆ มีคุณลักษณะขนมไทยหวานน้อย ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มแม่ผู้สูงอายุ 5) ด้านการตลาด ผลผลิตที่ได้นำไปขายภายในชุมชน ภายนอกชุมชน งาน OTOP และขายในตลาดชุมชน และมีผู้สั่งซื้อ ขายได้ตามฤดูกาลของผลตาล หากบุตรหลานที่มาเยี่ยมบ้านในฤดูตาลจะต้องนำขนมตาลไปเป็นของฝาก 6) ด้านราคา ราคาขาย 4 ห่อ 10 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าแป้ง ค่ามะพร้าว(หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่าผลตาล ค่าน้ำตาล และค่าวัตถุดิบอื่น ๆ วัตถุดิบในการผลิตที่หาได้ในชุมชน 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน ในบางครั้งขายส่งกรณีมีลูกค้าสั่งซื้อ แต่ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมตามบรรพบุรุษที่ทำกันมา ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากไม่เป็นความจำเป็น	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ที่จะต้องทำเพราะส่วนใหญ่ขายในชุมชนก็ยังไม่พอขาย 5. นางเล็ด เป็นชนมไทยที่ทำตั้งแต่ดั้งเดิมสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานใด ๆ เนื่องจากทำในครัวเรือนไม่เคยลองขอ 2) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน และกลุ่มแม่บ้าน ด้านวัตถุดิบ ข้าวเหนียวต้องใช้วิธีซื้อ เนื่องจากในชุมชนไม่ปลูกข้าวเหนียวเพราะเกษตรกรข้าวเหนียวกับข้าวเจ้าจะไปปนกันทำให้พันธุ์ข้าวเจ้าเสีย 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการสืบทอดกันมาและมีการจัดอบรมของเทศบาลตำบลตลาดแค แต่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตเนื่องจากผลิตจำนวนไม่มาก 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต ทำตามกันมาในชุมชน และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องอาศัยแสงแดดสำหรับตากให้แห้งหากไม่แห้งจะทำให้เกิดเชื้อราได้ 5) ด้านการตลาด ผลผลิตที่ได้นำไปขายในชุมชนงานเทศกาลต่าง ๆ ในชุมชนและนอกชุมชน และขายส่งการสั่งของร้านค้า	1. ข้อจำกัดในเรื่องราคาของข้าวเหนียวที่มีราคาสูงซึ่งในพื้นที่ไม่ปลูกเองเพราะเกษตรกรของข้าวเหนียวจะทำให้จะทำให้พันธุ์ข้าวเจ้าเสีย 2. ข้อจำกัดในเรื่องราคาขายเพราะราคาขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่มีราคาที่ควบคุมไม่ได้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
6) ด้านราคา ราคาขาย ถุงละ 20 บาท ในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าข้าวเหนียว ค่าน้ำตาล ค่าน้ำมันและค่าวัตถุดิบอื่น ๆ วัตถุดิบในการผลิตที่หาได้ในชุมชน 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน ในบางครั้งขายส่งกรณีมีลูกค้าสั่งซื้อ แต่ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมคือถุงพลาสติก ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากชุมชนมองว่าไม่เป็นความจำเป็นที่จะต้องทำเพราะส่วนใหญ่ขายในชุมชนพอแล้ว 6. ขนมหักทอง 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ขนมหักทองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานใด ๆ การผลิตเป็นกระบวนการผลิตในครัวเรือน 2) ด้านศักยภาพการผลิต ขนมหักทองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มผู้สูงอายุ วัตถุดิบหลักคือหักทองมีทั้งปลูกเองและซื้อมาจากตลาด 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ขนมหักทองเป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการสืบทอดจากบรรพบุรุษและได้รับความรู้การจัดอบรมของเทศบาลตำบลตลาดแค ยังไม่มีการนำ	1. หักทองเป็นวัตถุดิบที่มีการปลูกจำนวนน้อย 2. ตลาดอยู่ในวงแคบขายในชุมชน

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
เทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนมหักทองเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมโดยใช้ใบตองเป็นภาชนะและนึ่งให้สุก ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต และยังมีบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ เช่น ทำตามกระบวนการที่ได้รับความรู้จากบรรพบุรุษและจากการอบรม ปัจจุบันนำขนมใส่ถึงพลาสติก 5) ด้านการตลาด ขนมหักทองผลผลิตที่ได้นำไปขายในงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในชุมชนและนอกชุมชน 6) ด้านราคา ราคาขาย 4 ห่อ 10 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าแป้ง ค่ามะพร้าว(หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่าผักทอง ค่าน้ำตาล และค่าวัตถุดิบอื่น ๆ วัตถุดิบในการผลิตที่หาได้ในชุมชน 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน ในบางครั้งขายส่งกรณีมีลูกค้าสั่งซื้อ แต่ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมตามบรรพบุรุษที่ทำกันมา ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากไม่เป็นความจำเป็นที่จะต้องทำเพราะส่วนใหญ่ขายในชุมชน	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
7. น้ำตะไคร้ 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต น้ำตะไคร้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้มีการขอมาตรฐานใด ๆ เพราะทำจำนวนน้อยทำตามเทศกาลหรืองานเลี้ยงต่าง ๆ 2) ด้านศักยภาพการผลิต น้ำตะไคร้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้านโดยนำ ตะไคร้มาจากในชุมชน 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต น้ำตะไคร้เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการจัดอบรมของเทศบาลตำบลตลาดแค ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต เพราะทำไม่ต่อเนื่องและทำจำนวนน้อย 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ น้ำตะไคร้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับรูปแบบกระบวนการผลิต ความรู้เกิดจากการจัดอบรมให้กับชุมชนตลาดแค 5) ด้านการตลาด น้ำตะไคร้ผลผลิตที่ได้นำไปขายในชุมชน ภายนอกชุมชนและงานเทศกาลต่าง ๆ 6) ด้านราคา ราคาขาย ขวดละ 10 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น น้ำตาล ค่าตะไคร้(หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่าขวด และค่าวัตถุดิบอื่น ๆ วัตถุดิบในการผลิตที่หาได้ในชุมชน	1. ทำไม่ต่อเนื่อง ส่วนใหญ่ทำในเทศกาล หรือการอบรมสัมมนา 2. ต้นตะไคร้ปลูกจำนวนน้อยสำหรับตะไคร้ที่สำหรับทำเป็นน้ำตะไคร้(สำหรับในช่วงที่สัมภาษณ์) แต่ตะไคร้ปลูกง่ายสามารถปลูกได้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน ในบางครั้งขายส่งกรณีมีลูกค้าสั่งซื้อ แต่ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน ผลิตภัณฑ์ผลิตไม่ต่อเนื่อง 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะที่โดดเด่นน่าสนใจ ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายการขายไม่ต่อเนื่องส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริม	
8 ขนดอกจอก เป็นขนมพื้นบ้านที่ทำมาตั้งแต่บรรพบุรุษ 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ขนดอกจอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานใด ๆ เนื่องจากชุมชน 2) ด้านศักยภาพการผลิต ขนดอกจอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มแม่บ้าน 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ขนดอกจอก เป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับรู้มาจากการบรรพบุรุษ 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนดอกจอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต เช่น ทำตามกระบวนการที่ได้รับสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ	1. ตลาดจำหน่ายในวงแคบจำหน่ายแค่ในชุมชน สำหรับร้านค้าในชุมชนจะมีรับจำนวนน้อยเพราะราคาของร้านค้าจะสูงกว่าราคาของผู้ผลิตที่จำหน่ายเองและผู้บริโภคมีความเข้าใจว่าหาซื้อได้เองจากผู้ผลิต

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
5) ด้านการตลาด ขนดอกจอกผลผลิตที่ได้นำไปขายในงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งใน หรือสั่งทำจากคนในชุมชน หรือนอกชุมชน 6) ด้านราคา ราคาขาย ทุกละ 20 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าแบ่ง ค่ามะพร้าว(หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่าน้ำตาล 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน ในบางครั้งขายส่งกรณีมีลูกค้าสั่งซื้อ แต่ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมได้แก่ใส่ถุงพลาสติกตามที่เคยทำกันต่อ ๆ กันมา ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากการผลิตจำนวนไม่มากนักทำเท่าที่พอขายในชุมชน 10 ข้าวต้มมัด 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ข้าวต้มมัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานใด ๆ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขายเฉพาะวันต่อวันและไม่ได้ทำทุกวัน 2) ด้านศักยภาพการผลิต ข้าวต้มมัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำในครัวเรือน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ โดยใช้วัสดุที่ได้จากในชุมชนและซื้อในตลาดพิมาย เช่น ข้าวเหนียว	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
กะทิและกล้วย 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ข้าวต้มมัดเป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากการเรียนรู้มาจากบรรพบุรุษ ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต เนื่องจากทำขายเฉพาะในชุมชนของตนเองหรือในตลาดวันต่อวัน 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้าวต้มมัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังมีรูปแบบ ดั้งเดิมที่มาจากบรรพบุรุษ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต 5) ด้านการตลาด ข้าวต้มมัดผลผลิตที่ได้นำไปขายในชุมชนภายนอกชุมชนและงานเทศกาลต่าง ๆ และในตลาดในบางโอกาส 6) ด้านราคา ราคาขาย มัดละ 10 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าข้าวเหนียว ค่ามะพร้าว(หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) ค่ากล้วย(มีทั้งซื้อของผู้ผลิต) และค่าน้ำตาล และค่าวัตถุดิบอื่น ๆ (ถุงตอก) 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน ในบางครั้งขายส่งกรณีมีลูกค้าสั่งซื้อ แต่ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยัง	1. ข้อจำกัดของราคาข้าวเหนียว ปีนี้เกิดภาวะแล้งทำให้ข้าวเหนียวมาราคาแพง และชุมชนไม่ปลูกข้าวเหนียว

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
เป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมที่ทำกันต่อ ๆ มา ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากส่วนใหญ่ขายในชุมชนเดินขายหรือซื้จักยานขาย 17 ปลาร้าปลานิล เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมานานตั้งแต่บรรพบุรุษ เนื่องจากสมัยก่อนปลาในชุมชนมีมาก จึงนำมาแปรรูปเพื่อขายมีทั้งปลาสดและปลาร้า ต่อมาใช้วิธีการเลี้ยงในกระชัง เพื่อขายปลาสดแต่ถ้าปลาตัวไหนเนื้อค้ำน้ำจะนำไปทำปลาร้า 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ปลาร้าปลานิลเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานใด ๆ เนื่องจากอาศัยชื่อเสียงที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ 2) ด้านศักยภาพการผลิต ปลาร้าปลานิลทำสืบทอดกันมา นำปลาจากการเลี้ยงในกระชัง ส่วนเกลือใช้เกลือในพื้นที่ เนื่องจากจะมีขนาดของรุ้นที่เท่าๆกัน ศักยภาพผู้ผลิตเป็นที่ยอมรับของลูกค้า 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ปลาร้าปลานิลเป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับความรู้มาจากบรรพบุรุษ ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตมีความคุ้นเคยกับภูมิปัญญาที่ได้รับต่อกันมา 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปลาร้าปลานิลเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต เช่น ทำตามกระบวนการที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ	1. ข้อจำกัดจะมีในด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย และบรรจุภัณฑ์ที่ยังเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเทศบาลตลาดแค

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
5) ด้านการตลาด ปลาร้าปลานิลผลผลิตที่ได้นำไปขายส่งตามการสั่งของลูกค้าและในงานเทศกาลต่าง ๆ 6) ด้านราคา ราคาขายประมาณตัวละ 30-50 บาท ขึ้นอยู่กับขนาดและราคาปลา ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าปลา 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน ในบางครั้งขายส่งกรณีมีลูกค้าสั่งซื้อ แต่ไม่มีสถานที่จัดจำหน่ายที่แน่นอนเนื่องจากร้านค้าชุมชนไม่เปิดเป็นประจำทุกวัน 8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิมที่ทำกันต่อ ๆ มา ไม่มีวิธีการส่งเสริมการขายเนื่องจากใช้วิธีการบอกต่อกันในชุมชน 18 ปลาร้า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมานานตั้งแต่บรรพบุรุษ เนื่องจากสมัยก่อนปลาในชุมชนมีมาก จึงนำมาแปรรูปเพื่อขายมีทั้งปลาสดและปลาร้า โดยขายปลาสดและคัดแยกปลาขามาทำปลาร้า 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ปลาร้าปลาขาวและปลาร้าจากปลาประเภทอื่น ๆ เมื่อนำมาทำปลาร้าจะมีรสชาติหอมอร่อย ก่อนนำมาหมักต้องทำความสะอาดปลาเป็นอย่างดีถ้าปลาไม่สะอาดจะทำให้ปลาร้าเน่ากินไม่ได้ แต่ยังไม่ได้ขอมาตรฐานใด ๆ	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
เนื่องจากกระบวนการผลิตจะผลิตในครัวเรือน 2) ด้านศักยภาพการผลิต ปลาแร่ปลาขาวและปลาอื่นๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำสืบทอดกันมาโดยนำปลามาจากแหล่งน้ำธรรมชาติในชุมชนมีทั้งหมด 3 แหล่งน้ำ ลำสะเทต ลำธารประสาท ลำเหมือง 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ปลาแร่ปลาขาวเป็นกระบวนการผลิตที่ได้รับรู้มาจากบรรพบุรุษ ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิต เพราะมีความมั่นใจในกระบวนการผลิตที่ทำสืบทอดกันมา ยังไม่มีการกระบวนการแปรรูป 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปลาแร่ปลาขาวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต เช่น ทำตามกระบวนการที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ 5) ด้านการตลาด ปลาแร่ปลาขาวผลผลิตที่ได้จะมีผู้บริโภคมาซื้อที่บ้านใช้เวลาไม่ถึง 3 เดือนก็หมด ไม่พอขายในแต่ละปี 6) ด้านราคา ราคาขาย กิโลกรัม 30-50 บาท ส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาทำ เช่น ค่าข้าวคั่ว ค่าเกลือ (หากไม่ได้ซื้อจะไม่นำมาคิดต้นทุนการผลิต) 7) ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน โดยมีลูกค้าประจำมารับที่บ้าน ส่วนใหญ่จะไม่ได้ไปขายที่อื่นๆ	

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
8) การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะโดดเด่นและยังไม่มีมีการแปรรูป และชื่อเสียงของผู้ผลิตมีความน่าเชื่อถือและหมดเร็วทำให้ไม่ต้องส่งเสริมการขาย	

จากตารางที่ 4.6 ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ด้านคุณภาพและมาตรฐานการผลิต ยังไม่เป็นตามมาตรฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตามวิธีการถ่ายทอดกันมาแต่บรรพบุรุษ ด้านศักยภาพการผลิต การผลิตผลิตตามกำลังที่ความสามารถในการผลิต และผลิตตามเท่าที่มีวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การนำเทคโนโลยีมาใช้ยังไม่มีเนื่องจากเป็นการผลิตที่เป็นอาชีพรอง/อาชีพเสริมหลังจากการทำนา ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ยังขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ยังไม่มีการปรับปรุงแบบกระบวนการผลิต ทำตามกระบวนการที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ด้านการตลาด ขายในชุมชนและขายลูกค้าประจำที่เคยติดต่อกันมาช้านาน ด้านราคาส่วนมากจะไม่ได้คิดค่าแรงของตัวเองในการผลิต คิดเฉพาะราคาวัตถุดิบที่นำมาผลิต ด้านสถานที่หรือช่องทางในการขาย ส่วนมากขายชุมชน โดยมีลูกค้าประจำมารับที่บ้าน ส่วนใหญ่จะไม่ได้ไปขายที่อื่นๆ ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มช่องทางในการขาย การส่งเสริมการขาย ยังไม่มีเนื่องจากยังไม่มีสถานที่สำหรับการขายยังไม่แน่นอน และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นมีลักษณะโดดเด่นและยังไม่มีมีการแปรรูป และชื่อเสียงของผู้ผลิตมีความน่าเชื่อถือและหมดเร็วทำให้ไม่ต้องส่งเสริมการขาย

แนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค

แนวทางการพัฒนาการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค จากข้อมูลการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การปฏิบัติจากสถานการณ์จริงของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด พบว่า แนวทางการพัฒนาการยกระดับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ดังนี้

1. ปลาร้าน้ำปรุง และปลาร้าปลานิล มีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดดังนี้

1) **ด้านมาตรฐานการผลิต** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำตามวิธีการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ มาตรฐานการตรวจวัดจึงทำตามเคยชิน เช่น การวัดจากการหยิบ 1 กำมือ

2) **ด้านศักยภาพการผลิต** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลางโดยสามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม ซึ่งสมาชิกมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอจึงได้รวมกลุ่มการผลิตเพิ่มและขยายศักยภาพการผลิต

3) **ด้านกระบวนการผลิต** เป็นกระบวนการผลิตที่ไม่มีความสลับซับซ้อน เป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ วัตถุดิบสามารถหาได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติในพื้นที่ 3 แหล่งน้ำ

4) **ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ยังเป็นแบบใส่ถุงพลาสติกใส่ปิดปากถุงด้วยการมัดยาง

5) **ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในชุมชน และจำหน่ายที่บ้าน โดยมีผู้มารับต่อเนื่องเพื่อนำไปจำหน่ายต่อในตลาดหรือไปใส่บรรจุภัณฑ์ใหม่ ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึงและไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

2. ขนมไทย มีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังนี้

1) **ด้านมาตรฐานการผลิต** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำตามวิธีการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ มาตรฐานการตรวจวัดจึงทำตามเคยชิน เช่น การวัดแบ่งปริมาณน้ำที่ใส่จะไม่มีการตรวจจะใส่ไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะวัดแบ่งจนจบไม่ติดมือ หรือหากมีการตรวจจะใช้ภาชนะที่ใช้อยู่ในบ้านหากเป็นถ้วยจะเป็นถ้วยใส่ขนม

2) **ด้านศักยภาพการผลิต** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลางโดยสามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม ซึ่งสมาชิกในชุมชนสามารถรวมกลุ่มการผลิตเพิ่มและขยายศักยภาพการผลิตได้เพราะเกือบทุกชุมชนมีปราชญ์ด้านขนมไทย

3) ด้านกระบวนการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ไม่มีความสลับซับซ้อน เป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ วัตถุดิบสามารถหาได้ภายในชุมชน เช่น มะพร้าว ลูกตาล กล้วย พักทอง

4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ยังเป็นแบบใส่ถุงพลาสติกใส่ปิดปากถุงด้วยลวดเย็บ หรือห่อด้วยใบตอง

5) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในชุมชน และจำหน่ายที่บ้าน สำหรับชนบ้นชลิบมีการสั่งซื้อเพื่อเป็นของฝาก หรือไปใส่บรรจุภัณฑ์ใหม่ ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึงและไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

2. ไม้กวาดทางมะพร้าว มีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังนี้

1) ด้านมาตรฐานการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำตามวิธีการถ่ายทอดมาจากบรรบุรุษ ขนาดไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันเพราะแต่ละคนจะทำตามรูปแบบของตนเองไม่มีมาตรฐานการผลิตเดียวกัน

2) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลางโดยสามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงของเดิม ซึ่งสมาชิกมีกำลังการผลิตยังไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของตลาดหากต้องการมากต้องสั่งล่วงหน้า ชุมชนสามารถรวมกลุ่มการผลิตเพิ่มและขยายศักยภาพการผลิตได้

2) ด้านกระบวนการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ไม่มีความสลับซับซ้อน เป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ วัตถุดิบสามารถหาได้ภายในชุมชน เช่น ทางมะพร้าว เชือก ตะปู ยางมะตอย

3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ขายไม่มีการตกแต่งให้เกิดความน่าสนใจ

4) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในชุมชน และจำหน่ายที่บ้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึงและไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

สรุปได้ว่าจากแนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 ชนิดนั้น พบว่าผลิตภัณฑ์ทุกชนิดยังขาดบรรจุภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไม่มีการออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายน่าสนใจ และช่องทางการตลาดยังไม่มีมีการขยายออกไปอย่างทั่วถึง ส่วนมากจะขายในชุมชนและจำหน่ายที่บ้าน

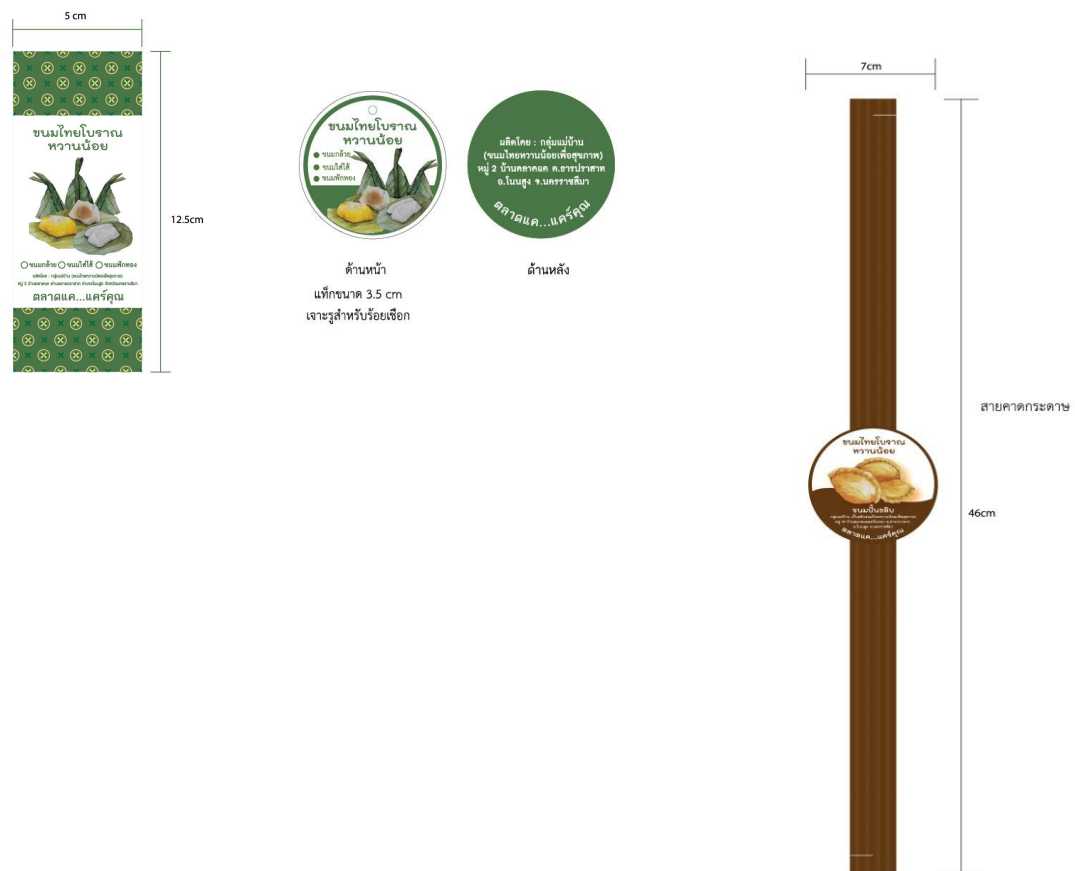
การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค

จากการวิเคราะห์ สทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่าประเด็นที่ต้องพัฒนาก่อนทั้งหมด 4 ประเด็น ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาด และช่องทางในการจัดจำหน่าย จึงได้ประชุมทีมวิจัยเพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยวิธีการปฏิบัติการดังนี้

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนแรกเป็นการวิเคราะห์ ประชุมทีมวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภททั้งหมด 4 ชนิดผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ปลาแร่ปรุงรส ลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์เป็นน้ำควรใช้เป็นขวดในการบรรจุน้ำปลา 2) ปลาแร่ปลานิล เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวปลาขนาดประมาณ 3 ตัวกิโลกรัม ควรใช้เป็นถุงพลาสติกที่มีขนาดหนากว่าถุงพลาสติกธรรมดาขึ้นด้วยเครื่องขึ้น 3) ขนมไทยนั้นปัจจุบันใช้ใบตองห่อ ปัญหาคือผู้ซื้อไม่สามารถเห็นว่าห่อไหนคือขนมอะไร ดังนั้นมติที่ประชุมจึงให้คงรูปลักษณะที่เป็นเส้นห่อของขนมไทยคือใบตอง จึงออกแบบเป็นแท่งติดที่ห่อขนม 1 ชุด มี 4 ห่อ ว่าเป็นขนมไทยชนิดใด และเพิ่มบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทำเป็นอาหารว่างสำหรับใช้ในกาประชุมต่าง ๆ จึงได้ออกแบบเป็นสติ๊กเกอร์สำหรับติดกล่องอีก 1 ชุด สำหรับขนมปั้นขลิบที่ทีมวิจัยจัดอยู่ในประเภทขนมไทยนั้นได้ออกแบบเป็นกล่องและมีสติ๊กเกอร์ติดที่กล่องทำให้เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ สามารถนำไปเป็นของฝากในเทศกาลต่าง ๆ ได้ 4) ไม้กวาดทางมะพร้าว การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดอาจจะต้องสกปรก ดังนั้นจึงออกแบบเป็นแท่งติดที่บริเวณรอยทางมะตอยจะทำให้ไม่กรีดขวางสำหรับเวลาใช้งาน บรรจุภัณฑ์ทุกชนิดมีการวิพากษ์จากนายกเทศมนตรี พัฒนาการอำเภอ และคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีการปรับแก้ทั้งหมด 3 ครั้งได้แก่ ร่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ วิพากษ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ หลังจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของชุมชนแล้ว ทีมวิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ผู้ผลิตแต่ละประเภทเข้าใจ และสามารถนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบไปใช้ได้ด้วยตนเอง

สรุปได้ว่า ได้บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด 6 ชนิด สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ 1) ขวดและสติ๊กเกอร์สำหรับใส่ปลาแร่ปรุงรส 2) สติ๊กเกอร์สำหรับติดถุงปลาแร่ปลานิล 3) แท่งสำหรับติดชุดขนมไทยที่ห่อใบตอง 4) กล่องสำหรับใส่ขนมไทยจัดเป็นอาหารว่าง 5) กล่องสำหรับใส่ขนมปั้นขลิบ 6) แท่งติดไม้กวาดทางมะพร้าว



ภาพที่ 4.2 สติกเกอร์ ติดบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 1 ร้างสติกเกอร์ติดบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.3 สติกเกอร์ ติดบรรจุภัณฑ์ปรับแก้ครั้งที่ 2 เพิ่มคำว่าตลาดแค...แคร์คุณ



ภาพที่ 4.4 การปรับเปลี่ยน ครั้งที่ 3 เพิ่มตราสัญลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของเทศบาลตำบลลาดเลกลงในโลโก้ผลิตภัณฑ์

2. กลยุทธ์การตลาด

จากการวิเคราะห์สถานการณ์แนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ พบว่า การตลาดมีจำหน่ายเฉพาะในชุมชน ขายที่บ้าน และขายตามการสั่งซื้อ แต่การขายยังอยู่ในเฉพาะกลุ่ม ดังนั้นจึงได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการกลยุทธ์การตลาดให้กับผู้ผลิตทุกชนิดผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าและทำความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดว่ามี ด้วยการใช้ทฤษฎี STP ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด การทฤษฎีสู่การปฏิบัติ S หมายถึง Segmentation เป็นการทำความเข้าใจกับกลุ่มลูกค้า T หมายถึง Targeting ลูกค้าไหนที่เหมาะสมกับสินค้า ลูกค้ากลุ่มไหนบ้างที่ต้องรักษาไว้ และควรหากกลุ่มลูกค้าใดบ้างเพิ่ม P หมายถึง Positioning วิเคราะห์คู่แข่งมีใครบ้างที่เป็นคู่แข่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น ขนมหกกรอบ จะทำอย่างไรให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย

ผลจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความเข้าใจในด้านการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (ลูกค้า) การปรับเปลี่ยนรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับยุคสมัยและแต่ไม่ทิ้งรูปลักษณะเดิม เช่น ขนมหกไทย เด็กเล็ก ๆ ยังไม่ค่อยรับประทานขนมหกไทยจะมีวิธีปรับเปลี่ยนรูปลักษณะอาจทำให้เด็กหันมาสนใจมากขึ้น ผู้เข้าอบรมทุกคนสามารถวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าของตนเองได้ วิเคราะห์การขายตลาดไปยังกลุ่มต่างๆ เพื่อให้ได้ลูกค้ามากขึ้นโดยการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เช่น นักเรียนมีกำลังซื้อน้อยก็ทำบรรจุภัณฑ์เล็กลง หรือหากเป็นของฝากก็ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะเหมาะกับการเป็นของฝาก เป็นต้น



ภาพที่ 4.5 การอบรมเชิงปฏิบัติการ กลยุทธ์การตลาด

3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า ขนมไทยมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของขนมไทยห่อด้วยใบตองที่เหมาะสมสำหรับการซื้อกลับไปรับประทานที่บ้านหากเป็นขนมไทยที่นำมาจัดเป็นอาหารว่างรูปลักษณ์มีขนาดชิ้นใหญ่เกินไปไม่สะดวกกับการนำมาทำเป็นอาหารว่าง ควรมีลักษณะพอดีคำ สะดวกในการรับประทานขณะนั่งประชุมหรืออบรมสัมมนา ทีมวิจัยจึงเห็นควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้ผลิตทุกกลุ่ม เพื่อความสวยงามสอดคล้องกับการตลาดที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย จากการอบรมเชิงปฏิบัติการได้ รูปลักษณ์ขนมไทยที่ทำงานสวยงาม เช่น การใช้ สีลิโคนรูปต่าง ๆ การใช้

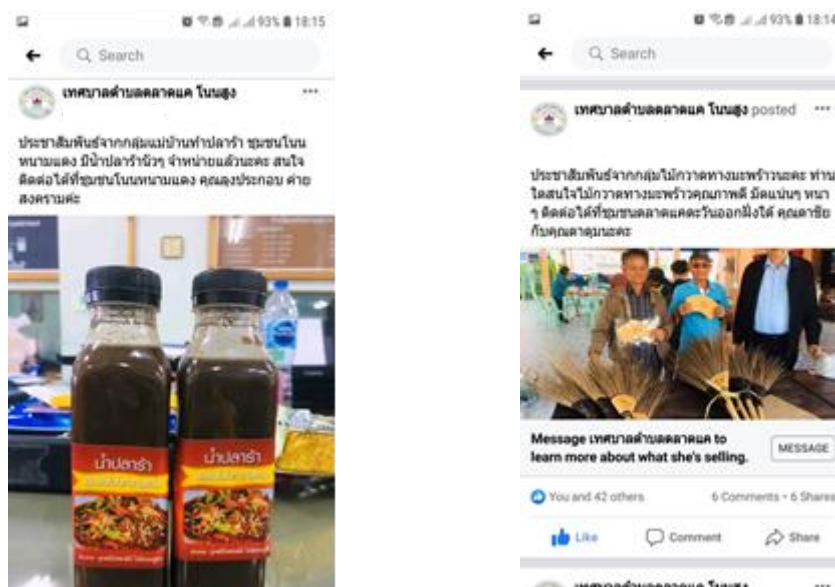
ใบตองมาทำกรวยเป็นภาชนะใส่ขนมกล้วย นำใบตองมาทำเป็นกระทงใส่ขนมฝักทอง การใช้ใบเตยมาเป็นภาชนะในการใส่ขนมไทยใส่ไส้ ทำให้ได้รูปแบบขนมไทยที่มีความหลากหลาย



ภาพที่ 4.6 ขนมไทยแบบห่อใบตอง

4. ช่องทางในการจัดจำหน่าย

จากการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย จำหน่ายในชุมชนและที่บ้าน เพื่อให้เพิ่มช่องทางการขายและการประชาสัมพันธ์ ทีมวิจัย จึงได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับยุคเทคโนโลยี โดยเชิญบุคลากรที่รับผิดชอบกองสวัสดิการ เพื่อเป็นผู้ช่วยเหลือให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น การถ่ายภาพจากโทรศัพท์มือถือเพื่อให้ผู้ผลิตสามารถทำเองได้ สอนวิธีการอัปโหลดภาพเข้า Facebook และ โหลดผลจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้ผลิตสามารถอัปโหลดภาพเข้า Facebook และ โหลดได้

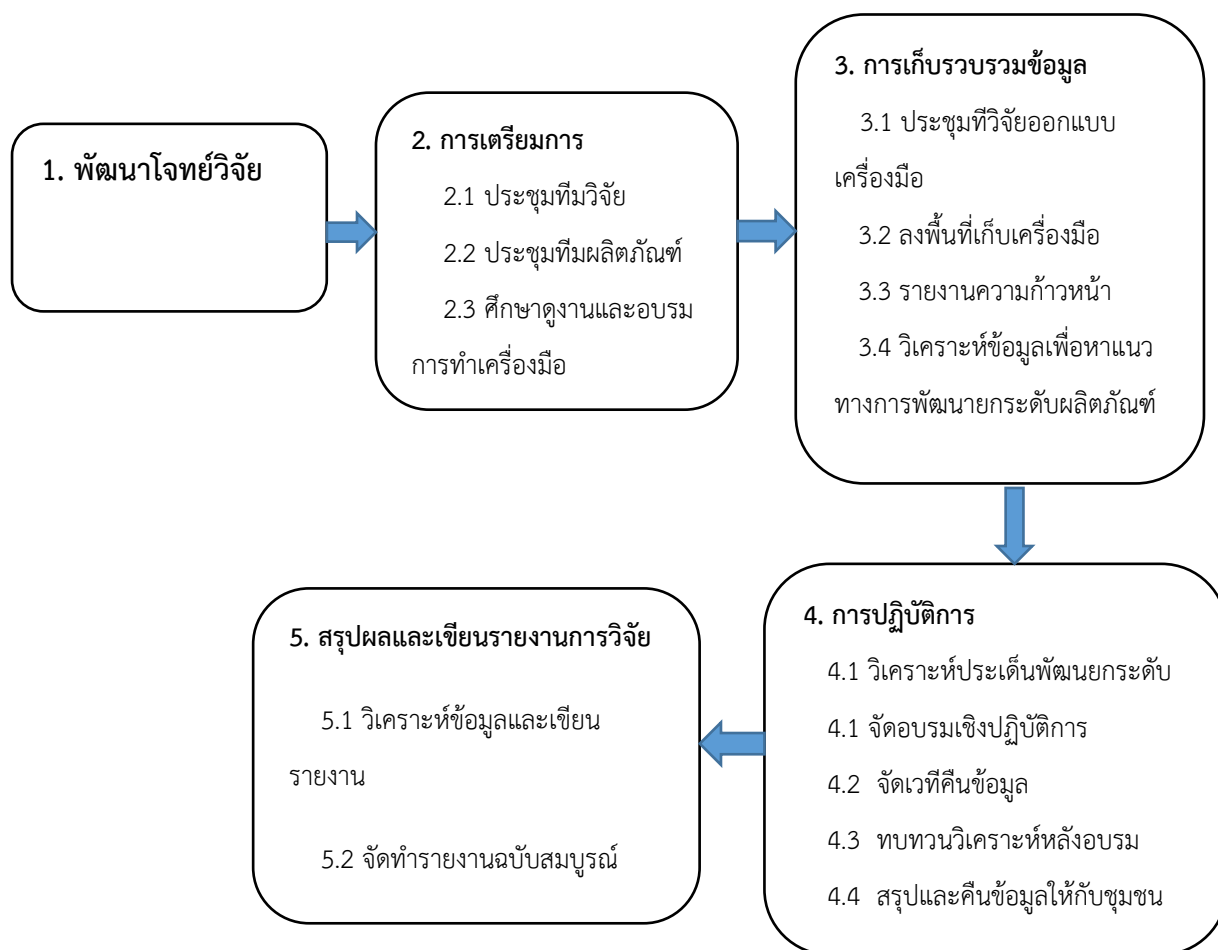


ภาพที่ 4.7 การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์

จากการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลลาดแคปรากฏว่า มีผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น ปลาร้าน้ำปรุง จากเดิมใส่ถุงพลาสติกใสมัดยางธรรมดา เมื่อมีบรรจุกัญท์สร้างมูลค่าให้กับสินค้าทำให้ได้กลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นและได้ราคาเพิ่มขึ้นในปริมาณเดียวกัน คือ 1 กิโลกรัมขายราคาถุงละ 30 บาท เมื่อทำบรรจุกัญท์ขายขวดละ 25 บาท 1 กิโลกรัมจะกรอกขวดได้ 2.5 ขวด ทำให้ได้กำไรเพิ่มขึ้น กิโลกรัมละประมาณ 20 บาท ราคาขายส่งลูกค้าประจำที่ซื้อขายก่อนพัฒนาบรรจุกัญท์ สำหรับปลาร้าปลานิลเป็นขวดละ 35 บาท เมื่อทำบรรจุกัญท์ยังขายในราคาเดิมเนื่องจากการขายส่งและกลุ่มลูกค้ายังเป็นกลุ่มค้ากลุ่มเดิม ราคาในกลุ่มลูกค้าประจำราคายังไม่เปลี่ยนแปลง ขนมันขลิบ จากเดิมใส่ถุงพลาสติกถุงละ 20 บาท หลังจากได้พัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ปัจจุบันมีหลายขนาด มีหลายราคา เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลายกลุ่มมากขึ้น เช่น จากถุงพลาสติกปรับเปลี่ยนเป็นใส่กล่องมีสติ๊กเกอร์สวยงามมีทั้งราคา กล่อง 20 บาท กล่องละ 35 บาท 3 กล่อง 100 บาท และกล่องใหญ่สำหรับเป็นของฝาก ซึ่งในช่วงเทศกาลปีใหม่ประมาณ 10 วัน มีลูกค้าซื้อเป็นของฝากได้กำไร 6,000 บาท จากเดิมได้กำไรวันละ 200-300 บาท ส่วนไม้กวาดทางมะพร้าว จากเดิมไม่มีสติ๊กเกอร์เมื่อทำสติ๊กเกอร์ใส่ทำให้เพิ่มมูลค่า แต่ชุมชนยังคงขายในราคาเดิมเนื่องจากเป็นยังลูกค้าประจำกลุ่มเดิม ขายส่งในราคา 50 บาท เมื่อนำมาขายที่ร้านมนุษยสาสน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา นำมาขายเป็นสวัสดิการให้กับบุคลากรในราคา 60 บาท ได้กำไรเพิ่มขึ้นด้ามละ 10 บาท ซึ่งยังเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาท้องตลาดทั่วไป สำหรับขนมไทยยัง

มียอดขายที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนักเพราะมีข้อจำกัดในเรื่องของต้องรับประทานวันต่อวันจึงทำให้ผู้ผลิตผลิตจำนวนจำกัดขายให้หมดวันต่อวัน

สรุป ขั้นตอนการทำวิจัย



ภาพที่ 4.8 แผนภูมิขั้นตอนการทำวิจัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เป็นงานวิจัย CBR (Community based Research) หรือการวิจัยเพื่อท้องถิ่น โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเริ่มจากการร่วมพัฒนาโจทย์วิจัยชุมชน การสนทนากลุ่มเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ และผลิตภัณฑ์ที่จัดทำอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมากระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 4) เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

งานวิจัยนี้เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมีทีมวิจัย ประกอบด้วย อาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 7 คน และทีมวิจัยจากชุมชน จำนวน 17 คน มีวิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก การอบรมเชิงปฏิบัติการ การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการจดบันทึก ถ่ายภาพ ถ่ายคลิปการผลิต การทำผังชุมชน การทำผังเศรษฐกิจ การทำผังทรัพยากรธรรมชาติ การทำ Mind Mapping และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นต้น กระบวนการวิจัยมีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้ 1) ประชุมเพื่อพัฒนาโจทย์แบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่มผู้นำชุมชน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ 2) ประชุมเตรียมทีมชุมชนเพื่อเป็นนักวิจัยในครั้งนี้และวางแผนการดำเนินงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม 3) เก็บรวบรวมข้อมูลบริบทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 4) ถ่ายคลิปกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด 5) อบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด และการพัฒนารูปลักษณ์ขนมไทยหวานน้อยเพื่อสุขภาพ 6) คืนข้อมูลให้กับชุมชนเพื่อเติมเต็มความสมบูรณ์ของข้อมูล 7) สรุปและจัดทำเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 บริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชน

เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดนครราชสีมา ห่างจากตัวเมืองออกไปตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ตอนนครราชสีมา - พล ประมาณ 49.50 กิโลเมตร โดยมีพื้นที่โดยรอบติดกับองค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอนโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เทศบาลตำบลตลาดแคแบ่งออกเป็น 6 หมู่บ้าน 10 ชุมชน ประชากรทั้งสิ้น 3,387 คน หญิง 1,777 คน ชาย 1,610 คน ช่วงอายุ 0-6 ปี จำนวน 187 ช่วงอายุ 7-12 ปี จำนวน 241 คน ช่วงอายุ 13-17 ปี จำนวน 194 คน ช่วงอายุ 18-60 ปี จำนวน 2,164 คน อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 601 คน **ระบบเศรษฐกิจ** ประกอบอาชีพเกษตรกรรมบนพื้นที่ประมาณ 6,985 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 80 ของพื้นที่ทั้งหมดของเทศบาลตำบลตลาดแค ประกอบอาชีพปลูกสัตว์ไ่ว้บริโภคในครัวเรือน และนำออกจำหน่ายเป็นอาชีพเสริมจากการทำนา นอกจากนี้ประชากรจะจับปลาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ (ลำธารปราสาท) ไ่ว้บริโภคในครัวเรือนอีกด้วย **การปกครอง** เทศบาลตำบลตลาดแค จัดอยู่ในประเภทเทศบาลขนาดเล็ก โครงสร้างการบริหารงานประกอบด้วย ฝ่ายนิติบัญญัติ มีสมาชิกสภาเทศบาลจำนวน ๑๒ คน ฝ่ายบริหาร อยู่ในรูปแบบของนายกเทศมนตรีที่มาจากการเลือกตั้งจากประชาชนโดยตรง และมีรองนายกเทศมนตรี ที่ปรึกษาและเลขานุการนายกเทศมนตรี จำนวน 4 คน **ด้านการศึกษา** มีสถานศึกษาตั้งแต่ระดับศูนย์พัฒนาเด็กเล็กถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และ ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ทางชุมชนทำสืบทอดกันมา ได้แก่ หมู่ 1 บ้านสำโรง มีชนิดผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตะกร้า ไข่เค็ม น้ำพริกปลาย่าง น้ำหมักชีวภาพ ปลุกผัก หมู่ 2 บ้านตลาดแค มีชนิดผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตะกร้า ทองม้วน เหยียญโปรยทาน บายศรี ลายไทย ขนมหาล ขนมหดอกจอก ข้าวต้มมัด ถั่วแปบ ขนมหต้ม นางเล็ด ขนมหฝักบัว หมู่ 4 บ้านตะขบ มีชนิดผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พวงหรีด ไข่เค็ม น้ำพริกปลาย่าง เครื่องนวดเท้า(กะลา) ไม้ค้ายัด ไม้ตาลคลายเส้น ลูกปะคบ น้ำมน้ำเหลือง หมู่ 11 บ้านสะเทต มีชนิดผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทอเสื่อ ดอกไม้จันทน์ หน่อไม้ดอง ปลาธ้าปลาธิล น้ำหมักชีวภาพ มัดฟาง เผ่าถ่าน ผูกผ้า หมู่ 12 ชุมชนสามแยกตลาดแค มีชนิดผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตะกร้าสาน เหยียญโปรยทาน ยาหม่อง ยาธมสมุนไพร พิมเสนน้ำ ยานวดคลายเส้น สบู หมู่ 15 ชุมชนตลาดแคตะวันออก มีชนิดผลิตภัณฑ์ ได้แก่ นวดแผนไทย บายศรี ไม้กวาดก้านมะพร้าว พัดจากไม้ไผ่ ใบตาล ขนมหถั่วแปบ ขนมหรังแตน ขนมหปั้นขลิบ

5.1.2 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการใช้ทฤษฎี 4P สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง

ผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์ที่ทำสืบทอดกันมาเป็นเวลานานและยังคงมีการสืบทอดหลาย ๆ
2. มีปราชญ์ในชุมชนมีจำนวนมากหลากหลายสาขา
3. กิจกรรมของกลุ่มเข้มแข็ง
4. ชุมชนเทศบาลตลาดแคมีความกลมเกลียว
5. ชุมชนมีความโดดเด่นด้านขนมไทย

จุดอ่อน

1. ด้านหลักการกำหนดราคาสินค้า
2. ด้านสถานที่เฉพาะสำหรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
3. ช่องทางการขายสำหรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
4. การส่งเสริมการขาย

อุปสรรค

1. บรรจุภัณฑ์ยังไม่น่าสนใจ
2. ยังไม่มีสื่อในการประชาสัมพันธ์
3. ไม่มีร้านค้าชุมชน
4. วัตถุดิบบางชนิดต้องเป็นไปตามฤดูกาล

โอกาส

องค์ความรู้ในตัวได้

1. ผู้นำมีความเข้มแข็งและให้การสนับสนุน
2. เป็นพื้นที่ติดถนนมิตรภาพสะดวกในการสัญจรไปมา
3. ชุมชนมีปราชญ์ชาวบ้านหลากหลายสาขาที่มีความเข้มแข็งให้สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในตัวได้
4. ทุกคนในชุมชนให้ความร่วมมือและสนับสนุน
5. มีเครือข่ายภายนอกที่เข้มแข็ง เช่น พัฒนาชุมชนจังหวัด ศูนย์สุขภาพชุมชน องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น
6. ชุมชนมีความขยัน ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

5.1.3 การหาแนวทางการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 1) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลางโดยสามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพเหมือนเดิม ซึ่งสมาชิกมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอจึงได้รวมกลุ่มการผลิตเพิ่มและขยายศักยภาพการผลิต 2) ด้านกระบวนการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ไม่มีความสลับซับซ้อนเป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ 3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ 4) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายเฉพาะในชุมชน และจำหน่ายที่บ้านช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึงและไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

5.1.4 การพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 1) ด้านศักยภาพการผลิต ศักยภาพของการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากขึ้น 2) ด้านกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชนและเครือข่าย 3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาและมีบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า 4) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายที่บ้าน ในชุมชน และภายนอกชุมชน และได้เพิ่มช่องทางจำหน่ายทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลของการวิจัย การพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ทีมวิจัยพบประเด็นที่สำคัญและนำมาอภิปรายผล ดังนี้

5.2.1 การวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค เป็นการวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนา รวมทั้งใช้ทฤษฎี 4P ใช้วิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งใช้ STP ในการวิเคราะห์ด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัสดี กำแพงดี, ชมพูนุท ศรีพงษ์ และ ปิยะดา มณีนิล (2559 : หน้า 51-52) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์ แปรรูปน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นของกลุ่มแม่บ้าน อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี วิเคราะห์ SWOT เพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ประเภทต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสมในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นของกลุ่มแม่บ้าน อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี ด้านกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ขยายตลาด โดยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) การเสริมการ

ต่อ ยอดทางความรู้ การบริหารจัดการกลุ่ม และลดต้นทุนการผลิต ด้านกลยุทธ์สร้างการยอมรับในผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าใช้จ่ายได้ง่าย ด้วยการเน้นความเป็นธรรมชาติและกลุ่มแม่บ้านทหาร เป็นจุดขาย กลยุทธ์ทางด้านราคา และกำหนดราคาเพื่อการแข่งขัน มีการตั้งราคาสินค้ามีบทบาทสำคัญสำหรับการอยู่รอดของกลุ่มแม่บ้านหากการวางแผนส่วนประสมทางการตลาดมีการวางแผนผลิตภัณฑ์ที่ดี มีการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ครอบคลุม และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิตติพร วรฤทธิ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม 5 ดาว ในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อยกระดับสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคในด้านราคา ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ OTOP ผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมจะมีราคาแพง มีจำหน่ายในการจัดนิทรรศการงานต่าง ๆ ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาต้องพัฒนารูปแบบให้มีความสวยงามและทันสมัยสื่อถึงความเป็นมาของท้องถิ่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม กลยุทธ์ในการพัฒนาสามารถใช้หลัก 4 PS มาเป็นแนวทางในการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดปัจจุบัน

5.2.2 สำหรับการหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา การหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT และ 4P และวิพากษ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยวิเคราะห์วัตถุดิบในชุมชน มีการทำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาพร พรหมมะเริง (2561 : 254) ได้ศึกษา แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนแนวทางการพัฒนาระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนแนวทางการพัฒนาระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง อยู่ในระดับกลุ่ม C ในปีพ.ศ. 2555-2556 ดังนี้ 1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใดๆ ซึ่งสมาชิกได้ร่วมประชุมการดำเนินงานรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น 2) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลาง สามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียงเดิม ซึ่งสมาชิกมีกำลังการผลิตยังไม่เพียงพอต่อปริมาณที่ต้องการในตลาด สมาชิกจึงร่วมระดมกลุ่มเพิ่มและขยายศักยภาพการผลิตให้มากขึ้น 3) ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ซึ่งในการผลิตภายในกลุ่มยังไม่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และยังคงใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านแบบดั้งเดิมอยู่ 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย และรูปแบบไม่ตรงกับความต้องการของตลาด

ซึ่งผลิตภัณฑ์ยังเป็นแบบใส่ถุงพลาสติกใส ผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลาย ทำให้ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด 5) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำ หน่ายเฉพาะในตลาด/ร้านค้าที่อยู่ในภูมิภาค ร้านของฝาก/ของที่ระลึกของจังหวัดหรือร้านค้าที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ห้างในจังหวัดหรือมีสถานที่ฝากขายถาวร หรือมีผู้มารับต่อเนื่องเพื่อไปจำหน่ายต่อหรือนำไปบรรจุใหม่ ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึงและยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก และกรณีการ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย (2560 : หน้า 8) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาและการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอื่น อาทิ ใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น สินค้าต้องมีอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น และนางลักษณ จีจุ, ทิพย์วรรณ ศิบุญนันท์, ประพัศพร บัวเฟื่อน, ชญานันท์ ศิริกิจเสถียร, วีรวรรณ แจ่มไม้ และชูเกียรติ เนื้อไม้ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม พบว่า มีการพัฒนาเกี่ยวกับการบริหารในเรื่องของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สะดวก สามารถถือพกพาได้ง่าย การวางแผนทางการเงินในการคำนวณหาต้นทุนผลิตภัณฑ์และการวางแผนกำไรที่เหมาะสม ตลอดจนการพัฒนาการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เว็บไซต์ <https://www.facebook.com/เปลญวน> เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการเข้าถึงกลุ่ม ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และจากการงานวิจัยของอมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์ (ออนไลน์. 2557) ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางหัวเสือ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ซาไบขลุ่ ลูกประคบสมุนไพร สบู่มะเฟือง และน้ำอัญชันพร้อมดื่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำมันหม่องนวดสมุนไพร และกลุ่มผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

5.2.3 สำหรับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งในด้านบรรจุภัณฑ์และการตลาด ได้มีการส่งเสริมและพัฒนาด้วยการอบรมปฏิบัติการ ซึ่งสอดคล้องกับ สุภาพร พรหมมะเรียง (2561) ได้ศึกษาแนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ทางกลุ่มได้เพิ่มและขยายนวัตกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยสะดวกในการดำเนินงานให้มากขึ้น ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มได้มีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ และ ชไมพร รัตนเจริญชัย, กรวิกา ไชยวงศ์, ณิชาพันธ์ ปิตินิยมโรจน์, วรียา ยอดปิ่นและภาพิมล บัวใจ (2562 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า บรรจุภัณฑ์

อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นเช่น จากเดิมใส่ถุงพลาสติกใส มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มได้เพิ่มหลายช่องทางเช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ร้านค้า ห้างที่มีชื่อต่างๆ ขยายการส่งออกไปยังต่างประเทศและสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้จากทางเว็บไซต์อีกด้วย และ แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ในการพัฒนา ดังต่อไปนี้

1. ควรมีผู้ดูแลระบบการจัดทำสื่อออนไลน์ เพื่อช่วยชุมชนในการประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งช่วย การขายสินค้ามียอดขายเพิ่มมากขึ้น
2. ควรมีการส่งเสริมการทำเป็นวิสาหกิจชุมชนเพราะผลิตภัณฑ์ในชุมชนมีหลายชนิดถ้าสามารถส่งเสริมต่อยอดได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่มาตรฐานสากลเพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืน เพื่อให้เกิดความทันสมัยและตรงกับกลุ่มลูกค้า
2. ควรมีการวิจัยต่อยอดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยและต้นทุนราคาถูกและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 4) เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ผู้เข้าร่วมการวิจัยประกอบด้วย 1) กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย นักโภชนาการ นักออกแบบผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านเทศบาลตำบลตลาดแค 4) ผู้นำชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) โดยวิเคราะห์ข้อความจากเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การประเมินกิจกรรม การสังเกตและการประชุมเชิงปฏิบัติการ และนำเสนอรายงานในรูปแบบความเรียงเชิงพรรณนาวิเคราะห์

กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักโภชนาการ จากอนามัยเทศบาลตำบลตลาดแคและมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา นักออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา กลุ่มแม่บ้านเทศบาลตำบลตลาดแค และผู้นำชุมชน

ผลการวิจัย

การหาแนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 1) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลางโดยสามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพเหมือนเดิม ซึ่ง

สมาชิกมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอจึงได้รวมกลุ่มการผลิตเพิ่มและขยายศักยภาพการผลิต2) ด้านกระบวนการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ไม่มีความสลับซับซ้อนเป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ 3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ 4) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายเฉพาะในชุมชน และจำหน่ายที่บ้านช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึงและไม่เป็นที่รู้จักมากนัก การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 1) ด้านศักยภาพการผลิต ศักยภาพของการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากขึ้น 2) ด้านกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชนและเครือข่าย 3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาและมีบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า 4) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายที่บ้าน ในชุมชน และภายนอกชุมชน และได้เพิ่มช่องทางจำหน่ายทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์

การหาแนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 1) ด้านศักยภาพการผลิต เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการผลิตปานกลางโดยสามารถผลิตซ้ำในปริมาณและคุณภาพเหมือนเดิม ซึ่งสมาชิกมีกำลังการผลิตไม่เพียงพอจึงได้รวมกลุ่มการผลิตเพิ่มและขยายศักยภาพการผลิต2) ด้านกระบวนการผลิต เป็นกระบวนการผลิตที่ไม่มีความสลับซับซ้อนเป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ 3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ 4) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายเฉพาะในชุมชน และจำหน่ายที่บ้านช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ทั่วถึงและไม่เป็นที่รู้จักมากนัก การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 1) ด้านศักยภาพการผลิต ศักยภาพของการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากขึ้น 2) ด้านกระบวนการผลิต เป็นการผลิตที่ยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมอยู่ วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชนและเครือข่าย 3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาและมีบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า 4) ด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายที่บ้าน ในชุมชน และภายนอกชุมชน และได้เพิ่มช่องทางจำหน่ายทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์

บรรณานุกรม

- กรณีการ์ สายเทพและพิชญา เพิ่มไทย. (กรกฎาคม – ธันวาคม 2560) “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะเข่ จังหวัดลำปาง Guideline for The Community Product Development for Export of Artificial Flowers Community Business Group at Mae Tha Sub-District, Mae Tha District, Lampang Province,” วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่. 10 (2).
- กฤษณะ ดาราเรือง. (2560). “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์”. วารสารสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. 31 (100) : 130-143
- GlobalLinker. (2562). การวิเคราะห์ SWOT เพื่อวางกลยุทธ์จำเป็นต่อทุกบริษัทอย่างไร. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://businesslinx.globallinker.com/bizforum/article/> [30 มีนาคม 2563].
- คณะกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก. (2559). การส่งเสริมการพัฒนาระบบ เศรษฐกิจฐานราก . กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเพชรบุรี (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชไมพร รัตนเจริญชัย, กรวิกา ไชยวงศ์, ณิชนันท์ ปิตินิยมโรจน์, วรียา ยอดปิ่นและ ภาพิมล บัวใจ. (มกราคม - มิถุนายน 2562) การยกระดับผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรสู่สินค้า OTOP วารสารวิชาการรับใช้สังคม มทร.ล้านนา. 3 (1)
- ดวงพร ภู่มะกา และคณะ. (มกราคม-มีนาคม 2559). “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์สู่การเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้มาตรฐาน : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา”. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 8(1) : 118-145.
- จิตติพร วรฤทธิ์ และคณะ. (2561). ได้ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม 5 ดาว ในจังหวัดบุรีรัมย์. สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

นงลักษณ์ จีวู, ทิพย์วรรณ ศิบุญนันท์, ประพัศพร บัวเฟื่อน, ชญานันท์ ศิริกิจเสถียร, วีรวรรณ แจ้งไม้, และชูเกียรติ เนื้อไม้. (ม.ป.ป.). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอ ทอป (OTOP) และการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม Product Design Development to Increase the Value of OTOP Products and Small Community Enterprise Management. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร.

บุญเกียรติ ไทรชมพู. (2557). “ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า (เกาะพะนอม) 6 ตำบลเพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน”. วารสาร วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 1-10.

บุญทวรรณ วิงวอน อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก และอัจฉรา เมฆสุวรรณ. (มกราคม - มิถุนายน 2557) แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่า กิจกรรมวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง Approach in Creating Local Wisdom with Creative Product Innovation of Small Enterprises in Hang Chat District, Lampang Province. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 9(1)

ไไทยวินเทอร์. (2562). STP คืออะไร? วิธีวิเคราะห์+ประโยชน์+ตัวอย่าง [STP Marketing].

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://thaiwinner.com/stp-analysis/> [30 มีนาคม 2563].

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2562). กลยุทธ์การตลาดแบบ 4P แบบไหน? ที่เข้ากับโลกออนไลน์ .

[ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://ciba.dpu.ac.th/> 30 มีนาคม 2562.

ศราวุธ พจนศิลป์. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้ นโยบายประเทศไทย 4.0 ของจังหวัดเพชรบุรี. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ราชภัฏจันทรเกษม. 14(2) : 41-55.

สัสดี กำแพงดี, ชมพูนุท ศรีพงษ์ และปิยะดา มณีนิล. (2559). การพัฒนาความสามารถในการ แข่งขันผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำมัน มะพร้าวสกัดเย็นของกลุ่มแม่บ้าน อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี Developing the Competitiveness of the Cold Pressed Coconut Oil Products of the Housewives in Nong Chik District, Pattani Province. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

สุชาดา ธโนภานุวัฒน์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2560). “การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ขนมไทยของชุมชนตรอกข้าวเม่า เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร”. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี**. 11(2) : 19-30.

สุภาพร พรหมมะเริง. (มกราคม-ธันวาคม 2561). “แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน”. **วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. 21(21) : 248-258.

แบบสัมภาษณ์ (ข้อมูลบริบท)

เรื่อง การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

ขอความกรุณาท่านให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงและสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา (4) เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยใช้ประโยชน์ในงานวิจัย รูปแบบการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริบทชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง
จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ให้ข้อมูล

1. ชื่อหมู่บ้าน
2. อายุ ปี เพศ.....วุฒิการศึกษา.....
3. ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ หมู่ที่ ชื่อบ้าน.....
ถนน ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัดนครราชสีมา
4. โทรศัพท์บ้าน/มือถือ.....
5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว คน
6. จำนวนผู้ประกอบอาชีพในครอบครัว คน

7. อาชีพ

- ☐ อาชีพหลัก
- ☐ อาชีพรอง
- ☐ อาชีพเสริม

8. ท่านเป็นผู้นำในชุมชนหรือไม่ (อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน)

- ☐ ไม่เป็น
- ☐ เป็น (ระบุตำแหน่ง).....

9. เคยเป็นวิทยากรด้านใดบ้าง

10. ท่านเป็นสมาชิกกลุ่มใดบ้าง.....

11. ท่านเคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์เรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ การทำสบู่จากพืชสมุนไพร | ☐ การทำยาต้มจากพืชสมุนไพร |
| ☐ การทำยาหม่องจากพืชสมุนไพร | ☐ การสานตะกร้า |
| ☐ การทำขนมไทย | ☐ การทำอาหารพื้นบ้าน |
| ☐ น้ำพริกปลาย่าง | ☐ ไข่เค็ม |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

12. ท่านได้รับความรู้เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์จากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ เจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น | ☐ เจ้าหน้าที่กรมพัฒนาชุมชน |
| ☐ เจ้าหน้าที่ของกรมวิชาการเกษตร | ☐ ผู้นำชุมชน |
| ☐ พัฒนาการตำบล | ☐ นักวิชาการ/นักวิจัย จากมหาวิทยาลัย |
| ☐ ญาติพี่น้อง/เพื่อนบ้าน | ☐ สื่อวิทยุ/โทรทัศน์/หนังสือ/วารสาร |
| ☐ เจ้าหน้าที่จากองค์กรเอกชน หรือองค์กรอิสระต่างๆ | |
| ☐ การทัศนศึกษาดูงาน | |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

13. บุคลากรของรัฐและเอกชน มีการออกเยี่ยมเยียนแนะนำให้คำปรึกษาความรู้เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือไม่

- ☐ ไม่มี
- ☐ มี ปีละครั้ง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางสังคมชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน

1. ทุนทางสังคม

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของสังคมในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง
จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.2 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง
จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.3 ความสัมพันธ์ของคนกันภายในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง
จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.4 อาชีพที่เป็นรายได้หลัก/รายได้รอง/รายได้เสริม ของคนในชุมชนเทศบาลตำบล
ตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.5 มีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง
จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

2. ทุนความรู้ ประเพณีและวัฒนธรรมของคนในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา แบ่งได้ดังนี้

2.1 ปราชญ์ในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง
จังหวัดนครราชสีมา มีปราชญ์ในด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

2.2 วัฒนธรรมและประเพณีและวันสำคัญต่าง ๆ ทั้ง 12 เดือน ในอดีตจนถึงปัจจุบันชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา ผลลัพธ์ต่าง ๆ ต่อไปนี้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร

1) ผลิตภัณฑ์ด้านอาหารคาวที่ใช้ในวัฒนธรรมและประเพณีและวันสำคัญต่าง ๆ

.....

.....

.....

2) ผลิตภัณฑ์ด้านขนมที่ใช้ในวัฒนธรรมและประเพณีและวันสำคัญต่าง ๆ

.....

.....

.....

3) ผลิตภัณฑ์ด้านของใช้ในกิจกรรมในวัฒนธรรมและประเพณีและวันสำคัญต่าง ๆ (เช่น เสื้อผ้า ไม้กวาด)

.....

.....

.....

3. ทุนทางเศรษฐกิจของชุมชนเทศบาลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

3.1 รายได้ประจำของคนในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง
จังหวัดนครราชสีมา เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3.2 รายได้จากอาชีพหลัก อาชีพรองและอาชีพเสริม ในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3.3 ต้นทุนธรรมชาติในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร (ประเภทของวัตถุดิบที่มีในชุมชน เช่น ต้นตาล ต้นมะพร้าว ไม้ ปลา เกลือ กก)

.....

.....

.....

3.4 ท่านได้รับทุนสนับสนุนการทำกิจกรรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ไตบ้าง

.....

.....

4. ทุนทางสังคมในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

4.1 หากท่านนึกถึงตลาดแคท่านนึกถึงสิ่งใดในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

.....

.....

.....

.....

5. ทุนประสบการณ์/ทุนทางความรู้ในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

5.1 ความรู้/ความสามารถ/ประสบการณ์ ของคนในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

5.2 ความเชี่ยวชาญของคนในชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง
จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่...../...../.....เวลา.....

ผู้ให้ข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ (ประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน)

เรื่อง การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก
เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

ขอความกรุณาท่านให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงและสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอ นोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา (4) เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยใช้ประโยชน์ในงานวิจัย รูปแบบการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 1 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค
อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

ประเภท/ชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. วัตถุดิบ ที่นำมาใช้ในการผลิตได้มาจากแหล่งใดและมีข้อจำกัดของวัตถุดิบ

.....

2. ท่านมีขั้นตอน/กระบวนการผลิตอย่างไร

.....

3. ผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่เป็นที่รู้จักในท้องตลาด

.....

.....

4. การพัฒนาความรู้ของชุมชนด้านผลิตภัณฑ์

.....

5. ท่านมีข้อเสนอแนะในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง

.....

6. มีหน่วยงานที่เข้ามาแนะนำให้ความรู้ เรื่องผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ

☐ ไม่มี

☐ มี (ระบุชื่อหน่วยงาน).....

7. ข้อจำกัดด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ท่านพบ/แหล่งวัตถุดิบ

.....

8. ความต้องการของท่านในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์ บุคลากร

.....

9. หากท่านต้องการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ท่านต้องการความช่วยเหลือด้านใดบ้าง

.....

10. ความสำคัญของการสร้างเครือข่ายการผลิตผลิตภัณฑ์และแหล่งวัตถุดิบ

.....

11. ภูมิปัญญาท้องถิ่น

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่...../...../.....เวลา

ผู้ให้ข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ (การตลาด)

เรื่อง การพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

ขอความกรุณาท่านให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงและสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน และชนิดผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา (4) เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ โดยใช้ประโยชน์ในงานวิจัย รูปแบบการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 1 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับช่องทางการตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชนเทศบาล
ตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัด
นครราชสีมา

ประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชน.....

1. ผลิตภัณฑ์จำหน่ายใดบ้างที่นำมาจำหน่ายในตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร

.....

.....

.....

2. การพัฒนาความรู้ของบุคลากรด้านการตลาด

.....

.....

.....

3. ท่านมีข้อเสนอแนะในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

4. มีหน่วยงานที่เข้ามาแนะนำให้ความรู้ เรื่องช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ

☐ ไม่มี

☐ มี (ระบุชื่อหน่วยงาน).....

5. ปัญหาการตลาดหรือการจัดจำหน่ายที่ท่านพบ

.....

.....

.....

6. ความสำคัญของการสร้างเครือข่ายในด้านการตลาด

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่...../...../..... เวลา

ผู้ให้ข้อมูล

ภาคผนวก

ภาคผนวก ข ภาพประกอบกิจกรรม

ภาคผนวก ค ทีมวิจัย

ภาคผนวก ง ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ภาคผนวก ก เครื่องมือ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางสาวสายฝน อินทร์ฉ่ำ
วัน/เดือน/ปี	5 สิงหาคม 2518 อายุ 44 ปี
การศึกษา	จบประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านวังตาอินทร์ จังหวัดลพบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 101 หมู่ 12 ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสไม่จดทะเบียน มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถทางด้านหัตถกรรม การทำทองม้วนสด ทองม้วนพับกรอบ
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	สามารถนำไปเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ แก่เด็กและเยาวชนโรงเรียน อนุบาลตลาดแค

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางสมพร ชาญสูงเนิน
วัน/เดือน/ปี	21 มีนาคม 2507 อายุ 55 ปี
การศึกษา	จบมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนโนนสูงศรีธานี จังหวัดนครราชสีมา
ที่อยู่ปัจจุบัน	102/1 หมู่ 12 ตำบลธารประสาท อำเภอนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสไม่จดทะเบียน มีบุตร 1 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านหัตถกรรม การเย็บผ้า การเย็บผ้าเช็ดมือจากเศษผ้าเหลือใช้
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	สามารถเย็บผ้าเช็ดมือจากเศษผ้าเหลือใช้ส่ง บริษัท NE

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางล่อม ศรีอภัย
วัน/เดือน/ปี	7 กันยายน 2503 อายุ 59 ปี
การศึกษา	จบประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค จังหวัดนครราชสีมา
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 111/1 หมู่ 12 ตำบลธารประสาธ อำเภอนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายจวน ศรีอภัย มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านหัตถกรรม ทำกระเป๋ ถักตะกร้าจากเชือก
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	มีความสามารถทางด้านการทำกระเป๋ ถักตะกร้าจากเชือก

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนินสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายภษิตติ ภาษากลาง
วัน/เดือน/ปี	3 มกราคม 2546 อายุ 16 ปี
การศึกษา	กำลังศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 5 สถานศึกษาโรงเรียนธารประสาธเพชรวิทยา
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 42 หมู่ 4 ตำบลธารประสาธ อำเภอนินสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	-
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	ความสามารถด้านศิลปะ แกะสลักไม้จากสีน้ำมัน
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	การแข่งขันวาดภาพจินตนาการวิทยาศาสตร์เสริมสร้างด้วยเทคโนโลยี สู่วิถีนวัตกรรม รางวัลชนะเลิศ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายพันเด็จ จงเด่นกลาง
วัน/เดือน/ปี	9 มิถุนายน 2504 อายุ 58 ปี
การศึกษา	จบประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 67 หมู่ 4 ตำบลธารประสาท อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางซูล จงเด่นกลาง มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถเรียกขวัญนาคน เป็นพิธีพราหมณ์
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เคยได้รับรางวัลพ่อดีเด่นโรงเรียนเมืองคงวิทยา

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางระเปียบ เขียนรงค์
วัน/เดือน/ปี	25 เมษายน 2503 อายุ 59 ปี
การศึกษา	จบประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 58 หมู่ 4 ตำบลธารประสาท อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายสำรวย เขียนรงค์ มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถทำขนมจีน จากแป้งหมัก แป้งแผ่นยาง
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	สามารถแนะนำนักเรียนให้ทำเส้นขนมจีน วิธีการตีแป้งได้ เช่น ทำโครงการมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายวารินทร์ เชิญกลาง
วัน/เดือน/ปี	6 สิงหาคม 2484 อายุ 78 ปี
การศึกษา	จบมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวชิระวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 17 หมู่ 4 ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางสมบุรณ์ เชิญกลาง มีบุตร 4 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านมรดกทายก พิธีทางศาสนา
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	พ่อดีเด่นของเทศบาลตลาดแค เป็นที่ยอมรับของสังคม

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางกอบแก้ว ศิริปรุ
วัน/เดือน/ปี	2 กรกฎาคม 2491 อายุ 70 ปี
การศึกษา	จบประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 35/1 หมู่ 4 ตำบลธารประสาท อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายบุญยงค์ ปลั่งกลาง มีบุตร 4 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	ความสามารถด้านการทำขนมตาล ขนมห่อ ขนมเทียน
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เป็นวิทยากรสอนทำขนม ไปขายที่เซ็นทรัล เทอมินอล ออกบูทเป็นประจำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จ.นครราชสีมา



ชื่อ	นางนันทนา ภาษากลาง
วัน/เดือน/ปี	14 พฤษภาคม 2512 อายุ 50 ปี
การศึกษา	จบปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 42 หมู่ 4 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัด นครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายจิตกร ภาษากลาง มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านนวดแพทย์แผนไทย ทำลูกประคบ น้ำมันเหลือง มีนวัตกรรมบำบัด เช่น กะล่านวดเท้า ไม้ตาลคลายเส้น นวดเท้า ลูกรอกนวดเท้า
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	อสม. ดีเด่นสาขาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มจิตอาสาแพทย์แผนไทย

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางวรรณ นานอก
วัน/เดือน/ปี	6 สิงหาคม 2510 อายุ 52 ปี
การศึกษา	จบปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 72 หมู่ 4 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายสมหมาย นานอก มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้าน การเกษตร สามารถถ่ายทอดความรู้เรื่องการทำนาได้ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เป็นผู้นำทางด้านการประกอบอาชีพการเกษตร และเป็นตัวแทนชาวบ้าน ด้านอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางหวาน เกยโนนสูง
วัน/เดือน/ปี	9 กันยายน 2503 อายุ 59 ปี
การศึกษา	จบปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 60/1 หมู่ 4 ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับ รตอ. ชูชาติ เกยโนนสูง มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านการเกษตร เกี่ยวกับด้านดิน
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	สามารถนำดินไปวิเคราะห์ มาบอกต่อให้ชาวบ้าน เป็นวิทยากรแก่ชุมชน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายประจวบ ทักกลาง
วัน/เดือน/ปี	1 กันยายน 2498 อายุ 64 ปี
การศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 61 หมู่ 4 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางรำพึง ทักกลาง มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านการเกษตร
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายทวี เคยทร
วัน/เดือน/ปี	20 พฤษภาคม 2495 อายุ 67 ปี
ประวัติการศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดบ้านธารประสาท มัธยมศึกษาปีที่ 6 กศน. ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 189 หมู่ 2 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางแป๊ะ เคยทร
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถด้านพิธีกรรมทางศาสนาและประเพณีวัฒนธรรม พื้นบ้าน มักทายกในงานพิธีการต่างๆ เช่น งานพิธีมงคล และงานพิธี อวมงคล
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	ได้รับงานพิธีการต่างๆ ทั้งภายในชุมชนและนอกชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางเรไร ฤาชา
วัน/เดือน/ปี	25 มิถุนายน 2508 อายุ 54 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค มัธยมศึกษาปีที่ 6 กศน. ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง
อาชีพ	เกษตรกรกรรมและค้าขาย
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 211 หมู่ 2 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายสะท้าน ฤาชา มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถการทำขนมไทยพื้นบ้าน ดอกไม้ประดิษฐ์ และ หัตถประดิษฐ์ของอื่นๆ
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	ขนมทำแล้วอร่อย ขายได้สมำเสมอ และเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป หัตถประดิษฐ์ รูปแบบสวยงาม สามารถถ่ายทอดความรู้แก่บุคคลทั่วไป

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางสมิต หอมขจร
วัน/เดือน/ปี	5 กุมภาพันธ์ 2512 อายุ 46 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 คน. ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 19/2 หมู่ 2 ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
อาชีพ	เกษตรกรกรรม และค้าขาย
สถานภาพครอบครัว	สมรสไม่จดทะเบียนกับนายจิม ศิริทรัพย์ มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถด้านการทำขนมไทยพื้นบ้าน และหัตถประดิษฐ์
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	ขนมอร่อย ขายได้สม่ำเสมอ ส่งขายตามร้านค้า และเป็นที่ยอมรับของ บุคคลทั่วไป

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางพูนศิลป์ ม้วนดี
วัน/เดือน/ปี	25 ธันวาคม 2508 อายุ 54 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 6
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 139 หมู่ 2 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
อาชีพ	เกษตรกรกรรมและค้าขาย
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายสมจิตร ม้วนดี มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถการทำขนมไทยพื้นบ้านและอาหาร
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	ขนมอร่อย ขายได้อย่างสม่ำเสมอ ส่งขายตามร้านค้าและเป็นที่ยอมรับของ คนในชุมชน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางสังวาลย์ สันติอาภรณ์
วัน/เดือน/ปี	20 กุมภาพันธ์ 2491 อายุ 71 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 3/2 หมู่ 2 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
อาชีพ	เกษตรกร
สถานภาพครอบครัว	
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถปั้นก้อนเชื้อเห็ดนางฟ้าและผลิตสูตรเพาะเห็ดนางฟ้า
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เห็ดนางฟ้าที่ออกมีความสม่ำเสมอทั้งสีหรือออกดอกเห็ดมีขนาดใกล้เคียงกันเห็ดมีความอร่อย และได้รับการยอมรับจากชุมชน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางลัดดา ดวงกลาง
วัน/เดือน/ปี	28 มิถุนายน 2496 อายุ 66 ปี
การศึกษา	จบประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 57 หมู่ 2 ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
อาชีพ	เกษตรกร
สถานภาพครอบครัว	หม้าย มีบุตร 1 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถด้านการทำพานบายศรีสู่ขวัญ
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	มีความสวยงาม ประณีต เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนและภายนอก ชุมชน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางเชิญ เลาะสูงเนิน
วัน/เดือน/ปี	29 ธันวาคม 2500 อายุ 62 ปี
การศึกษา	จบประถมศึกษาปีที่ 4
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 230 หมู่ 2 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
อาชีพ	ค้าขาย
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายหมอ เลาะสูงเนิน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถด้านโภชนาการและอาหาร
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	อาหาร อร่อย สะอาด ถูกสุขลักษณะตามโภชนาการ เป็นที่ยอมรับของ ชุมชนและบุคคลทั่วไป รับทำอาหารในพิธีการต่างๆ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางลัมประสงค์ ด้านกลาง
วัน/เดือน/ปี	28 กุมภาพันธ์ 2503 อายุ 59 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 216 หมู่ 2 ตำบลธารประสาธ อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
อาชีพ	ค้าขาย
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายอุดร ด้านกลาง มีบุตร 2 คน เสียชีวิต 1 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความรู้ความสามารถด้านโภชนาการและอาหาร
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	อาหาร อร่อย สะอาด ถูกสุขลักษณะตามโภชนาการ เป็นที่ยอมรับของ ชุมชนและบุคคลทั่วไป รับทำอาหารในพิธีการต่างๆ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายหาญ ชมกลาง
วัน/เดือน/ปี	20 กรกฎาคม 2492 อายุ 70 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดบ้านปราสาท
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 55 หมู่ 4 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางทองย้อย ชมกลาง มีบุตร 4 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านความเชื่อ พิธีกรรมในการเป่า หมากัด เป็นตาแดง แผลเน่า แผลเปื่อย งามสัตว์
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เป็นผู้นำทางด้านการเป่า คนในชุมชน ที่ถูกหมากัด พอเป่าแล้วจะมีอาการ เย็น หายปวด ทางอนามัยเชิญไปอบรมแลกเปลี่ยนความรู้

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางน้อม สุขเสนี
วัน/เดือน/ปี	พ.ศ. 2496 อายุ 66 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 105/1 หมู่ 1 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	มีบุตร 4 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านการทำอาหาร

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางสุวรรณ ในทองกลาง
วัน/เดือน/ปี	พศ. 2499 อายุ 63 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 57 หมู่ 1 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายไสว ในทองกลาง มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถทำอาหารคาว

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายประจวบ หนองกลาง
วัน/เดือน/ปี	19 กันยายน 2502 อายุ 60 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 84/1 หมู่ 1 ตำบลธารประสาท อำเภอนนทบุรี จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางบำเพ็ญ หนองกลาง มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านปูนปั้น
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	สามารถทำกระถางต้นไม้ในรูปแบบต่างๆ ได้

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายจรัญ นาคี
วัน/เดือน/ปี	18 สิงหาคม 2516 อายุ 46 ปี
การศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนพิมายวิทยาคม
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 295 หมู่ 1 ตำบลธารประสาธ อำเภอนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางลักคณา นาคี มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถในด้านปูนปั้น
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เป็นผู้นำด้านการประกอบอาชีพ ทำโต๊ะชุด ทำกระถางต้นไม้ต่างๆ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ

นางประจวบ พันธุ์จบสิงห์

วัน/เดือน/ปี

พศ. 2500 อายุ 62 ปี

การศึกษา

ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค

ที่อยู่ปัจจุบัน

18/2 หมู่ 1 ตำบลธารประสาธ อำเภอนोनสูง
จังหวัดนครราชสีมา 30420

สถานภาพครอบครัว

สมรสกับนายราเชนทร์ พันธุ์จบสิงห์ มีบุตร 3 คน

ภูมิรู้/ภูมิปัญญา

มีความสามารถทำอาหารคาว

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางสังวาล เพ็ชรแท้
วัน/เดือน/ปี	25 พฤษภาคม 2511 อายุ 51 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดโพธิ์สพเจริญผล
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 275 หมู่ 1 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายเสนอ เพ็ชรแท้ มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถทำอาหารคาว

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายสัมฤทธิ์ นาดิ
วัน/เดือน/ปี	พศ. 2484 อายุ 78 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนโนนสูง
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 12/2 หมู่ 1 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางมาลี ช่อกลาง มีบุตร 4 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถในด้านปูนปั้น
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เป็นผู้นำทางด้านการประกอบอาชีพ ทำโต๊ะชุด ทำกระถางต้นไม้ใน รูปแบบต่างๆ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

บ้านตลาดแคตะวันออก หมู่ 15 ตำบลเทศบาลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางบุญธรรม รัตนจรรยา
วัน/เดือน/ปี	พศ. 2493 อายุ 69 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนชุมชนบ้านตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 48 หมู่ 15 ตลาดแคตะวันออก อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายสุบิน รัตนจรรยา มีบุตร 2 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถในด้านทำบายศรีใบตองสดจากต้นกล้วยตานี นวดเส้น คลายเส้น ฟั่นบ้าน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

บ้านตลาดแคตะวันออก หมู่ 15 ตำบลเทศบาลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางบุปผา พุดซา
วัน/เดือน/ปี	16 ตุลาคม 2506 อายุ 55 ปี
การศึกษา	ป.7 โรงเรียนชุมชนตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 33 หมู่ 15 บ้านตลาดแค
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายกิตติ ชตจ่อหอ
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถทางด้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ นวดแก้อาการ นวดฝ่าเท้า นวดประคบ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

บ้านตลาดแคตะวันออก หมู่ 15 ตำบลเทศบาลตลาดแค อำเภอนोनสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางสุทิน ผิวทอง
วัน/เดือน/ปี	27 กันยายน 2499 อายุ 63 ปี
การศึกษา	ม.6 (กศน.) โรงเรียนชุมชนบ้านตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 33 หมู่ 15 บ้านตลาดแคตะวันออก
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายน้อย ผิวทอง มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านทำขนมพื้นบ้าน ขนมห่อ ขนมใส่ไส้ ขนมตาล ตาลเม็ด ตาลแป้ง ขนมนมสาว ขนมนางเล็ด ขนมรังแตน

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

บ้านตลาดแคตะวันออก หมู่ 15 ตำบลเทศบาลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นายตุม โตโคกสูง
วัน/เดือน/ปี	พศ. 2488 อายุ 74 ปี
การศึกษา	ป.4 โรงเรียนวัดบ้านใหม่เกษม
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 71 หมู่ 15 บ้านตลาดแคตะวันออก
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนางลำดวน โตโคกสูง มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านผูกไม้กวาดทางมะพร้าว

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางวิมลศรี คงแสน
วัน/เดือน/ปี	20 กันยายน 2490 อายุ 72 ปี
การศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 238 หมู่ 1 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายแสวง คงแสน มีบุตร 1 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	สอนนักเรียนศึกษาเอก มีความสามารถวิทยากรบรรยายธรรมะและ ความสุข 5 มิติ แก่โรงเรียนผู้สูงอายุ (เป็นเวลา 5 ปี)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ปราชญ์ชาวบ้าน

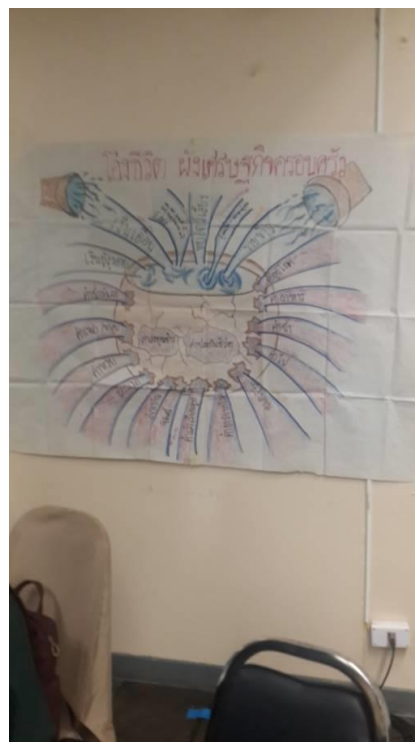
ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ชื่อ	นางละเอียด ชูสูงเนิน
วัน/เดือน/ปี	19 กันยายน 2503 อายุ 59 ปี
การศึกษา	ประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนอนุบาลตลาดแค
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ - หมู่ 11 ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420
สถานภาพครอบครัว	สมรสกับนายบรรจง ชูสูงเนิน มีบุตร 3 คน
ภูมิรู้/ภูมิปัญญา	มีความสามารถด้านโภชนาการและอาหาร
ผลงานที่ได้รับการยกย่อง	เป็นแม่ครัวประจำท้องถิ่น

ภาพอบรมการสร้างเครื่องมือวิจัย

ที่มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



การวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง บริบทชุมชน



ประชุมทีมวิจัย วางแผนการทำงาน



การพัฒนาเครื่องมือกับทีมวิจัย



งานวิจัย...	ผู้เขียน...	ผู้เขียน...	ผู้เขียน...	ผู้เขียน...
1. งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...
2. งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...
3. งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...	งานวิจัย...



การปฏิบัติการอบรมเชิงปฏิบัติการและการวิพากษ์โลโก้ผลิตภัณฑ์



ปฏิบัติการหาแนวทางการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์



การพัฒนาโจทย์วิจัย



ประชุมเตรียมการระยะปฏิบัติการ



ประชุมและวิพากษ์คัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์





ประชุมทำความเข้าใจที่มวิจัย



ลงพื้นที่สัมภาษณ์เก็บข้อมูล (หมู่ 2)



ลงพื้นที่สัมภาษณ์เก็บข้อมูล (หมู่ 4)



ลงพื้นที่สัมภาษณ์เก็บข้อมูล (หมู่ 11)



ลงพื้นที่สัมภาษณ์เก็บข้อมูล (หมู่ 12)



ลงพื้นที่สัมภาษณ์เก็บข้อมูล (หมู่ 15)



ลงพื้นที่สัมภาษณ์เก็บข้อมูล (หมู่ 1)



การออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาด



ผู้ประสานงาน ศูนย์ประสานวิจัยเพื่อท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดร.ภาสกร บัวศรี โทร. ๐๘๐-๔๒๐๓๓๓๔

นางศศิธร หวังคำกลาง โทร. ๐๘๑-๕๙๓๙๓๐๑

เอกสารแนบ 1

รายนามวิทยากรมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปรับเปลี่ยนใหม่

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ที่อยู่	หมายเลขบัตรประชาชน	หมายเหตุ
1	นางศศิธร หวังคำกลาง	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช ภัฏนครราชสีมา ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	3309901149322	หัวหน้า โครงการ
2	ดร.รุจิรา ศรีสุภา	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช ภัฏนครราชสีมา ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	3409900943393	
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันิดา นเรธรรณ์	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	3720100712426	
4.	นางสาวเปรมกมล สถิตเดชกุญชร	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช ภัฏนครราชสีมา ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	3301000787011	

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ที่อยู่	หมายเลขบัตรประชาชน	หมายเหตุ
5	ดร.สุชาวดี โหมกลาง	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช ภัฏนครราชสีมา ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	3309901452858	
6	นายอารยะ มนูญศักดิ์	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช ภัฏนครราชสีมา ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	3309900664878	
7.	นางสาวชนิดา พรหมจันทิก	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช ภัฏนครราชสีมา ถนนสุรนารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000	3309901452858	

รายนามนักวิจัยชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ปรับเปลี่ยนใหม่

ลำดับ ที่	ชื่อ-สกุล	ที่อยู่	หมายเลขบัตร ประชาชน	หมายเหตุ
1	นางวรรณนา นานอก	บ้านเลขที่ 72 หมู่ 4 ตำบลธาร ประสาธ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000919457	สท.
2	นางกุลศิริ เปรมกลาง	7 ม.4 ต.ธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000745254	รอง ปลัดเทศบาล ตลาดแค
3	นางกอบเกื้อ ศิริปรุ	บ้านเลขที่ 35/1 หมู่ 4 ตำบลธาร ประสาธ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000746935	แม่บ้าน
4	นางวิมลศรี คงแสน	บ้านเลขที่ 238 หมู่ 1 ตำบลธาร ปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000926160	รอง นายกเทศมนตรี เทศบาลตำบล ตลาดแค
5	นางนันทวล อาสากลาง	บ้านเลขที่ 42 หมู่ 4 ตำบลธาร ประสาธ อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	331000923721	อสม. ม. 4
6	นางสมัด หอมขจร	บ้านเลขที่ 19/2 หมู่ 2 ตำบลธาร ประสาธ อำเภอโนนสูง จังหวัด นครราชสีมา 30420	3310300411954	แม่บ้าน
7	นายประกอบ ค่ายสงคราม	80 ม.12ต.ธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	331000923233	ประธานชุมชน โนนหนามแดง
8	นางฉลอง ศิริทรัพย์	19/2 ม.2 ต.ธารปราสาท อำเภอโนน สูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000725865	สท.

ลำดับ ที่	ชื่อ-สกุล	ที่อยู่	หมายเลขบัตร ประชาชน	หมายเหตุ
9	นางบัวโรม มากนอก	28/2 ม.11 ต.ธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3300200298315	กรรมการชุมชน
10	นางหวาน เกย์โนนสูง	60/1 หมู่ 4 ตำบลธารปราสาท อำเภอ โนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	330100746838	ผู้ใหญ่บ้าน
11	นางวิน ต้นยาง	64 ม. 2 ต.ธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000921711	สท.
12	นางสุทิน ผิวทอง	33 หมู่ 15 ต.ธารปราสาท อำเภอโนน สูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000734309	อสม.
13	นายชัย คงกลาง	99/1 ม.15 ต.ธารปราสาท อำเภอโนน สูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000736824	เกษตรกร
14	นายเกษม สัญญานอมรัช	38 ม.15 ต.ธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000734104	เกษตรกร
15	นายพุดชง วงศ์อิน	116 ม.15 ต.ธารปราสาท อำเภอโนน สูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000731173	อปพร.
16	นางทอง พุดกลาง	65 ม.15 ต.ธารปราสาท อำเภอ โนน สูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000735682	แม่บ้าน
17	นายตุม โตโคกสูง	71 หมู่ 15 ต.ปราสาท อำเภอ โนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30420	3301000731539	เกษตรกร

ทีมวิจัยในพื้นที่ กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค กลุ่มเดิม ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) นางจำลอง เชนโคกสูง | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 2) นางวิน ต้นยาง | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 3) นางวันวิสาข์ อัครลา | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 4) นางหวาน เกยโนนสูง | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 5) นางบัวโรม มากนอก | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 6) นางจำลอง ศิริทรัพย์ | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 7) นายสวน อุตคณที | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 8) นายประกอบ ค่ายสงคราม | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 9) นางสมัด หอมขจร | กลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| 10) นางนิ่มนวล อาสากลาง | เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลตลาดแค |
| 11) นางวิมลศรี คงแสน | ประธานชมรมผู้สูงอายุเทศบาลตำบลตลาดแค |
| เลขบัตรประชาชน 3301000926160 | |
| 12) นายแสวง คงแสน | เลขานุการชมรมผู้สูงอายุเทศบาลตำบลตลาดแค |
| เลขบัตรประชาชน 3301000926151 | |
| 13) นางเรไร ฤาชา | สมาชิกชมรมผู้สูงอายุเทศบาลตำบลตลาดแค |
| เลขบัตรประชาชน 3301000733914 | |
| 14) นางกอบแก้ว ศิริปุ | สมาชิกชมรมผู้สูงอายุเทศบาลตำบลตลาดแค |
| เลขบัตรประชาชน 3301000746935 | |
| 15) นางกุลศิริ เปรมกลาง | รองปลัดเทศบาลตำบลตลาดแค |
| เลขบัตรประชาชน 3301000745254 | |
| 16) นางสาวภรภัทร สงวนสิน | นักพัฒนาชุมชนเทศบาลตำบลตลาดแค |
| เลขบัตรประชาชน 3301000694161 | |

ประวัติคณะผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวศศิธร หวังค้ำกลาง

(ภาษาอังกฤษ) Mrs.Sasithron Wangkumklang

ตำแหน่งปัจจุบัน

ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 340 ถนนสุนทรารายณ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์มือถือ : 081-5939301

e-mail : jeab.w08@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี การศึกษาด้านจิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม ปีการศึกษา 2531

ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีการศึกษา 2542

6. บทความวิชาการ และงานวิจัย

ศศิธร หวังค้ำกลาง. (2562). การพัฒนารูปแบบการซ่อมหนังสือแบบถาวรของนักศึกษา สาขาวิชา

สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบซิปปาโมเดล. ในการ

ประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่11 “ถักทองานวิจัยท้องถิ่น...ก้าวไกลสู่สากล”.

(น.1337-1345). นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. วันที่ 6-7 สิงหาคม 2562.