

Research Article

การพัฒนาโมเดลธุรกิจ Young Smart Farmer สำหรับผู้ประกอบการอัจฉริยะ
บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย

THE BUSINESS MODEL DEVELOPMENT FOR YOUNG SMART FARMERS
TO SMART ENTREPRENEURS BASED ON SOCIAL AND CULTURAL CAPITAL
IN CHIANG RAI PROVINCE

นัฐ พชรอนนท* สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ ณิชภัทร ทิพย์ศรี และ แววดาว พรหมเสน
*คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

Noth Phacharathananon*, Sirichom Pichedboonkiat, Naphat Thipsri
and Waewdao Promsen
Faculty of Business Administration and Liberal Art, Rajamangala University
of Technology Lanna, Chiang Rai

*E-mail: noth.pha@gmail.com

Received: 2023-08-07

Revised: 2023-06-09

Accepted: 2023-08-07

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาบริบทของธุรกิจ Young Smart Farmer บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม 2) วิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ Young Smart Farmer สำหรับผู้ประกอบการอัจฉริยะ และ 3) สร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer สำหรับผู้ประกอบการอัจฉริยะ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลดงมะดะ อำเภอมะลาว จังหวัดเชียงราย จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาทั้งบริบทของธุรกิจและศักยภาพของธุรกิจ Young Smart Farmer

บริบทของกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ พบว่า มีต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมในพื้นที่ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสม ทรัพยากรมนุษย์ ประชาชนชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการถ่ายทอดกันมารุ่นต่อรุ่น ผู้นำ สมาชิกในกลุ่มและชุมชนมีความเข้มแข็ง และมีความสามัคคีในการอยู่ร่วมกัน

ด้านศักยภาพของของกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ พบว่า การพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม ด้วยการนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบ มาใช้ในการสร้างรูปแบบ

นวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer โดยพัฒนาและสร้างนวัตกรรมตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความโดดเด่นและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

การสร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer สำหรับกลุ่มวิสาหกิจเกษตร ทฤษฎีใหม่ พบว่า การนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาใช้ ได้สร้างต้นแบบของการพัฒนาโมเดลธุรกิจ ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสำหรับน้ำผึ้งดอยมะค่า สบู่สมุนไพร และ แชมพูสมุนไพร จากการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นผลมาจากการเรียนรู้และการปฏิบัติงาน ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้และการเรียนรู้ ร่วมกันในสังคม

คำสำคัญ : โมเดลธุรกิจ ผู้ประกอบการอัจฉริยะ ทูทางวัฒนธรรมและสังคม

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the context of Young Smart Farmers businesses based on cultural and social capital, 2) analyze the potential of Young Smart Farmers businesses for smart entrepreneurs based on cultural and social capital, and 3) create an innovative business model for Young Smart Farmers for smart entrepreneurs based on cultural and social capital. The key informant was the New Theory Agricultural Enterprise Group, Dongmada Subdistrict, Mae Lao District, Chiang Rai Province, totaling 30 people. The research tools were interviews and a focus group. Analysis of qualitative data by means of content analysis for both the business context and the business potential of Young Smart Farmer.

The study of the context of the New Theory Agricultural Enterprise Group found that there were cultural and social costs in the area. Contains suitable natural resources, human resources, local philosophers, local wisdom that has been passed down from generation to generation, leaders, members of strong groups and communities, as well as unity in coexistence.

Regarding the potential of this group, it was found that the development of intelligent entrepreneurs based on cultural and social capital by applying design thinking to create the business innovation model of Young Smart Farmer that develops and innovates brands and packaging to stand out and add value to products.

Creating the business innovation model of Young Smart Farmer for the New Theory of Agricultural Enterprises found that the application of the design thinking process

has created a prototype of business model development by designing packaging and branding for Doi Makha honey, herbal soaps, and herbal shampoos. The creation of value and added value to such products is the result of a process of creating change through learning and working together to develop products from local resources to create a career, make money, and learn together in society.

Keywords: Business Model, Young Smart Farmer, Smart Entrepreneur, Social and Cultural Capital

บทนำ

สังคมยุคโลกาภิวัตน์ที่เข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ทางด้านการผลิต การให้บริการ และก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และการบริการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลให้ธุรกิจเกิดการปรับตัวโดยไม่สามารถยึดยุทธศาสตร์หรือกรอบแนวคิดเดิมๆ ได้อีกต่อไป ดังแนวคิดและผลการวิจัยของดวงมณี โกมารทัต (Komanratat, 2011) ที่พบว่าความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในกระบวนการผลิต เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจสูงมาก การดำเนินธุรกิจทุกขนาดต่างต้องดำเนินการอยู่ท่ามกลางกระแสความรุนแรงของการแข่งขัน ยิ่งส่งผลให้เศรษฐกิจของไทยยิ่งตกต่ำลงในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะภาคธุรกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงต่อผู้ประกอบการที่ปรับตัวและต้องพร้อมที่จะเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างรวดเร็วและเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับสิ่งที่ไม่คาดฝัน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้

ตลอดเวลาทั้งด้านดีและด้านร้าย ตลอดจนปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

ด้วยบริบทการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ประเทศไทยกำลังประสบอยู่ทำให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560 - 2564) ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยการให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ทั้งการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นำไปสู่ศักยภาพการแข่งขันที่สูงขึ้น ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดกลไกบูรณาการระหว่างหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันจะสนับสนุนให้ประเทศไทยก้าวสู่การแข่งขันในศตวรรษหน้า โดยหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง และก้าวเข้าสู่ประเทศที่มีรายได้สูงในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติยุทธศาสตร์ชาติ

20 ปี (พ.ศ. 2561- 2580) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่มุ่งพัฒนามหาวิทยาลัยเพื่อการเติบโต ร่วมกับการพัฒนาประเทศโดยมีเป้าประสงค์พัฒนา ผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ การบริการวิชาการ นวัตกรรม และกำลังคน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขัน โดยมีกลยุทธ์ในการบูรณาการ งานวิจัย บริการวิชาการและนวัตกรรมให้เกิด ประโยชน์ส่งผลกระทบต่อผู้เรียนสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขันตามมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 อีกทั้งแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาคณะบริหารธุรกิจ และศิลปศาสตร์ พ.ศ. 2561-2565 ที่มุ่งเน้น การพัฒนางานวิจัยเพื่อการเติบโตร่วมกับการพัฒนา ประเทศ ตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่น โดยบูรณาการระหว่างศาสตร์และใช้เทคโนโลยี สนับสนุนการยกระดับศักยภาพภาคธุรกิจ ภาคการผลิต และภาคบริการ ในขณะเดียวกัน ได้น้อมนำศาสตร์แห่งพระราชามาติดอาวุธ ทางปัญญาให้เกษตรกรเกิดความเข้มแข็งอย่าง ต่อเนื่องและยั่งยืน โดยส่งเสริมศักยภาพคณาจารย์ และนักศึกษาเพื่อเป็นกำลังสำคัญของประเทศ ผ่านการทำงานร่วมกันทั้งการทำงานวิจัย การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและนวัตกรรม ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ชุมชนและประเทศชาติ และจากสถานการณ์ปัจจุบันประเทศไทยกำลัง ประสบปัญหาภาคเอกชนชะลอการลงทุน เนื่องจาก ปัจจัยหลายอย่างและที่สำคัญยังขาดการเชื่อมต่อ ข้อมูลระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐในการนำความรู้ จากการศึกษาวิจัยและพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐ

ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งหากมีการเชื่อมต่อ ถึงกันได้จะสามารถนำมาช่วยภาคธุรกิจ SMEs ได้ จึงเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่หน่วยงานภาครัฐ ต้องตระหนักและเตรียมความพร้อมในการขับเคลื่อน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs) ให้มีความพร้อมของ SMEs และก้าวทันเทคโนโลยี เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจสู่อนาคต และ จำเป็นต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความสามารถ ในการพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้จริงเพื่อสร้าง การเติบโตในองค์กร สิ่งสำคัญมาก ๆ อันดับต้น ๆ คือ การสร้างเสริม บ่มเพาะบุคลากรให้มีความเข้าใจ การคิดเชิงนวัตกรรม โดยสามารถนำไปประยุกต์ทฤษฎี หรือหลักการได้อย่างรอบคอบและมีความถูกต้อง จนนำไปสู่การคิดค้นและสร้างสิ่งประดิษฐ์ ที่แปลกใหม่ หรือรูปแบบความคิดใหม่ นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ หลากอย่างที่เกิดขึ้นมา ไม่ได้เกิดจากการวางแผน หรือกำหนดชี้ชัดเจนนว่ จะต้องทำให้เกิดขึ้นอย่าง เร่งด่วน หากแต่เกิดจากการเตรียมพร้อมบุคลากร ให้มีทักษะ ความสามารถพร้อมรับมือกับ การเปลี่ยนแปลงและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้จริงเพื่อสร้าง การเติบโตในองค์กรที่เป็นสิ่งสำคัญในอันดับต้น ๆ คือ การสร้างเสริมบ่มเพาะบุคลากรให้มีความเข้าใจ การคิดเชิงนวัตกรรม เห็นเป้าหมาย วิสัยทัศน์ แนวคิดในการสร้างองค์กรนวัตกรรมและบูรณาการ องค์กรความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง จนสามารถ ต่อยอดเป็นการพัฒนานวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ หรือบริการ จนถึงการพัฒนา นวัตกรรมรูปแบบ ธุรกิจใหม่ ๆ ได้ดังที่ ศศิมา สุขสว่าง (Sooksawang, 2020) ได้กล่าวไว้

จังหวัดเชียงรายได้กำหนดแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ.2561-2564) มีวิสัยทัศน์จังหวัดเชียงราย “เมืองแห่งการค้า การลงทุน การเกษตร และการท่องเที่ยว รุ่งเรืองด้วยวัฒนธรรมล้านนา ประชาชนอยู่เย็นเป็นสุข โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์หลายประเด็น ทั้งนี้ในส่วนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ มาตรฐานสากล และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญกับการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่กิจกรรมการพัฒนา การผลิต การแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่ม การตลาด และส่งเสริมธุรกิจ ซึ่งเป็นกิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ทั้งนี้เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ 1) เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรสำคัญของจังหวัด โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญได้แก่การพัฒนาคุณภาพเกษตร การพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการสินค้าเกษตร และความมั่นคงของอาหาร และส่งเสริมการแปรรูป สร้างมูลค่าเพิ่ม และการพัฒนาระบบตลาด และ 2) เพื่อเพิ่มสัดส่วนของสินค้าเกษตรที่ได้คุณภาพมาตรฐานสากลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ที่สำคัญคือ การพัฒนาทรัพยากรการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพสมดุล และยั่งยืน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ทางการเกษตรกรรม ซึ่งถือว่าเป็นรายได้หลักให้กับประชาชน นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เหมาะแก่การเป็นจุดศูนย์กลางเชื่อมโยงกับประเทศในอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (GMS) เอื้อต่อการสร้างความร่วมมือการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้าน มีพืช

พื้นถิ่นที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เช่น ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวเขี้ยวงู ชา กาแฟ สับปะรดภูแล/นางแลและส้มโอเวียงแก่น เป็นต้น ซึ่งพืชเหล่านี้ได้กลายมาเป็นพืชทางด้านเศรษฐกิจที่สร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชนและท้องถิ่น รวมทั้งยังเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย ด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์เป็น “เมืองเกษตรยุคใหม่ สินค้าเกษตรคุณภาพสู่ตลาดสากล” (Smart Farmers, Smart Groups, Smart Product)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรมของจังหวัดเชียงรายให้มีความรู้และสามารถใช้เทคโนโลยีในการสร้างออกแบบ และดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบใหม่ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากรด้วยมีการบริหารจัดการที่ดี ด้วยการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อสร้างโอกาสและการแข่งขันทางธุรกิจ ผ่านทรัพยากรในพื้นที่หรือโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ในจังหวัดเชียงราย โดยจะประยุกต์ใช้ขั้นตอนของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ผ่านกระบวนการคิดเชิงออกแบบสร้างสรรค์ (Creative Design Thinking) ที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมที่นำมาใช้กับงานบริหารจัดการ ตลอดจนสร้างสรรค์การทำงานให้กับองค์กรและได้รับการยอมรับและความนิยมในระดับสากล รวมทั้งเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ สร้างชุมชนที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของธุรกิจ Young Smart Farmer บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ Young Smart Farmer สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อสร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคมในจังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบบริบทของธุรกิจ Young Smart Farmer บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย
2. ทราบศักยภาพของธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย
3. ได้สร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคมในจังหวัดเชียงราย
4. ได้ผลงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคมในจังหวัดเชียงราย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่ คือ วิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ตำบลดงมะเดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย
2. ขอบเขตผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลดงมะเดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย จำนวน 30 คน
3. ขอบเขตเนื้อหา คือ ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ และทุนทางวัฒนธรรมและสังคมของกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่
4. ขอบเขตเวลา คือ ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลดงมะเดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเกษตรกร Young Smart Farmer และผู้ประกอบการเกษตรกรรม ที่ได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง เนื่องจากเป็นความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นที่ต้องการให้ภาควิชาการเข้ามาช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชน

เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะจง โดยมีกรอบประเด็นคำถามเกี่ยวกับบริบทของธุรกิจ Young Smart Farmer บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม
2. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่

และทุนทางวัฒนธรรมและสังคมของกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยทั้งแบบสัมภาษณ์แบบเจาะจงและการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ในกรอบประเด็นคำถามเกี่ยวกับบริบทของธุรกิจ Young Smart Farmer และศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม โดยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยดังกล่าวนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และด้านการบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับปัญหาวิจัย หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยนำมาปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำ ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

การลงพื้นที่โดยจัดทำหนังสือเพื่อขอลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลวิจัยจากนายกเทศมนตรีตำบลดงมะดะ อำเภอมะลาว จังหวัดเชียงราย เพื่ออำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้นำชุมชนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ เพื่อวิเคราะห์บริบทของธุรกิจและศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลดงมะดะ อำเภอมะลาว จังหวัดเชียงราย โดยกำหนดระยะเวลาในการลงพื้นที่ระหว่างผู้นำชุมชนและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ร่วมกับทีมวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัย ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ประกอบด้วยบริบทของธุรกิจและศักยภาพของธุรกิจ Young Smart Farmer จังหวัดเชียงราย โดยใช้กลยุทธ์การประเมินสถานการณ์แวดล้อม (SWOT Analysis) และการประยุกต์ใช้ขั้นตอนของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาบริบทของธุรกิจ Young Smart Farmer บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย พบว่า จากการลงพื้นที่ประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) วิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ตำบลดงมะดะ อำเภอมะลาว จังหวัดเชียงราย พบว่า มีต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมอยู่ในพื้นที่จำนวนมาก เช่น แหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสม วัตถุประสงค์ สภาพดิน น้ำ อากาศ ทรัพยากรมนุษย์ (ปราชญ์ชาวบ้าน) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้นำ ความร่วมแรงร่วมใจในการอยู่ร่วมกัน

2. วิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย พบว่า จากการวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลดงมะดะ อำเภอมะลาว จังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง พบว่า ชุมชนโดยส่วนใหญ่ มีองค์ความรู้และภูมิปัญญาในการเพาะปลูกวัตถุดิบ ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ โดยเฉพาะ ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ในการผลิตฝ้ายและพืชผัก สมุนไพร สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ อาทิ ต้นมะค่าที่มีฝ้ายมากินเกสรดอกไม้จาก ดอกมะค่า เป็นต้น และที่สำคัญมีปราชญ์ชาวบ้าน ที่มีองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญการผลิตน้ำฝ้าย สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ไปยังเครือข่ายชุมชน มีสภาพภูมิอากาศและภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่ การเพาะปลูก ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในชุมชน เช่น กาแฟ น้ำฝ้าย สมุนไพร ผลผลิต ทางเกษตรหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งมีเครือข่าย ภาครัฐ และภาคเอกชนให้คำแนะนำปรึกษา ในกระบวนการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์

จุดอ่อน พบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานและ รูปแบบ ของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ขาดความโดดเด่น และน่าสนใจ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ยังขาดตราสินค้า ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองและยังขาดองค์ความรู้ เกี่ยวกับการนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่มและ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนขาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำให้การเข้าถึงผู้บริโภค ยังอยู่ในวงจำกัด

โอกาส พบว่า ภาครัฐและเอกชน ให้การสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจชุมชน เป็นการสร้าง โอกาสของธุรกิจและสถาบันการศึกษาให้ความสำคัญ กับการบริการวิชาการและช่วยเหลือสังคมอย่าง ต่อเนื่อง รวมทั้งผลผลิตทางการเกษตร เป็นผลิตภัณฑ์ ธรรมชาติให้คุณประโยชน์ ปลอดภัย ปราศจาก สารเคมี และสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

อุปสรรค พบว่า ผลผลิตพืชผัก และสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติขึ้นอยู่กับ สภาพดิน ฟ้า อากาศ ไม่สามารถควบคุมได้ รวมทั้ง กลุ่มผู้ผลิตและปลูกสมุนไพรเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดการแข่งขันสูง และขาดการสร้างอัตลักษณ์ ให้มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งอื่น ตลอดจนความก้าวหน้า ด้านเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดส่งผลให้ชุมชน ปรับตัวและเรียนรู้ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

จากผลการใช้กลยุทธ์การประเมิน สถานการณ์แวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อวิเคราะห์ ศักยภาพของธุรกิจชุมชน โดยการประยุกต์ใช้ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) มาใช้ในการสร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อนำไปสู่การพัฒนา ผู้ประกอบการอัจฉริยะบนฐานทุนทางวัฒนธรรม และสังคมในจังหวัดเชียงรายสามารถสร้าง นวัตกรรมตราสินค้าให้กับเกษตรกร ส่งผลทำให้ สินค้ามีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคจดจำและรับรู้ ตัวยตราสินค้าและ เลือกที่จะหยิบซื้อสินค้าของเกษตรกรก่อนผลิตภัณฑ์ เกษตรสมุนไพรทั่วไป เกษตรกรสามารถนำตรา สินค้าและบรรจุภัณฑ์ไปใช้ในการส่งเสริมการตลาด ก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นของกลุ่มเกษตรกร

3. สร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อนำไปสู่การพัฒนา ผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรม และสังคมในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย พบว่า จากการออกแบบ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการคิดเพื่อแก้ไขปัญหาหรือโจทย์ ให้ถูกจุด ตลอดจนพัฒนาแนวคิดใหม่ เพื่อแก้ไข

ปัญหาที่เกิดขึ้น หาวีถีทางดีที่สุด โดยกระบวนการคิดเชิงออกแบบช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจเห็นภาพชัดเจน ในการออกแบบกระบวนการคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาให้สามารถตอบโจทย์ตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ดังนั้น ในขั้นตอนของกระบวนการคิดที่กล่าวมาซึ่งประกอบด้วย การเข้าใจปัญหา การกำหนดปัญหาให้ชัดเจน การระดมความคิด การสร้างต้นแบบที่เลือก และการทดสอบ โดยจากกระบวนการศึกษาครั้งนี้ ได้สร้างต้นแบบของการพัฒนาโมเดลธุรกิจประกอบด้วย 1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสำหรับน้ำผึ้งดอยมะค่า 2) การออกแบบตราสินค้าและฉลากสำหรับสบู่สมุนไพร และ 3) การออกแบบตราสินค้าและฉลากสำหรับแชมพู ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับการพัฒนาจากการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นและพึ่งพาภูมิปัญญาของชุมชนในการออกแบบและพัฒนา โดยใช้พืชผลทางการเกษตรที่ได้รับเพาะปลูกนำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดคุณค่าแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นกระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงเกิดจากการเรียนรู้และการปฏิบัติงานร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดอาชีพ

และรายได้และที่สำคัญชุมชนเกิดการเรียนรู้ทางอาชีพ ดังภาพที่ 1 – 3



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สบู่ สวนภูตาด เกษตรธรรมชาติ



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ แชมพูสมุนไพร สวนภูตาด เกษตรธรรมชาติ



ภาพที่ 3 ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำผึ้ง
ดอย มะค่า

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาบริบทของธุรกิจ Young Smart Farmer บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย พบว่า จากการลงพื้นที่ประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) วิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ตำบลดงมะดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย พบว่า มีต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมอยู่ในพื้นที่จำนวนมาก เช่น แหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสม วัตถุดิบ สภาพดิน น้ำ อากาศ ทรัพยากรมนุษย์ (ปราชญ์ชาวบ้าน) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้นำ ความร่วมแรงร่วมใจในการอยู่ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกาญจนา สมมิตร (Sommit, 2014) ที่พบว่าต้นทุนทางสังคมที่สำคัญที่ก่อให้เกิดธุรกิจเพื่อสังคมประกอบด้วย ต้นทุนทางด้านผู้นำที่มีความรู้ มีความเสียสละและจิตสาธารณะเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ต้นทุนทางด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมภายใต้บริบทของคนในชุมชนที่กลายมาเป็นนวัตกรรมทางสังคมในรูปแบบของนวัตกรรม

การจัดการที่มาจากความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในกลุ่มทุกคน ต้นทุนทางด้านปัจจัยเครือข่ายสนับสนุนภายนอก อันได้แก่หน่วยงานภาครัฐ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและสถาบันการศึกษา นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับกัมพล แสงเอี่ยม (Sangaeam, 2018) ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเชิงวิชาชีพ มีความเป็นกัลยาณมิตรเชิงวิชาชีพ และยึดหลักต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน แบบผนึกกำลังกันในการปฏิบัติงานที่มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับบอรรธรณ แซ่ว่าง (SaeWang, 2020) ได้ศึกษาองค์ประกอบ และวิธีการนำทุนทางสังคมมาใช้ในการสร้างความเข้มแข็ง มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญา เพื่อให้พึ่งพาตนเองได้ในระดับชุมชน มีผู้นำชุมชนเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิก มีการสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ทำให้วิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ตำบลดงมะดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย มีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาและต้นทุนทางสภาพแวดล้อมมากมาย ในด้านองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาในชุมชน ได้ทำการศึกษาริบทชุมชนพบว่าชุมชนมีภูมิปัญญาที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมที่สามารถสร้างวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์หลายด้าน เนื่องจากวัตถุดิบต่าง ๆ มีอยู่ในชุมชนเป็นต้นทุนเดิมและเป็นวิถีในการดำเนินชีวิต ทำให้คนในชุมชนมีความรู้และภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมาสู่รุ่นต่อรุ่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปรารธนา มินเสนและภาคภูมิ ดาราพงษ์ (Minsen & Darapong, 2019) พบว่า จุดแข็งของเกษตรกรมีสมาชิกที่เชี่ยวชาญด้านการผลิตสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ที่สนใจ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ ศิริชัย นาคอุดม

ธนกฤต ยอดอุดม และเพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ (Nakudom, et al., 2020) ศึกษาทุนทางสังคมที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน การนำความรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านมาประยุกต์ใช้ได้มีการนำความรู้ภูมิปัญญาชาวบ้านมาสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันด้านการผลิตจากต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาที่ดี ตลอดจนต้องการต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่เกิดจากการนำต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมที่มีอยู่ในชุมชนให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและสามารถต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้ จนสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้ ทำให้เกิดการพัฒนาโมเดลต้นแบบทางด้านบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้ง ตราสินค้าผลิตภัณฑ์แชมพู ตราสินค้าผลิตภัณฑ์สบู่ ให้กับวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ตำบลดงมะดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย จากต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมของวิสาหกิจเกษตรทฤษฎีใหม่ตำบลดงมะดะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย ที่เข้มแข็งและการร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษา ทำให้เกิดโมเดลธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อนำไปสู่โอกาสในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันที่สูงขึ้น

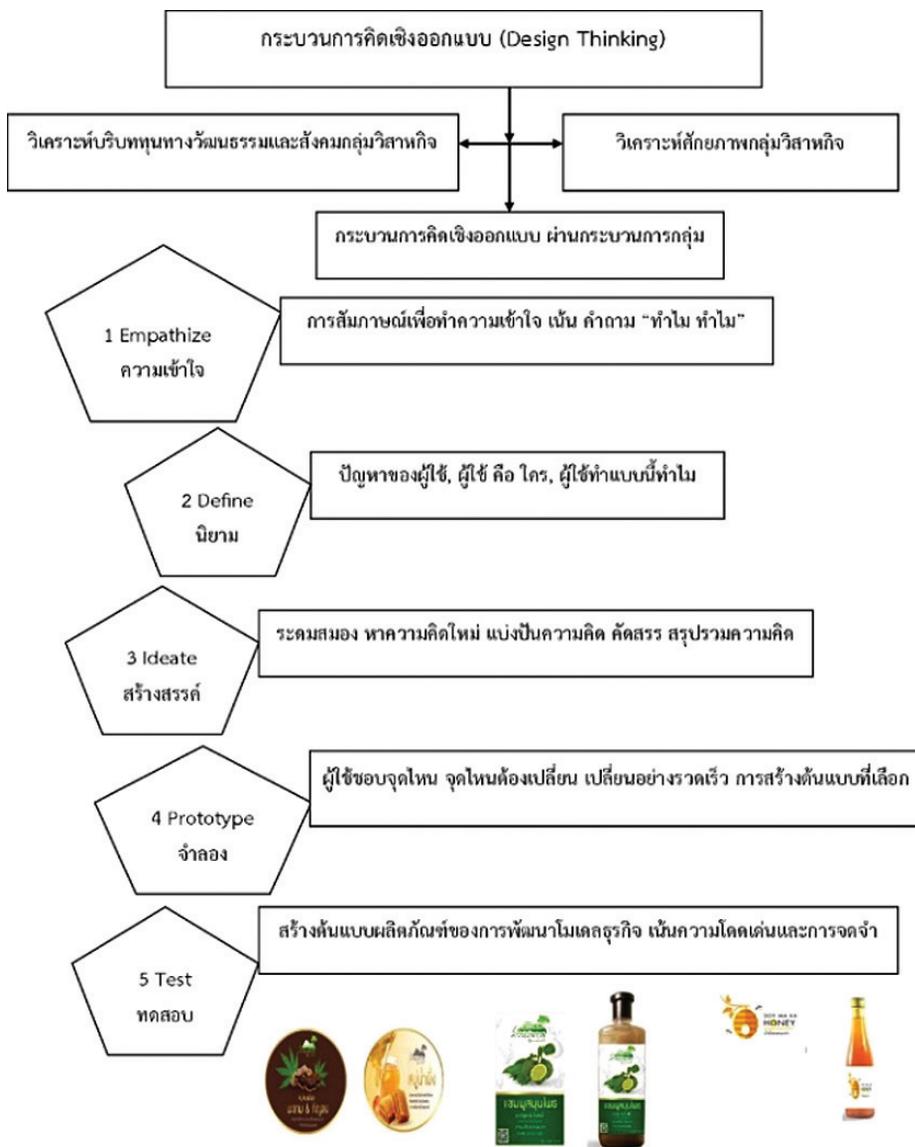
2. วิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัยพบว่า การนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) มาใช้ในการสร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer

เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคมในจังหวัดเชียงรายสามารถสร้างนวัตกรรมตราสินค้าให้แก่เกษตรกร ส่งผลทำให้สินค้ามีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคจดจำและรับรู้ ตัวตราสินค้าและเลือกที่จะหยิบซื้อสินค้าของเกษตรกรก่อนผลิตภัณฑ์เกษตรสมุนไพรทั่วไป เกษตรกรสามารถนำตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ไปใช้ในการส่งเสริมการตลาด ก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นของกลุ่มเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเรือนขวัญ หุ่นเรืองใจ (Rhunreungjai, 2020) ศึกษากระบวนการสร้างคุณค่ายกระดับตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์สบู่ น้ำผึ้ง กลุ่มเศรษฐกิจพอเพียง สบู่สมุนไพร อำเภอสอง จังหวัดแพร่ ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก มาเป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และเห็นว่าในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์พบว่าควรมีข้อมูลวัตถุดิบหลักที่ใช้ ชื่อที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ลงบนบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า และยังสอดคล้องกับประชิด ทิณบุตรและนรรชนก ทาสวรรณ (Thinnabut & Tasuwan, 2018) ศึกษาการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทสมุนไพร สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 พบว่าการออกแบบตราสินค้าดังกล่าวทำให้ผู้บริโภครับรู้จดจำง่าย มีมูลค่าเพิ่ม เสริมการต่อยอดการผลิตได้จริง สามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการตลาดได้

3. สร้างรูปแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคมในจังหวัดเชียงราย ดังแผนภูมิที่ 1 การออกแบบกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

ผลการวิจัย พบว่า จากการออกแบบกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการคิดเพื่อแก้ไขปัญหาหรือโจทย์ให้ถูกจุดตลอดจนพัฒนาแนวคิดใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหาวิธีทางที่ดีที่สุด โดยกระบวนการคิดเชิงออกแบบช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจ



แผนภูมิที่ 1 การออกแบบกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

เห็นภาพชัดเจน ในการออกแบบกระบวนการคิด
ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาให้สามารถตอบโจทย์
ตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้
ยังก่อให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ
ดังนั้นในขั้นตอนของกระบวนการคิดที่กล่าวมา
ซึ่งประกอบด้วย การเข้าใจปัญหา การกำหนดปัญหา
ให้ชัดเจน การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ
ที่เลือก และการทดสอบ โดยจากกระบวนการศึกษา
ครั้งนี้ ได้สร้างต้นแบบของการพัฒนาโมเดลธุรกิจ
ประกอบด้วย 1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และ
ตราสินค้าสำหรับน้ำผึ้งดอยมะค่า 2) การออกแบบ
ตราสินค้าและฉลากสำหรับสบู่สมุนไพร และ
3) การออกแบบตราสินค้าและฉลากสำหรับแชมพู
ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้รับการพัฒนาจากการใช้
ทรัพยากรในท้องถิ่นและพึ่งพาภูมิปัญญาของชุมชน
ในการออกแบบและพัฒนา โดยใช้พืชผลทาง
การเกษตรที่ได้รับเพาะปลูกนำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์
เพื่อให้เกิดคุณค่าแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค
โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นกระบวนการสร้าง
การเปลี่ยนแปลงเกิดจากการเรียนรู้และการปฏิบัติงาน
ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรที่มีอยู่
ในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดอาชีพและรายได้และที่สำคัญ
ชุมชนเกิดการเรียนรู้ทางอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับ
ผลการวิจัยของภูวนิดา คุณผลิต วิไล วัจส์กฤษณะภูติ
นุชชิตา โยลัย และพิชัย ระเวงวัน (Khunpharit,
et al., 2019) ที่พบว่า สภาพการเรียนรู้ตลอดชีวิต
ของเกษตรกรสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน
เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์และจากคำแนะนำ
ของหัวหน้าศูนย์ และนำองค์ความรู้ที่ได้รับ
ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับพื้นที่เพื่อให้

การเรียนรู้ส่งผลให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้น
การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และเกิดการเครือข่าย
การเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ
บัญชา อริยะจรรยาและวรัตธา อุทยารัตน์
(Ariyajanya & Uthayarat, 2020) ได้พบว่า
การประยุกต์วิธีคิดเชิงออกแบบบริการร่วมกับ
วิธีการศึกษางานเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต
ระดับวิสาหกิจชุมชน สามารถลดเวลาการผลิต
มีรูปแบบวิธีการทำงานใหม่เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ
และสะดวกต่อการใช้งาน อย่างไรก็ตามเมื่อมี
การนำเอากระบวนการคิดเชิงการออกแบบ
เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นส่งผลให้ชุมชน
เกิดการเรียนรู้แหล่งชุมชนในท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญ
เฉพาะด้าน เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบ
ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้
รวิธ รัตน์ไพศาลกิจ พรเทพ เลิศเทวศิริ และอินทรา
พรหมพันธ์ (Ratanaphaisalkit, Lertthewasiri &
Phomphan, 2020) การสร้างความเป็นอัตลักษณ์
และคุณค่าของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างสรรค์ศิลปะ
ประกอบกัน ดังนั้น จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้
ตั้งแต่กระบวนการคิดเชิงออกแบบนำมาประยุกต์ใช้
ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์
ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัย ไปใช้ประโยชน์

1.1 ข้อมูลจากการศึกษาผู้ประกอบการ
ควรนำแนวคิดกระบวนการคิดเชิงออกแบบ
ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจ Young

Smart Farmer เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการ
อัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมและสังคม

1.2 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ
เกี่ยวกับการพัฒนาโมเดลทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
เพื่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขัน

1.3 หน่วยงานภาครัฐและภาคี
เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลไปใช้
ในการช่วยเหลือ ส่งเสริม และพัฒนากลุ่ม Young
Smart Farmer รวมถึงผู้ประกอบการอื่นเพื่อสร้าง
โอกาสทางธุรกิจต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาการพัฒนา
โมเดลธุรกิจ Young Smart Farmer เพื่อพัฒนา

ผู้ประกอบการอัจฉริยะบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรม
และสังคม ในพื้นที่อื่น

2.2 ควรทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาโมเดลทางธุรกิจให้กับ Young Smart Farmer เพื่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขัน

2.3 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด
การสร้างสรรค์ (Creative Design Inspiration
Research) เพื่อพัฒนาแบรนด์ของผู้ประกอบการ
สู่ความเป็นสากล

2.4 ควรศึกษาแนวทางการสร้าง
เครือข่ายทางการตลาด เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบ
ทางการแข่งขัน

REFERENCES

- Ariyajanya, B. & Uthayarat, W. (2020). Application of service design thinking in conjunction with work study methods to improve production process at community enterprise level: Case study of cereal bar production process. *Naresuan University Engineering Journal*, 16(1), 39-52. (In Thai)
- Komanratat, D. (2011). *Cost management*. No. 3. Bangkok: Department of Accounting. Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University. (In Thai)
- Khunpharit, P., Wadkrisanaphuti, W., Yolai N., & Rawengwan, P. (2019). Guidelines for promoting lifelong learning of farmers towards community economic development, planting organic vegetables. *Journal of Graduate Studies, MaHa Chula. Khon Kaen*, 6(1), 344-356. (In Thai)
- Minsen, P., & Daraphong, P. (2019). Effectiveness of knowledge management to increase the potential of farmers communities, Chiang Mai Province in the framework of the ASEAN community. *Journal of Community Development and Quality of Life*, 7(1), 35-46. (In Thai)
- Nakudom, S., Yodudom, T. & Sriprasert, P. (2020). Social capital: Competitive advantage of community enterprises. *Executive Journal*, 40(1), 115-124. (In Thai)

- Ratanaphaisalkit, R., Lertthewasiri, P., & Phomphan, I. (2020). Guidelines for learning management according to the design thinking process for creating local products. **Journal of Fine and Applied Arts, Srinakharinwirot University**, **25**(1), 119-120. (In Thai)
- Rhunreungjai, R. (2020). Brand value creation process and suitable packaging for honey soap products. herbal soap sufficiency economy group, Song district, Phrae province. **Journal of Thepsatri**, **15**(1), 49-59. (In Thai)
- SaeWang, O. (2020). Social capital and economic strength of communities in Yaowarat area. **Journal of Social Development**, **22**(1), 91-105. (In Thai)
- Sangaeam, K. (2018). Community potential development process to develop local weaving community products in Lampang province by applying the concept of a professional learning community. **Journal of Industrial Education**, **17**(3), 10-19. (In Thai)
- Sommit, K. (2014). Situation of social business under the context of social capital in Hang Dong district, Chiang Mai Province. **Academic Journal of the Far Eastern University**, **7**(2), 120-131. (In Thai)
- Sooksawang, S. (2020). **Analytical Thinking**. Retrieved from www.sasimasuk.com/15848561/. Analytical-5-step analytical-thinking. [2019, 15 Aug.] (In Thai)
- Thinnabut, P., & Tasuwan, N. (2018). The use of cultural capital for the design and development of logos and packaging for herbal products for community enterprises in the upper central region 2. **Chankasemsan Journal**, **24**(47), 126-141. (In Thai)
-