

กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ในพื้นที่ภาคกลาง*

PROCESS OF CREATING QUALITY AND VALUE OF COMMUNITY
ENTERPRISE'S PRODUCTS IN CENTRAL REGION

อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์

Anongnat Kaewpaitoon

ศศิกิจจ์ อ่ำจ้อย

Sasikit Amchui

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครสวรรค์

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Nakhon sawan Campus, Thailand.

ปัญญา พรหมบุตร

Panya Prombut

โรงเรียนบึงบอระเพ็ดวิทยา

Bungboraphetwittaya School, Thailand.

E-mail: anongnat5152@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง 3) เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง การดำเนินการวิจัย โดยการวิจัยเอกสาร การวิจัยภาคสนาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ สันทนากลุ่มย่อย และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาบริบทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วยวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวบ้านบางเตือ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวเกษตรกรฟากคลอง วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวบ้านหนองแวน และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวบ้านดอนหวาย มีการบริหารจัดการด้านการมีส่วนร่วม ด้านการผลิตและด้านการตลาด 2) ผลของการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของ

* Received: 3 June 2020; Revised: 19 June 2020; Accepted: 23 June 2020



ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 กลุ่ม มีดังนี้ (1) การพัฒนาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ข้าว คุณค่าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา (2) การพัฒนามูลค่าเพิ่ม พัฒนาด้านการตลาด พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ตราฉลาก และพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย (3) ผลการวิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 กลุ่ม จุดอ่อนของกลุ่มคือตราฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวยังไม่ชัดเจน ไม่โดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้วิจัยได้พัฒนาตราฉลากเดิม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ให้เกิดการพัฒนาตราฉลากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความสวยงามดึงดูดใจ และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน

คำสำคัญ: กระบวนการสร้างคุณค่า, มูลค่าของผลิตภัณฑ์, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objectives of the research article were 1) to study the content of product which would increase value of community enterprise's products in central region 2) to study the development of quality and value of community enterprise's products in central region 3) to analyze the process of creating quality and value of community enterprise's products in central region. The research methodology was qualitative research collecting data from documentary and survey research. The 30 samples from group of community enterprises have been in-depth interviewed together with sub-groups discussion and the meeting organized in brain storming pattern.

The researchers found that: 1) The result of studying on the content of community enterprise's products of 4 community enterprises composed of Baan Bangdue Rice Transforming Community Enterprise, Fakklong Farmer Rice Transforming Community Enterprise, Baan Nongwan Rice Transforming Community Enterprise and Baan Donwai Rice Transforming Community Enterprise, it was found that all 4 community enterprises have been managed in the aspects of participating, producing and marketing. 2) The result of development process of creating quality and value of community enterprise's products of all 4 community enterprises was that (1) the development on value of rice products, the revive of culture and value on wisdom (2) development on value added on marketing, packaging and distribution channels. 3) The result on



analyzing the process of creating quality and value of all 4 community enterprises, the weakness was on label which was neither clear nor attractive to the consumers. In order to create value, the researchers have developed a new label which was more nice and impressive with QR code for clear distribution channel of the products.

Keywords: Process of Creating Quality, product value, community enterprise

บทนำ

การพัฒนาประเทศที่ผ่านมา ทำให้หลายองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้เห็นความสำคัญในการนำภูมิปัญญาและศักยภาพท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนา โดยเฉพาะการพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ให้มีความเข้มแข็งยืนหยัดด้วยตนเอง เป็นแนวคิดการพึ่งตนเองในบริบททางสังคม โดยไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไร แต่มุ่งตอบสนองการอยู่ร่วมกัน และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน การพึ่งตนเองของชุมชนนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเรียนรู้เรื่อง “ทุนชุมชน” และการจัดการทุนชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น กระบวนการจัดการกลุ่มสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จึงมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และส่งเสริมให้ชุมชนเกิดระบบเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ ทำให้เกิดพลัง มีอำนาจในการต่อรอง รู้จักแสวงหาความรู้เพื่อมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และยกระดับของผลิตภัณฑ์เพื่อการตลาด

วิสาหกิจชุมชน คือการประกอบการขนาดย่อมและขนาดจิ๋วของชุมชน เพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง โดยมีองค์ประกอบของการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการ มีผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ที่เกิดจากความริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล โดยมีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีหลากหลายกิจกรรมเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ซึ่งมีกระบวนการเรียนรู้การพึ่งพาตนเองเป็นเป้าหมายสำคัญ วิสาหกิจชุมชนมีเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญา ชุมชนดำเนินการเพื่อให้เกิดการพึ่งตนเป็นอันดับแรก แต่ก็สามารถดำเนินการสัมพันธ์กับตลาดได้ถ้าหากมีเหลือกิน เหลือใช้ ได้เรียนรู้การจัดการซึ่งต้องเข้าสู่ระบบตลาดและแข่งขัน ใช้ความเป็นกลุ่มเป็นเครือข่ายของตน ให้เป็นประโยชน์ในธุรกิจ รวมทั้งการใช้ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนอาจจะเป็นคำใหม่ เกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจพอเพียง ควบคู่ขนานไปกับเศรษฐกิจกระแสหลัก อันเนื่องมาจากเศรษฐกิจกระแสหลักก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้ของประชาชน และก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมามากมาย (กรมการพัฒนาชุมชน, 2545)



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง โดยเฉพาะจังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดอุทัยธานี จะมีวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร ข้าวอินทรีย์ ปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพอัดเม็ด ผ้าทอโบราณ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตทางการตลาดสูง และเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในอนาคต เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคฉลาดใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และเริ่มอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย ใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนมากขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการตลาดที่มาจากวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ภาคกลางจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานี ผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้น แม้พฤติกรรมผู้บริโภคในการรักษาสุขภาพและนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนมากขึ้น แต่การดำเนินงานยังมีปัญหาในหลายด้าน เช่น การผลิต การตลาด การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ยังต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าของสินค้า ที่ยังไม่เข้มแข็ง การทำงานยังไม่เป็นระบบ ประเด็นเหล่านี้ ผู้วิจัยมีความสนใจกระบวนการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มจังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง
3. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง

ภาคกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยมีวิธีดำเนินการในรูปแบบ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม มีดังนี้

การศึกษาและคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ 4 วิสาหกิจชุมชน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วย 1.วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปข้าวแม่บ้านเกษตรกรฝากคลอง ต.หนองกรด อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 2. วิสาหกิจชุมชนบ้านบางเตือ อ.พยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วย 1. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวอินทรีย์ ต.บ่อทราย อ.สว่างอารมณ์ จ.อุทัยธานี 2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวบ้านดอนหวาย ต.บ่อทราย อ.สว่างอารมณ์ จ.อุทัยธานี โดยเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายที่มีลักษณะตรงตามวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักในชุมชนจำนวนทั้งหมด 30 คน มี 2 กลุ่ม ได้แก่



กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ ประธานกลุ่มสมาชิกกลุ่มหัวหน้าตัวแทนเกษตรจังหวัด จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 ประชากรในพื้นที่ ได้แก่ สมาชิกคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 25 คน

1) การสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interviews) การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแต่ละขั้น ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เกี่ยวกับกระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางจังหวัดนครสวรรค์และอุทัยธานี 4 ประเด็น ได้แก่ 1. ด้านการบริหารจัดการ โดยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสมาชิกในกลุ่ม ในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตน 2. ด้านการมีส่วนร่วม โดยสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มในการมีส่วนร่วมในการวางแผนร่วมกัน การลงมือปฏิบัติ การรับผลประโยชน์และติดตามผลร่วมกัน 3. ด้านการผลิต สัมภาษณ์ผลผลิตของผลิตภัณฑ์ข้าวประเภทผลิตภัณฑ์ 4. ด้านการตลาด สัมภาษณ์การเพิ่มมูลค่าเพิ่มในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย

2) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อทราบถึงทิศทางและแนวคิดประเด็นจัดระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม เพื่อการพัฒนาคุณค่าและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพิ่มการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ การสนทนากลุ่มร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อศึกษาการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ เพื่อเป็นการวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาผล โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หรือ SWOT analysis เพื่อการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละกลุ่ม หลังจากที่ได้สนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน โดยผู้วิจัยและคณะจะคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนในสองจังหวัด คือจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 4 วิสาหกิจชุมชน มาเป็นต้นแบบในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 วิสาหกิจชุมชน โดยเลือกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปข้าวแม่บ้านเกษตรกรฝากคลอง ต.หนองกรด อ.เมือง จ.นครสวรรค์ ที่มีปัญหาทางการตลาดการส่งออกสินค้ามากกว่ากลุ่มอื่น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นการส่งเสริมการตลาด มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยให้สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวของกลุ่มร่วมกับผู้วิจัยและคณะผู้วิจัยช่วยจัดทำตราผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาด เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายให้ยั่งยืนตลอดไป

3) วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ใช้เทปบันทึกเสียง และกล้องถ่ายรูปเป็นเครื่องมือในครั้งนี้ จึงขออนุญาตให้ผู้สัมภาษณ์ขณะทำการสัมภาษณ์ และแบบบันทึกการสังเกตไม่เป็นทางการ โดยผู้วิจัยบันทึกภาพกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นหลักฐานเครื่องมือในการวิจัย



4) แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ชุมชน ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พัฒนาตราผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่สำคัญในกระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง โดยสรุปตามลำดับ ดังนี้

1. บริบทผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง

บริบทผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 พบว่า ด้านของการจัดการผลิตภัณฑ์ ที่เพิ่มมูลค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน คือ ประธานกลุ่มจะเป็นผู้ดูแลกลุ่ม ประธานกรรมการมาจากการเลือกตั้งของสมาชิก มีวาระ 2 ปี ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่จะเลือกคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปชุดเดิม เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่มเป็นอย่างดี และมีประสบการณ์ในการดำเนินงานเที่ยงธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความเสียสละ อดทนและมุ่งมั่นในการพัฒนากลุ่มให้เจริญก้าวหน้า โดยได้รับการสนับสนุนและยอมรับจากคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ที่มีการบริหารจัดการกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ มีการจัดแบ่งเป็นฝ่ายในการดำเนินกิจกรรม เช่น ฝ่ายบริหารงาน ฝ่ายด้านการผลิต ฝ่ายด้านการตลาด ซึ่งแต่ละฝ่ายมีความรู้และความถนัด และมีความเชี่ยวชาญของบุคคลแตกต่างกัน การลงทุนในการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง ส่วนใหญ่เงินลงทุนมาจากระดมทุนโดยการออมหุ้น จากประธานกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่มมาร่วมกันลงทุน โดยจะใช้เงินส่วนตัวในการลงทุน เมื่อครบปีมีการปันผลให้กับสมาชิกได้เงินปันผล มีคณะกรรมการดูแลทางการเงินให้เป็นระบบ ชัดเจนตรวจสอบได้ บัญชีรายรับ รายจ่าย

ด้านการมีส่วนร่วม วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมอย่างยิ่งที่จะต้องกำหนดนโยบาย เป้าหมายของการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หรือรับผิดชอบในส่วนของงานที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น ในผลประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น สมาชิกคือหัวใจหลักของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าว เพราะทุกคนคือคนสำคัญในการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานต่าง ๆ ตลอดจนเสนอแนวทางและตัดสินใจร่วมกันทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าว มีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มได้อย่างดี มีประสิทธิภาพ การดำเนินการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวของกลุ่ม สมาชิกของกลุ่มมีส่วนร่วม



ในการตัดสินใจ ในด้านการตลาด การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว จะมีการร่วมกันในการปรับปรุงและแก้ปัญหา ในการทำงานร่วมกันของกลุ่ม ทั้งในเรื่องของการจัดการในเรื่องการผลิตของสมาชิก การตลาด การจัดการในเรื่องของการเงินกลุ่ม จะได้รับประโยชน์ร่วมกันจากการปันผล โดยสมาชิกจะได้รับเงินปันผลภายในเดือนตุลาคมของทุกปี มีการลงบัญชีรายรับรายจ่าย ชี้แจงรายรับรายจ่ายของกลุ่มให้สมาชิกทราบ การดำเนินงานต้องอาศัยความร่วมมือจากการมีส่วนร่วมจากสมาชิกตลอดทุกขั้นตอน ในการทำงานของวิสาหกิจชุมชน

ด้านการผลิต วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน มีโรงสีในการผลิตข้าว ขนาด 10 ตัน/วัน เพื่อคัดข้าวสาร การปลูกข้าวของกลุ่มจะเก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพที่ดีไว้ให้สมาชิกในกลุ่มเพื่อสะดวกในการทำนาในปีต่อไป นอกจากนี้ สมาชิกในกลุ่มที่จะขายข้าวให้กับกลุ่ม จะต้องมีการตรวจสอบจากผู้ตรวจแปลงนา ซึ่งมีการจัดตั้งคณะกรรมการ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้าวในแต่ละแปลง โดยผู้ตรวจสอบแปลงนา จะต้องเข้มงวด และมีความซื่อตรงในการตรวจสอบ เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยว ข้าวขาดคุณภาพ มีสารปนเปื้อนหรือวัชพืชปนมากเกินไป ก็ไม่สามารถขายข้าวได้ราคาตามที่กลุ่มได้ตั้งไว้ ดังนั้น ในการผลิตวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง ต้องมีความซื่อสัตย์และระมัดระวังในการปลูกข้าว เมื่อผลผลิตออกมาจะได้เกิดความสมบูรณ์

ประเภทของการผลิต วิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน เป็นวิสาหกิจชุมชนพื้นฐานที่เน้นการผลิตเพื่อพึ่งพาตนเองแบบพอเพียง โดยจะเป็นการผลิตข้าวเปลือกแปรรูป เป็นข้าวสารเพื่อการกินการใช้ในครอบครัวในท้องถิ่น และออกจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้ให้กับกลุ่ม โดยการผลิตจะผลิตข้าวอินทรีย์ ข้าวปลอดสารพิษ ประเภทผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ซึ่งทางวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวที่ปลอดสารพิษ โดยการผลิตข้าวนี้คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ซื้อผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์จะผลิตจากธรรมชาติ ไร้สารเคมี ข้าวอินทรีย์ปลอดสารพิษ ประกอบด้วยข้าวมะลิอินทรีย์ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้องมะลิอินทรีย์ ข้าวขาวปลอดสารพิษ ข้าวซ้อมมือ จะมีการผลิตเป็นข้าวน้ำหนัก 16 กิโลกรัม น้ำหนัก 5 กิโลกรัม และน้ำหนัก 1 กิโลกรัม โดยใช้ชื่อตราฉลากที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตั้งตราฉลากขึ้น โดยวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 ผ่านการรับรองข้าว GMP และได้ใบประกาศนียบัตร ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาวและ 5 ดาว OTOP

มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน ได้เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเดิมจะขายข้าวอินทรีย์ปลอดสารพิษ โดยมีการเพิ่มมูลค่าข้าวอินทรีย์ปลอดสาร มีข้าวออแกร์นิคในส่วนของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวอินทรีย์บ้านหนองแวน มีสร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปแป้งข้าวหอมมะลิและคุกกี้ ส่วนอีก 3 วิสาหกิจชุมชน ก็มีการเพิ่มมูลค่าทางด้านการบรรจุภัณฑ์สวยงาม เพราะเป็นการช่วยยืดระยะเวลาการเก็บรักษาได้นาน ที่ส่งผลให้ผู้ซื้อและผู้บริโภคมีความต้องการเป็นอย่างมาก และได้เพิ่ม



มูลค่าเพิ่มในส่วนของการบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม มีตราผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าสนใจ สะดุดตาผู้ซื้อผู้บริโภค ให้จำติดตาและติดใจ

การตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน จะขายข้าวเฉพาะคนในชุมชน ต่อมาได้ขยายตลาด โดยนำผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปไปขายในงานต่าง ๆ เช่น มหกรรมข้าว งาน OTOP ทั้งในอำเภอและจังหวัด มีการประชาสัมพันธ์การตลาด โดยผ่านสื่อออนไลน์ แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ เพราะสมาชิกในกลุ่มยังขาดความเชี่ยวชาญทางด้านคอมพิวเตอร์ ส่วนใหญ่ที่ผ่านมามีภัยจากการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุชุมชน ประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ที่มาประชุมกันทุกเดือน มีการทำแผ่นพับและป้ายไว้นิลประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม

ช่องทางการจัดจำหน่าย ทางกลุ่มจะมีผู้มาซื้อข้าวปลอดสารพิษด้วยตัวผู้ซื้อเอง ลูกค้าบางรายได้ส่งช่องทางโทรศัพท์ ช่องทางการจัดจำหน่ายอีกหนึ่งช่องทางคือ การสั่งซื้อทางไลน์และ face ซึ่งกลุ่มไม่ค่อยถนัดในการสั่งซื้อทางโซเชียลมาก อีกช่องทางมาจากการประชาสัมพันธ์ปากต่อปาก จากผู้ซื้อคนเดิม ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีอีกหนึ่งช่องทางการจำหน่ายในส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง โดยการอาศัยการเชื่อมโยงด้านการตลาด ที่มีเกษตรจังหวัด พาณิชย์จังหวัดเข้ามามีส่วนดูแลในส่วนของการตลาด ในการจัดงาน OTOP งานประจำจังหวัด งานเกษตรแฟร์ ฯลฯ ให้ทางกลุ่มมีช่องทางในการจัดจำหน่ายมากขึ้น

2. ศึกษาการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง

ผลของการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานี พบว่า วิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง มีการพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ 1) การพัฒนาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ข้าว ก่อเกิดคุณค่าความรักความสามัคคีทางจิตใจในกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว โดยการผลิตข้าวได้รื้อฟื้นวัฒนธรรมและคุณค่าทางภูมิปัญญาเดิมของการทำนาแบบดั้งเดิม ของคนรุ่นเก่ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว ในยุคปัจจุบัน ให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) การพัฒนามูลค่าเพิ่ม โดยพัฒนาด้านการผลิตสายพันธุ์ข้าว เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านโภชนาการ พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ตราฉลาก และพัฒนาด้านการตลาด พัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย face line ให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง เพื่อให้ผู้ซื้อเข้าถึง

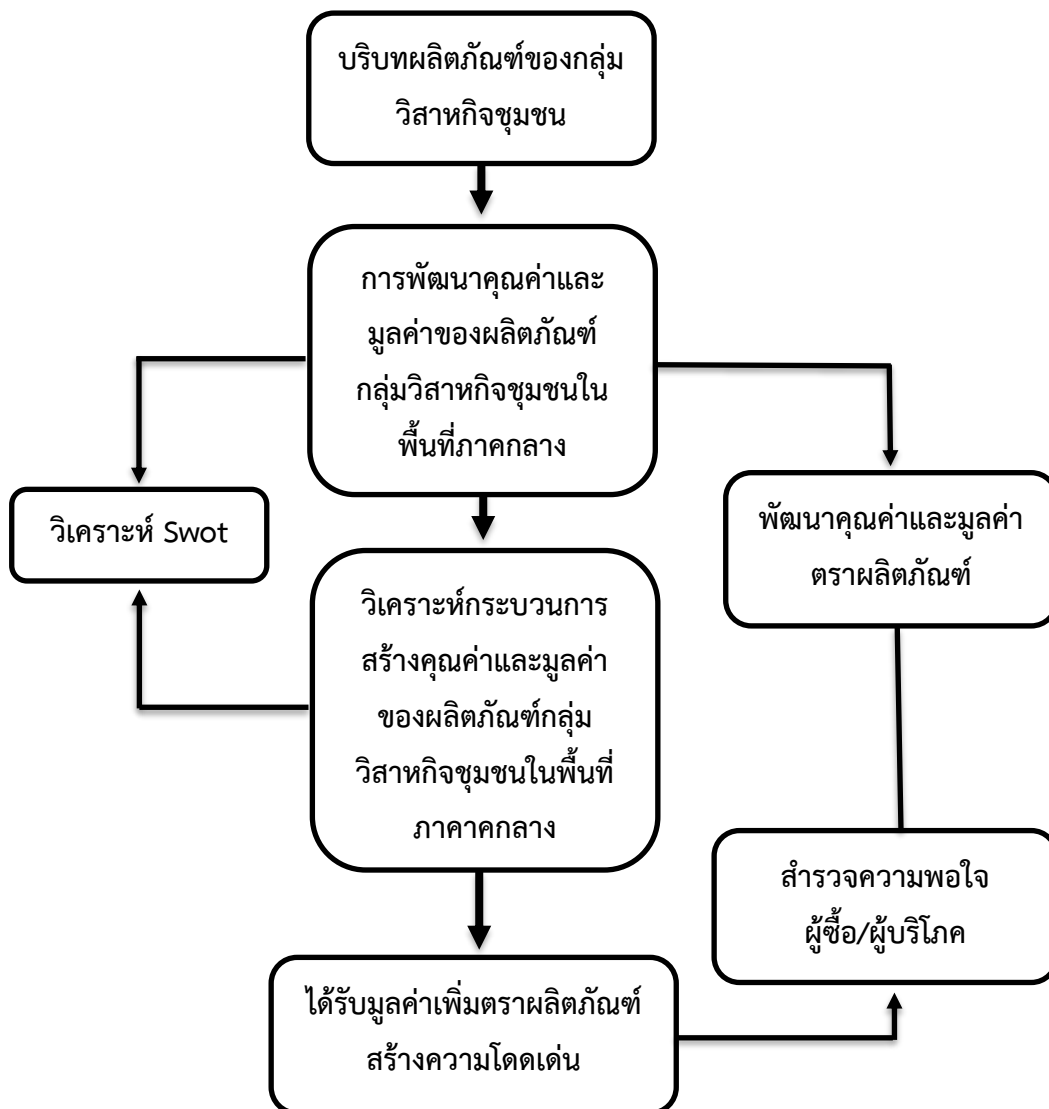
3. วิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง



การวิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานีนั้น เมื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค จากการสนทนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง วิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง มีความคิดเห็นและสอดคล้องกันของแต่ละวิสาหกิจชุมชน คือ ราคาลากบรรทุกยังไม่ชัดเจน ไม่โดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ/ผู้บริโภค ประกอบกับช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ สมาชิกกลุ่มยังเข้าไม่ถึงเท่าที่ควร ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาราคาลากเดิม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวปลอดสารพิษ ให้เกิดการพัฒนา โดยผลของการปรับปรุงราคาลากผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวใหม่ พบว่า ความสวยงามของฉลากสินค้า ตราสัญลักษณ์ มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว สวยงาม เห็นชัดสะดุดตา มีคิวอาร์โค้ดที่สามารถอ่านสรรพคุณและช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว และฉลากผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว สื่อถึงสินค้าที่ปลอดสารพิษ ที่เกิดจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผู้บริโภคชายวัยและรายได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเกิดการสะดวกและทันสมัย การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีราคาลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะทำให้กลุ่มมีความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์และเกิดความมุ่งมั่น ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ทำให้เพิ่มมูลค่าเพิ่ม ผู้ซื้อ/ผู้บริโภคจดจำราคาลากผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืนตลอดไป



องค์ความรู้ใหม่



สรุปองค์ความรู้ใหม่กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง

1. ได้ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ตราฉลากที่โดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ/บริโภค ที่แตกต่างจากตราฉลากผลิตภัณฑ์เดิม มีช่องทางการจัดจำหน่ายทาง QR Code Facebook และ Line



2. ทำให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวของชุมชน ให้เกิดประโยชน์และเกิดคุณค่าความสามัคคีในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น
3. ได้การพัฒนาคุณค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าว โดยได้รื้อฟื้นวัฒนธรรมและคุณค่าทางภูมิปัญญาของการทำนาแบบดั้งเดิม ของคนรุ่นเก่ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวในยุคปัจจุบัน
4. ได้แนวทางในพัฒนาเพิ่มมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ในแบบตราผลิตภัณฑ์ใหม่ให้โดดเด่น และดึงดูดความสนใจให้กับผู้บริโภค/ผู้ซื้อ
5. ผลลัพธ์ที่ได้ ช่วยเพิ่มรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ให้กับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในชุมชนท้องถิ่น
6. สามารถนำไปใช้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวในชุมชนท้องถิ่นอื่น เป็นต้น

อภิปรายผล

คณะผู้วิจัยจะได้อภิปรายผลของการศึกษากระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง ในประเด็นสำคัญและน่าสนใจ ดังนี้

1. บริบทชุมชนและสภาพการจัดการของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวในลักษณะเดียวกัน มีหลักการทำงานการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนคล้ายคลึงกัน คือ ด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการผลิต และด้านการตลาด การลงทุนในการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง ส่วนใหญ่เงินลงทุนมาจากระดมทุน โดยการออมหุ้นของประธานกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่มมาร่วมกันลงทุน โดยจะใช้เงินส่วนตัวในการลงทุน เมื่อครบปีมีการปันผลให้กับสมาชิก ได้เงินปันผลในการผลิต มีโรงสีในการผลิตข้าวได้ขนาด 10 ตัน/วัน เพื่อคัดข้าวสารที่มีคุณภาพ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน จะขายข้าวเฉพาะคนในชุมชน ต่อมาได้ขยายตลาด โดยนำผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปไปขายในงานต่าง ๆ ในมหกรรมข้าว งาน OTOP ทั้งในอำเภอและจังหวัด สอดคล้องกับงานวิจัยของลำยอง ปลั่งกลาง และคณะ ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจ ชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ก่อตั้งขึ้นมาด้วยการรวมตัวกันเองของสมาชิก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดมากกว่าภายในชุมชน ความรู้ในการผลิตได้มาจากญาติพี่น้อง เงินทุนและเงินหมุนเวียนมาจากสมาชิกกลุ่ม การดำเนินงานของกลุ่มได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานในท้องถิ่นไม่มากนัก แต่ได้รับการ



สนับสนุนจากผู้นำในตำบลและหมู่บ้านมากกว่า ในส่วนของหน่วยราชการนั้น ได้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนกลุ่มด้วยการให้ความรู้ เงินทุนและส่งเสริมการตลาด (ลำยอง ปลั่งกลางและคณะ, 2550)

2. การพัฒนาคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง

กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานี ประกอบด้วยวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวบ้านบางเตื่อ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวเกษตรกรฟากคลอง วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวบ้านหนองแวน และวิสาหกิจชุมชนบ้านดอนหวาย การศึกษาพบว่า 1) การพัฒนาคุณค่าของผลิตภัณฑ์ข้าว ก่อเกิดคุณค่าความรักความสามัคคีทางจิตใจในกลุ่มและการทำงานเป็นกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว ได้รื้อฟื้นวัฒนธรรมและคุณค่าทางภูมิปัญญาเดิม ของการทำนาแบบดั้งเดิมของคนรุ่นเก่า มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวในยุคปัจจุบัน ให้เกิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) การพัฒนามูลค่าเพิ่ม โดยพัฒนาด้านการผลิตสายพันธุ์ข้าว เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านโภชนาการ พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ตราฉลาก และพัฒนาด้านการตลาด พัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย face line ให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง เพื่อให้ผู้ซื้อเข้าถึง มีประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้นำกลุ่ม สามารถแปรรูปข้าวอินทรีย์ปลอดสารพิษ ได้รับการรับรองมาตรฐานข้าว GMP และได้รับรางวัลต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง

ด้านการผลิตของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง ได้มีกระบวนการฝึกอบรม โดยมีเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ ในกระบวนการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว สามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่ม ตั้งแต่การพัฒนาสายพันธุ์ข้าวจนถึงการบรรจุผลิตภัณฑ์ และตราฉลากผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว โดยส่งผลให้ตัวข้าวมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม คือ ผู้ซื้อ/ผู้บริโภคที่ตอบสนองความต้องการมากขึ้น สอดคล้องกับรายงานการวิจัยของลัดดา วิริยางกูร ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการสินค้าข้าวต่อความมั่นคง ด้านอาหารของประเทศไทย” พบว่า การดำเนินงานโครงการพัฒนาและส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพมาตรฐานตามระบบ GAP ของกรมการข้าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในช่วงปี 2550 ถึงปัจจุบัน กลุ่มเกษตรกรที่ใช้เป็นกรณีศึกษา 2 กลุ่ม คือวิสาหกิจชุมชนบ้านอุ่มแสง ต.ดู่ อ.ราชสีห์ จ.ศรีสะเกษ และวิสาหกิจชุมชนบ้านเขากลาง อ.คอนชน จ.พัทลุง ทั้ง 2 กลุ่มดำเนินการผลิตข้าวคุณภาพปลอดภัย ได้มาตรฐานตามระบบ GAP ผลผลิตข้าวสามารถจำหน่ายได้ราคาสูงขึ้นกว่าข้าวทั่วไป ทำให้ชาวนามีรายได้ที่เหมาะสม และมีกำไรจากการทำนา เป็นชาวนาที่ไม่ได้รับผลกระทบจากโครงการรับจำนำข้าวเหมือนกับชาวนาทั่วไป หลักการสำคัญที่ทั้ง 2 กลุ่มเกษตรกรใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการผลิตข้าว ประกอบด้วย 3 หลักการ คือ ประการแรกคือ การลดต้นทุนการผลิต เป็นพื้นฐานที่



ทำให้เกษตรกรสามารถพัฒนาระบบการผลิตไปสู่การผลิตข้าว GAP ที่มีความปลอดภัยและคุณภาพมาตรฐาน เพราะเป็นการลดการใช้ปัจจัยการผลิตอย่างฟุ่มเฟือย และลดการใช้สารเคมี ประการที่ 2 คือ ทั้ง 2 กลุ่มพัฒนาการผลิตด้วยระบบการผลิตข้าว GAP ผลิตข้าวปลอดภัย และประการที่ 3 คือ การเชื่อมโยงไปสู่ระบบตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าข้าวด้วยคุณภาพที่ผู้บริโภคเชื่อมั่น หลักการเหล่านี้ จะเป็นแนวทางสำคัญที่ทำให้ชาวนาสามารถพึ่งพาตนเองได้ และเป็นพื้นฐานของความมั่นคงด้านอาหารของครอบครัว และต่อเนื่องถึงระดับชุมชนในภาพรวมต่อไป (ลัดดา วิริยางกูร, 2557)

3. วิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง

การวิเคราะห์กระบวนการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางทั้ง 4 วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดอุทัยธานีนั้น เมื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค จากการสนทนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 4 แห่ง แต่ละวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นและสอดคล้องกัน คือ ราคาลากบรรทุกยังไม่ชัดเจน ไม่โดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ/ผู้บริโภค ประกอบกับช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ สมาชิกกลุ่มยังเข้าไม่ถึงเท่าที่ควร ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาราคาลากเดิม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวปลอดภัยให้เกิดการพัฒนา ผลของการปรับปรุงราคาลากผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวใหม่ พบว่า ความสวยงามของฉลากสินค้า ราคาสัญลักษณ์ มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แปรรูป ข้าวสวยงาม เห็นชัดเจนชัดเจน มี QR Code ที่สามารถอ่านสรรพคุณคุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวและเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ราคาลากผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวสื่อถึงสินค้าที่ปลอดภัย ที่เกิดจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผู้บริโภคหายห่วงและรายได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเกิดการสะดวกและทันสมัย การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีราคาลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะทำให้กลุ่มมีความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ และเกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ทำให้เพิ่มมูลค่าเพิ่ม ผู้ซื้อ/ผู้บริโภคจดจำราคาลากผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพร ยางประยงค์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนควรจะมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น ฉลาก ราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งผลการดึงดูดผู้บริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ (ประภาพร ยางประยงค์, 2552) สอดคล้องกับงานวิจัยของชาติรี บัวคลี ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน” พบว่า สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 6 ผลิตภัณฑ์ มียอดขายลดลง เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจถดถอย จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น ราคาวัตถุดิบถูก จุดด้อย คือ อายุการเก็บรักษาสั้นและการหาช่องทางการสื่อสารการตลาด โอกาส คือ นโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของรัฐบาล และอุปสรรค



คือ ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนปัญหา คือ ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงงบประมาณในการสนับสนุนจากภาครัฐ ผลประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากผลิตภัณฑ์เดิม พบว่า มีความพึงพอใจระดับน้อยทุกผลิตภัณฑ์ ข้อค้นพบที่โดดเด่น คือ ข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ต้องสะท้อนมาจากปัญหาและความต้องการภายในของผู้มีส่วนร่วมซึ่งสะท้อนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการวิจัย (ชาติรี บัวคลี, 2561)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด พาณิชย์จังหวัด ควรจัดหางบประมาณในการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวของวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น

2) หน่วยงานภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนส่งเสริมด้านการฝึกอบรม ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ต่อยอดความรู้แก่กลุ่มและสมาชิกกลุ่มฯ โดยจัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถมาฝึกอบรมปฏิบัติ เพื่อให้สามารถนำองค์ความรู้ใหม่ มาสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวอินทรีย์ปลอดสารพิษ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1) พฤติกรรมผู้บริโภค/ผู้ซื้อ ควรมีการสำรวจความต้องการของผู้ซื้อ/บริโภคให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

2) สำรวจความต้องการของกลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์กระบวนการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ในการพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว

3) จัดทำกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ให้มีความโดดเด่นดึงดูดสนใจและมีคุณภาพ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนภายในชุมชน ควรปรับการเรียนรู้ในการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ เพื่อช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว

2.) การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ทั้งรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์และตราฉลาก ช่วยดึงดูดความสนใจผู้ซื้อและผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายให้เดินทางเข้ามาที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนาช่องทางการสร้างรายได้ให้กับชุมชนส่งเสริมอย่างยั่งยืน



3) ควรมีการศึกษากระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่นอย่างจริงจัง โดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชน ได้รับการยอมรับในระดับมาตรฐานที่สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2545). *ประมวลสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพมหานคร : หจก.บางกอกบลิ๊อค.
- ชาตรี บัวคลี่. (2561). การออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. *รายงานการวิจัย*. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียว.
- ประภาพร ยางประยงค์. (2552). แนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษา วิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. *รายงานการวิจัย*. สาขาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ลัดดา วิริยางกูร. (2557). การบริหารจัดการสินค้าข้าวต่อความมั่นคง ด้านอาหารของประเทศไทย. *รายงานการวิจัย*. หลักสูตรนักบริหารการทูต สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ.
- ลำยอง ปลั่งกลางและคณะ. (2550). การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจ ชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *รายงานการวิจัย*. พระนครศรีอยุธยา : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.