

ทุนมนุษย์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนชนมเทียนแก้ว :
ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
บ้านหนองจอกพัฒนา อ.คลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร
Human Capital and The Community Product
Development Khanom Tien Kaew : In The
Promotion of Tourism OTOP Nawatwathi
Ban Nongchokpattana, Khlongklung District,
Kamphaengphet

สุวัชร หนู่มคำ¹
อิสราวัชร เฟื่องอิม²
Suwaphat Noomkham
Itsaravatchara Fuangim

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของการ
บริหารงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ชนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญาในการส่งเสริมชุมชน
ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี 2) ศึกษารูปแบบทุนมนุษย์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ชุมชนในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี 3) เพื่อหาแนวทางในการ
พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

¹อาจารย์, สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
กำแพงเพชร

²เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไป สำนักงานคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

และ 4) ศึกษาผลการใช้แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา โดยใช้หลักการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มเป้าหมายโดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ 2 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน 3 คน กลุ่มผู้ดูแลและสนับสนุน 3 คน และตัวแทนนักวิชาการ 1 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของกลุ่มเป็นการบริหารงานภายใต้ระบบเศรษฐกิจชุมชน ครอบคลุมเป็นหน่วยการผลิต แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด มีการจ้างแรงงานบางส่วนซึ่งเป็นคนในชุมชน ไม่ได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการใดๆ มีการรับซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ จากชุมชน การผลิตขนมเทียนแก้วมีการสืบทอดจากภูมิปัญญาที่ได้รับการต่อยอดและนำมาพัฒนาจนประสบความสำเร็จ แต่ภูมิปัญญามีได้มีการถ่ายทอดออกไปสู่ชุมชนเป็นเพียงการถ่ายทอดให้กับคนในครอบครัวเท่านั้นเพราะมีความหวงแหนและเป็นความลับในการสืบทอดของวงศ์ตระกูล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า รูปแบบของทุนมนุษย์ที่สำคัญที่ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วได้รับการพัฒนาต่อยอดเรื่อยมา คือ รูปแบบของทุนทางปัญญา ที่ประกอบไปด้วยความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และการพัฒนาตนเองตลอดเวลาของเจ้าของผลิตภัณฑ์ รวมถึงทุนทางสังคมที่เป็นลักษณะเครือข่ายทางสังคมเพื่อให้พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ทันโลก และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาต่อยอด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขนมเทียนแก้ว คือ การพยายามปรับปรุง เรียนรู้ พัฒนา ต่อยอดทั้งตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ มาตรฐานการผลิตต่าง ๆ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ แม้จะมีข้อจำกัดในส่วนของตัวขนมเองที่เป็นขนมสดส่งผลต่อการเก็บรักษา หรือในเรื่องของสถานที่ดำเนินการผลิตที่ถูกมองว่ายังไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยที่มีการกำหนดไว้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่า ผลลัพธ์เห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมว่า ยังพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็ยังมีมูลค่าเพิ่ม มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก และสามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชนได้อย่างมั่นคง นอกจากนี้ผลของการพัฒนาดังกล่าว ยังเป็นต้นแบบให้บุคคล องค์กร หน่วยงานภายนอกได้เข้ามาเรียนรู้แนวทางในการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อถอดบทเรียนและนำไปปรับใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้อีกด้วย

คำสำคัญ: ทุมนมนุษย์, แนวทางพัฒนา, OTOP นวัตวิถี

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the current conditions of the administration of the product group of Khanom Tien Kaew products from local wisdom to promote the OTOP Nawatwithi Tourism-Based Communities, 2) study the human capital models and community product development in promoting community tourism, OTOP Nawatwithi Tourism-Based Communities 3) search for guidelines of products' development and enhancement for promoting the OTOP community for tourism, Nawatwithi Tourism-Based Communities and 4) study the results of the use of products' upgrading and guidelines of the development in promoting community tourism, OTOP Nawatwithi Tourism-Based Communities of Khanom Tein Kaew products from local wisdom, using the principles of in-depth interviews and small group discussions with the target audience Purposive Sampling divided into 4 groups, namely, 2 know ledgers, 3 practitioners, 3 care and support, and representatives. 1 scholar, totaling 9.

According to objective 1, it was found that the current situation of the group was managed under the community

economic system. The families were production units; therefore, the labor of family members was the most important factor. Some of the workers were hired in the community without committee appointment. There was a purchase of raw materials from the community. The production Khanom Tien Kaew was inherited from the wisdom that had been developed from the learning experience, studying and, developing to be successful; however, wisdom was not transmitted to the local community. It was only passed on to the families because there was a jealousy and secret in the inheritance of the families.

According to objective 2, it was found that the Important forms of human capital model that significantly helped make the Khanom Tein Kaew product developed and continued to be successfully. Is a form of intellectual capital which comprises of the knowledge, skills, experience and constant self-development of the product owner. Including social capital that is a social network. for to learn new things to keep up with the world and accept the opinions of others in order to improve and develop further.

According to objective 3, it was found that the guidelines for products' development and enhancement of the Khanom Tein Kaew product group were to try to improve, learn, develop, and extend the product, packaging, various production standards which had been kept changing in a good direction. Yet, there was a limit on the part of the dessert itself that was fresh, affecting the preservation or the matter of production locations that were seen as not yet up to standard criteria for the selection of OTOP's criteria that was defined.

According to objective 4, it was found that. The results were clear and concrete that the more the product was developed, the more value it added. It could also be generated stable income for families and communities. Apart from the results of such development, it could also be a role model for individuals, organizations, and external organizations to come in to learn ways of development to take lessons and be used to develop other products as well.

Keywords: Human Capital, Developmental Guidelines, OTOP
Nawatwithi

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ ให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชน มีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มีการบรรจุแนวคิดซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และในส่วนของกระทรวงมหาดไทยเองก็ได้ระบุให้การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหนึ่งในพันธกิจของการดำเนินงาน

รัฐบาลยุคสมัย ดร.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี มีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างรายได้และความเจริญเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ในรูปแบบการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีแนวทางให้คนในแต่ละชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการการพัฒนาสินค้าควบคู่ไปกับความทันสมัยที่สามารถต่อยอดส่งออกไปขายต่างประเทศได้ ซึ่งสินค้าแต่ละชิ้นเป็นทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น แล้วนำมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคทุกคนได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามกลับพบว่า ผลิตภัณฑ์ของ

คนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ ต้องออกไปขายสินค้าตามที่ต่าง ๆ ไม่มีความสุข รายได้ไปตกอยู่กับผู้ประกอบการคนเดียว หรือบางกลุ่ม ไม่กระจายถึงประชาชนกลุ่มใหญ่ในชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานราก ไม่ประสบผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร

ปัจจุบันเราเข้าสู่ยุคการเปลี่ยนผ่านจากโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล มาสู่โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่ถูกขับเคลื่อนพัฒนาประเทศตามโครงการ “ไทยนิยม ยั่งยืน” ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มีนโยบายที่จะลดความเหลื่อมล้ำของสังคม มุ่งสร้างรายได้และความเจริญ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกันกับภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งคำว่า “นวัตวิถี” เกิดจากการนำคำว่า “นวัตกรรม” ผสมกับคำว่า “วิถีชีวิต” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยไม่ใช้การนำสินค้าที่มีความโดดเด่นของชุมชนออกไปวางเสนอขายนอกแหล่งชุมชนอย่างที่เคยมีมาแต่เป็นการนำผู้คนจากข้างนอก เข้าไปสัมผัสวิถีชีวิต เรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ อาหารการกิน และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนนั้นๆ มีการใช้เสน่ห์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ แปลงเป็นรายได้ ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้อยู่กับคนในชุมชนโดยรอบ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง (กระทรวงมหาดไทย, กรมการพัฒนาชุมชน 2561 หน้า 2-3)

“เศรษฐกิจฐานราก” คือ ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นที่สามารถพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เป็นเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาบนรากฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมมาเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาด้านอื่นๆ ในพื้นที่ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน (คณะอนุกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก, 2559, หน้า 19) เศรษฐกิจชุมชนจึงถือเป็นเศรษฐกิจสำหรับคนทั้งมวลเพราะประชาชนจะต้องมีการรวมตัวร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมได้รับประโยชน์เพื่อการอยู่ร่วมกัน (กนิษฐา

แยมโพธิ์ใช้, 2550, หน้า 42-43) มีการดึงทุนที่สำคัญออกมาใช้ไม่ว่าจะเป็นทุนทางปัญญา ทุนทางสังคม หรือทุนทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดต่อไป

หากกล่าวถึงทุนทางปัญญา เราจะพบว่า “ทุนทางปัญญา” ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ ทุนมนุษย์ ซึ่ง ทุนมนุษย์ หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตัวเอง เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) ประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญ และแตกต่างจากสินทรัพย์ประเภทอื่น เนื่องจากทุนมนุษย์ไม่สามารถซื้อขายได้และเป็นประโยชน์กับเจ้าของกรรมสิทธิ์เท่านั้น นอกจากนั้น ทุนมนุษย์ยังปราศจากค่าเสื่อมราคาซึ่งแตกต่างจากสินทรัพย์ประเภทอื่นๆ (ยกเว้นที่ดิน) องค์การสามารถพัฒนาทุนมนุษย์ด้วยการส่งเสริมให้บุคลากรเล็งเห็นความสำคัญของการเรียนรู้จากงานในปัจจุบัน เรียนรู้แนวทางการพัฒนาอาชีพในอนาคต และเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงของโลกและสภาพแวดล้อม หากองค์การพัฒนาทุนมนุษย์ด้วยการเพิ่มพูนประสบการณ์การเรียนรู้ และพัฒนาทักษะต่างๆ ก็จะได้เพิ่มมูลค่าทุนให้แก่สมาชิกในองค์การ ชุมชน ท้องถิ่น และเสริมสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์การได้อีกทางหนึ่ง (รติพร ถึงฝั่ง และโกศล จิตวิรัตน์, 2552, หน้า 4) ทุนมนุษย์เกิดขึ้นจากการตกผลึกทางความรู้ ความสามารถและทักษะของปัจเจกบุคคล ส่งผลต่อความเฉลียวฉลาดของปัจเจกบุคคลเกิดเป็นทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ขององค์การ องค์การใดมีทุนทางปัญญาที่เหมาะสมจะทำให้องค์การนั้นก้าวสู่การเป็นผู้นำอุตสาหกรรมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบของทุนมนุษย์ที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ภูมิปัญญาการทำขนมเทียนแก้ว ที่มีความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ของบ้านหนองจอกพัฒนา หมู่ที่ 9 ตำบลท่ามะเขือ อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร เป็นการประกอบการขนาดย่อมของครัวเรือนที่เกิดจากภูมิปัญญาของนายวิเชียร เอี่ยมรักษา ที่ต่อยอดดัดแปลงมาจากขนมเทียนที่คนส่วนใหญ่รู้จัก ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาจนมีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตนเอง จนได้รับ

การยกย่องให้เป็นผลิตภัณฑ์ดีเด่น OTOP ระดับ 4 ดาวถึง 4 ปีซ้อน ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จึงทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันของการบริหารงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญาท้องถิ่นรูปแบบทุนมนุษย์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้ว ทั้งนี้ยังรวมถึงจะเป็นการหาแนวทางในการพัฒนาเพื่อยกระดับและส่งเสริมชุมชนดังกล่าวอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
2. เพื่อศึกษารูปแบบทุนมนุษย์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา
3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา
4. เพื่อศึกษาผลการใช้แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา

คำถามการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของการบริหารงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นอย่างไร
2. รูปแบบทุนมนุษย์ที่เหมาะสมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญาควรเป็นรูปแบบใด

3. แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มชนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญาควรเป็นอย่างไร

4. ผลที่ได้จากการใช้แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญาเป็นอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาให้ความสำคัญกับการศึกษาใน 3 ประเด็น ได้แก่

- 1) รูปแบบทุนมนุษย์ เป็นการทำความเข้าใจถึงรูปแบบทุนมนุษย์
- 2) แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชน

3) สภาพปัจจุบันของการบริหารงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ชนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม วัฒนธรรมที่ยังคงสืบต่อมาถึงปัจจุบัน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) เป็นพื้นที่ในการผลิตชนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญาบ้านหนองจอกพัฒนา หมู่ที่ 9 ตำบลท่ามะเขือ อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่ง จากการศึกษาข้อมูลพบว่า กลุ่มดังกล่าวเป็นการดำเนินการในลักษณะผู้ประกอบการรายเดียวที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการตนเอง มีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของตนเองจนมีความโดดเด่นและมีชื่อเสียงและเข้าร่วมในโครงการ “OTOP นวัตวิถี”

3. ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติในการเป็นตัวแทนที่มีความเกี่ยวข้อง และมีความรู้ ความเข้าใจในปรากฏการณ์การที่เกิดขึ้น เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ที่สามารถให้ความกระจ่างในแง่มุมต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ 2 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ 3 คน กลุ่มผู้ดูแลและสนับสนุน 3 คน และตัวแทนนักวิชาการ 1 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตระยะเวลาในการดำเนินการเป็นช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งระยะเวลาดังกล่าวครอบคลุมถึงการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาด้วย

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ทุนมนุษย์ หมายถึง ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ และศักยภาพในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ที่สะสมอยู่ในตัวมนุษย์นอกจากนั้นทุนมนุษย์ยังเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคล ที่ไม่สามารถเปลี่ยนถ่ายให้กับบุคคลอื่นได้

OTOP นวัตกรรม หมายถึง การร่วมสุข ร่วมวิถี และร่วมสมัย โดยการพัฒนา OTOP ด้วยนวัตกรรม เพิ่มมูลค่าฐานวิถีชีวิตชุมชน สร้างสรรค์ สร้างเสน่ห์อัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชนให้มีคุณค่า และสร้างตลาดใหม่ในชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ (คู่มือบริหาร OTOP นวัตกรรม, 2561, กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความต้องการในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลง พัฒนา สร้างสรรค์ ต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์เดิมเป็นการสร้างผลกำไรให้กับผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนในการศึกษา

เพื่อให้แนวทางในการดำเนินการศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนในการศึกษาออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือในการศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5 การหาแนวทางการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ขนม

เทียนแก้ว บ้านหนองจอกพัฒนา อ. คลองขลุง จ. กำแพงเพชร

ขั้นตอนที่ 6 การสรุปผลและการอภิปรายผลการศึกษา

วิธีการศึกษา

ผู้ศึกษามีวิธีการศึกษาใน 3 แนวทาง ดังนี้

- 1) การศึกษาจากข้อมูลเอกสาร (Document Study)
- 2) การศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
- 3) การศึกษาโดยการจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างไว้แน่นอน แต่เป็นเพียงการกำหนดประเด็นที่ใช้การศึกษา และสามารถเพิ่มเติมประเด็นที่น่าสนใจขณะทำการเก็บข้อมูลและข้อคำถามในการสนทนากลุ่มย่อย รวมถึงเครื่องมือด้านอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ กล้องบันทึกภาพ เครื่องบันทึกเสียง และสมุดจดบันทึก ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเริ่มจากขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การเข้าสนาม (Field) ผู้วิจัยได้เริ่มเข้าพื้นที่โดยแจ้งความจำนง และชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ผู้ให้ข้อมูลรับทราบและยินยอมเข้าร่วมวิจัย
2. สร้างสัมพันธภาพกับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ โดยการสนทนาเรื่องทั่วไป ไปที่ผู้ให้ข้อมูลสนใจก่อน
3. ดำเนินการสัมภาษณ์ตามข้อคำถามที่เตรียมไว้
4. พิจารณาทบทวนดูว่าคำตอบใดยังไม่สมบูรณ์ หากพบว่ายังได้คำตอบไม่ชัดเจน จะย้อนถามใหม่ในเชิงทบทวนให้เรียบร้อยก่อนที่จะเลิกสัมภาษณ์

5. เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล เพื่อดูว่าคำตอบที่ได้สามารถตอบปัญหาการวิจัยได้ชัดเจน ครบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษาหรือไม่

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยจะใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation check) ซึ่งมีวิธีการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation check) คือ การตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมานั้นมีความถูกต้องหรือไม่

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation check) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์พร้อมทั้งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อนำพฤติกรรมที่สังเกตพบ ตลอดจนปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาเชื่อมโยงว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะกระทำไปพร้อมกับการรวบรวมข้อมูลตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย มีการแสดงข้อมูลเพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปของการพรรณนา อันเป็นผลมาจากการเชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกัน และหาข้อสรุป ที่ความและตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัยว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยสรุปและตีความหมายออกมาอยู่ในรูปของคำอธิบาย และนำผลการวิจัยมาเขียนเป็นรายงานต่อไป

การสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

หลังจากที่ได้วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาแล้วเสนอผลการศึกษา โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ แล้วก็จะดำเนินการสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย โดยนำมาเปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎีและเอกสารทางวิชาการที่ศึกษามาแล้วว่าสอดคล้องกันหรือไม่ อย่างไร พร้อมทั้งแสดงข้อเสนอแนะในการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

1) ข้อมูลประวัติความเป็นมาของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้ว

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา เป็นการริเริ่มกันภายในครอบครัวของนายวิโรจน์ เอี่ยมรักษา และนางพัชรินทร์ รอดสมจิต สองสามีภรรยา ผู้มีอาชีพรับราชการครู แต่มีใจรักในการทำอาหาร และขนมไทย จึงได้คิดทำรับประทานภายในครอบครัว ซึ่งวันหนึ่งได้มีโอกาสดำเนินการไปพบเห็นการทำขนมเทียนที่แปลกใหม่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ จึงนำมาดัดแปลงเพิ่มเติมจนกลายเป็นขนมเทียนแก้ว และมีการเรียนรู้ต่อยอดพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งจนเกิดเป็นศักยภาพของกลุ่ม ซึ่งจะทำให้กลุ่มนั้นมีความสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขั้นได้จนกระทั่งปัจจุบัน

2) การบริหารจัดการกลุ่มขนมเทียนแก้ว พบว่า กลุ่มมีการเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ในลักษณะการดำเนินงานแบบผู้ประกอบการรายเดี่ยว เป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มีครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด หากจะมีการจ้างแรงงานบ้างในบางช่วงฤดูกาล แต่ส่วนใหญ่จะพึ่งแรงงานในครอบครัว พึ่งทรัพยากรท้องถิ่น มีเงินทุนหมุนเวียนในชุมชน พึ่งตัวเองและพึ่งชุมชนก่อน มีการเรียนรู้ต่อยอดและพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์มาเรื่อยๆ มีการปรับปรุงรสชาติให้เหมาะสมกับคนในพื้นที่และผู้บริโภค ใช้คำติชมของผู้บริโภคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการปันรายได้บางส่วนกลับคืนสู่ชุมชนด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษารูปแบบทุนมนุษย์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา

จากการศึกษา พบว่า รูปแบบของทุนมนุษย์ที่สำคัญที่ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วได้รับการพัฒนาต่อยอดเรื่อยมา คือ รูปแบบของทุนทางปัญญา ที่ประกอบไปด้วย ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และการพัฒนา

ตนเองตลอดเวลาของเจ้าของผลิตภัณฑ์ รวมถึงทุนทางสังคม ที่เป็นลักษณะเครือข่ายทางสังคม ที่ต้องเปิดโลกทัศน์ให้พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ทันโลก และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาต่อยอด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา

1) แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์

พบว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์มีแนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยการเรียนรู้ พัฒนาต่อยอดประสบการณ์ตนเองอย่างไม่หยุด มีการสร้างเครือข่ายเพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ ไปเรียนรู้ ไปอบรม ไปศึกษา ไปดู ไปทำ แล้วกลับมาพัฒนาปรับปรุงต่อยอดผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ประธานกลุ่มหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่สร้างสรรค์ปรับเปลี่ยนรูปแบบปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว มีการคิดค้นออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม เป็นการสร้างสภาพทางการแข่งขัน ลดการเสี่ยงภัยทางการตลาดที่ลูกค้าเสื่อมความนิยมลง และยังเป็นการสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

2) แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับจาก 4 ดาวเป็น 5

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขนมเทียนแก้ว ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ได้พยายามหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับขนมเทียนแก้วจาก 4 ดาว เป็น 5 ดาว (ระดับ 5 ดาว คือ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก) ตลอดเวลาทั้งพยายามปรับปรุงตัวสินค้า บรรจุภัณฑ์ หีบห่อ ต่าง ๆ แต่ด้วยข้อจำกัด ทั้งในส่วนของตัวขนมเองที่เป็นขนมสด ส่งผลต่อการเก็บรักษาดูแล ทำให้มีผลต่อโอกาสทางการตลาดสู่ตลาดสากล ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดหนึ่งในเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยที่มีการกำหนดไว้ ซึ่งเจ้าของผลิตภัณฑ์มีได้ยี่ห้อที่จะพัฒนา แต่ด้วยความที่สามารถรักษาคุณภาพของตัวขนมไว้จนเป็นที่ยอมรับ รู้จัก และสามารถอยู่ได้ด้วยตนเองจึงไม่ยากที่จะคืนรนเพื่อยกระดับต่อไปนั่นเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อศึกษาผลการใช้แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วจากภูมิปัญญา

ผลลัพธ์ที่ได้จากการพัฒนา ต่อยอด อย่างไม่หยุดนิ่งนั้น ส่งผลในระยะยาว ดังตัวอย่างของกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมเทียนแก้วที่มีการพัฒนาแบบไม่หยุดยั้ง ใช้ประสบการณ์เดิม เพิ่มเติมเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ทำให้ขนมเทียนแก้วมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วจนกระทั่งปัจจุบันนั่นเอง นอกจากนี้ผลของการพัฒนาดังกล่าว ยังเป็นตัวอย่างให้บุคคล องค์กร หน่วยงานภายนอกได้เข้ามาเรียนรู้แนวทางในการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนได้อีกด้วย

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 1 ผลการศึกษาสภาพของกลุ่มเป็นลักษณะการดำเนินงานแบบผู้ประกอบการรายเดี่ยว เป็นระบบเศรษฐกิจฐานรากระดับชุมชนที่มีครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต ไม่เน้นการแข่งขันแรงงานส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัว และมีการจ้างแรงงานบางส่วนจากคนในชุมชน มีการเรียนรู้ต่อยอดและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เรื่อยมา โดยใช้คำติชมของผู้บริโภคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการปันรายได้บางส่วนกลับคืนสู่ชุมชนด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานเขียนของ ธเนศ ศรีวินัยลำพันธ์ (2556, หน้า 2-3) ที่ให้ไว้ว่า เศรษฐกิจชุมชน คือ ระบบเศรษฐกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน มีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับครัวเรือน ทั้งในด้านการผลิต การบริโภค และการกระจายผลผลิต โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชน กล่าวคือ ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์บนพื้นฐานของความสามารถที่ชุมชนต่าง ๆ มีอยู่จากการใช้ “ทุนของชุมชน” ทั้งที่เป็นสินค้าทุน (เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตต่างๆ ฯลฯ) ที่มีอยู่หรือที่จัดหามาได้ตามศักยภาพ ทุนทางเศรษฐกิจ (ปัจจัยที่สนับสนุนให้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างสะดวกราบรื่น เช่น

แหล่งน้ำ ทรัพยากร การคมนาคมขนส่ง ฯลฯ) และทุนทางสังคม อาทิ วิธีการผลิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น โรงเรียน วัด เป็นต้น

การผลิตขนมเทียนแก้ว มีการสืบทอดจากภูมิปัญญาที่ได้รับการต่อยอดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ดู ศึกษา และนำมาพัฒนาจนประสบความสำเร็จ แต่ภูมิปัญญาได้มีการถ่ายทอดออกไปสู่ชุมชนท้องถิ่น เป็นเพียงการถ่ายทอดให้กับคนในครอบครัวเท่านั้นเพราะมีความหวงแหน และเป็นความลับในการสืบทอดของวงศ์ตระกูล

วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 2 พบว่า รูปแบบของทุนมนุษย์ที่สำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑขนมเทียนแก้วได้รับการพัฒนาต่อยอดเรื่อยมา คือ ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และการพัฒนาตนเองตลอดเวลาของเจ้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุนทางปัญญา ที่ช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กลุ่มได้ รวมถึงต้องมีทุนทางสังคม เพราะการมีเครือข่ายทางสังคมจะเป็นการเพิ่มโอกาสและช่องทางการพัฒนา ต้องเปิดโลกทัศน์ให้พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ทันโลก และต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาต่อยอด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัลย์ ปิ่นเกษ และคณะ (2560, หน้า 195) ศึกษาเรื่อง “ทุนมนุษย์: ตัวชี้วัดทุนมนุษย์ระดับองค์การ” ซึ่งจากการศึกษาทำให้เห็นว่าทุนมนุษย์มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาองค์การ ทุนมนุษย์เป็นสินทรัพย์ที่มีคุณค่า ช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์การ และนำมาสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้ นอกจากนี้งานเขียนของอภิลักขณ์ ธรรมวิมุติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2560, 1583) ได้ศึกษาเรื่อง ทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผลการศึกษามีความเห็นสอดคล้องว่า ทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถเสริมสร้างศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการของไทยโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในการสร้างนวัตกรรม และมูลค่าเพิ่มจากความคิดของผู้คนในท้องถิ่น เสริมสร้างด้วยการแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชน การตั้งปณิธานในการชวนขยายความรู้เพิ่มเติม การทำงานเป็นทีม การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ในชุมชน จะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มี

ความสร้างสรรค์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 3 พบว่า แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชนมเทียนแก้ว ผู้ประกอบการซึ่งเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ได้พยายามหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับชนมเทียนแก้วจาก 4 ดาว เป็น 5 ดาว ตลอดเวลาทั้งพยายามปรับปรุงตัวสินค้าบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ แต่ด้วยข้อจำกัด ทั้งในส่วนของตัวชนมเองที่เป็นชนมสดส่งผลต่อการเก็บรักษาดูแล หรือในเรื่องของสถานที่ดำเนินการผลิตที่ถูกมองว่ายังไม่ได้มาตรฐาน ทำให้มีผลต่อโอกาสทางการตลาดสู่ตลาดสากล ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดหนึ่งในเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยที่มีการกำหนดไว้

ในส่วนของการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่สร้างสรรค์ปรับเปลี่ยนรูปแบบปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว มีการคิดค้นออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุญทวรรณ วิงวอน และคณะ (2557, หน้า 113-114) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อมอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ จะเน้นการเรียนรู้จากธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการลงมือปฏิบัติและมีการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง ด้วยการนำความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตและพิธีกรรมต่างๆ มาถ่ายทอดลงบนผลิตภัณฑ์เน้นการสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ ซึ่งทำให้เกิดแรงดึงดูดในการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ทางหนึ่ง และมีผลเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของสุดานอม ตันเจริญ (2562, หน้า 160-161) เรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจ

ชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ในภาพรวมแล้ว วิสาหกิจชุมชนควรพัฒนาสินค้า บริการ บรรจุภัณฑ์และป้ายผลากอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้พัฒนาความเป็นไทย หากเป็นสินค้าที่เชื่อมโยงกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตหรือสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและดึงดูดความสนใจ ได้มากที่สุดซึ่งจากผลการศึกษาสามารถสรุปให้เห็นได้ว่าการพัฒนาในเรื่องของผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นรสชาติ รูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ ป้ายผลาก สามารถช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 4 การศึกษาผลการใช้แนวทางในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ พบว่า สิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง คือ ความต้องการอยู่รอดของธุรกิจ และการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของตนเอง เห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมว่ายิ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็จะยิ่งมีมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และสามารถสร้างรายได้เพิ่มยอดขายให้กับครอบครัวได้อย่างมั่นคง นอกจากนี้ผลของการพัฒนาดังกล่าว ยังเป็นต้นแบบให้บุคคล องค์กร หน่วยงานภายนอกได้เข้ามาเรียนรู้แนวทางในการพัฒนา ต่าง ๆ เพื่อต่อยอดบทเรียนและนำไปปรับใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้อีกด้วย ซึ่งโดยภาพรวมแล้ว จะเห็นว่าความสำเร็จดังกล่าวเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายด้าน และด้านที่สำคัญที่สุด คือ กลุ่มมีทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพที่สามารถขับเคลื่อนพากลุ่มเจริญเติบโต มีชื่อเสียงได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพงษ์ศักดิ์ เห็นตระกูลดี (2556, หน้า 191-193) ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการและเงื่อนไขความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมะขามทอง ชุมชนก้าวหน้าพัฒนา เทศบาลเมืองท่าเรือพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า เงื่อนไขของความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องเริ่มจากการเรียนรู้และต่อยอดโดยมีปัจจัยหลายด้านที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใน

รูปแบบต่าง ๆ การสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ด้านวิสัยทัศน์ของผู้นำ การทำงานเป็นทีมและความร่วมมือของคนในชุมชน รวมถึงด้านความเข้มแข็งของชุมชนที่ต้องมีการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์สู่การดำรงชีวิตแบบพอเพียง ให้คนในชุมชนมีอาชีพ มีความผูกพันรักท้องถิ่น และร่วมกันพัฒนาเพื่อประโยชน์ของชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

เพื่อไม่ให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมเทียนแก้วสูญหายไป กลุ่มควรมีการจัดการความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมเทียนแก้ว และถ่ายทอดกระบวนการต่าง ๆ ออกมาให้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อประโยชน์ต่อลูกหลานสืบต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตขนมเทียนแก้วในเชิงบูรณาการ เพื่อให้สามารถนำรูปแบบการจัดการความรู้ไปใช้ในกลุ่ม องค์กร ชุมชน ที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นในลักษณะเดียวกัน ได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กนิษฐา แยมโพธิ์ใช้. (2550). บทบาทของทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนา
ในมิติเศรษฐกิจชุมชน:กรณีศึกษาตำบลตากออก อำเภอบ้าน
ตาก จังหวัดตาก. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- กระทรวงมหาดไทย, กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). คู่มือบริหาร
โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี. กรุงเทพฯ.
- กัลย์ ปิ่นเกษร, เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวัน และ จิราวรรณ คงคล้าย, ทุนมนุษย์
ตัวชี้วัดทุนมนุษย์ระดับองค์กร, วารสารบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(2)
- คณะอนุกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก. 2559. คู่มือ การส่งเสริม
การพัฒนา “ระบบเศรษฐกิจฐานราก” กรุงเทพฯ : สำนัก
สนับสนุนขบวน องค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการพัฒนา
สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)
- ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2556). การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน. คณะ
เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญทวรรณ วิงวอน, อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก และอัจฉรา เมฆสุวรรณ.
(2557). แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรม
ผลิตภัณฑ์ เชิงสร้างสรรค์ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงราย,9(1),
- พงษ์ศักดิ์ เห็นตระกูลดี, (2556). กระบวนการและเงื่อนไขความสำเร็จของ
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
แม่บ้านเกษตรกรรมมะขามทอง ชุมชนก้าวหน้าพัฒนา เทศบาลเมือง
ท่าเรือพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี, วิทยานิพนธ์
หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุดถนน ตันเจริญ (2562) เรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของ
วิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม, วารสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 7(2).

อภิลักษณ์ ธรรมวิมุตติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2560) ทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรม
และสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน Veridian E-
Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขา
มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(1), มกราคม – เมษายน
2560.