

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม
กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย

CREATING VALUE-ADDED PRODUCTS FROM LOCAL MATERIALS
IN A PARTICIPATORY MANNER BAN CHAIYA BASKETRY COMMUNITY GROUP,
MOO 4, SAKHRAI DISTRICT, NONGKHAI PROVINCE

ทรัพย์ อมรภิญโญ

Sup Amornpinyo

มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย
Khonkaen University, Nong Khai Campus

Received: April 29, 2020 / Revised: July 9, 2021 / Accepted: July 19, 2021

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย โดยแบ่งกระบวนการศึกษาออกเป็น 6 กระบวนการ ได้แก่ 1) ศึกษาประเภทผลิตภัณฑ์จากวัสดุภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) สร้างสรรค์ กลั่นกรอง และประเมินความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว 3) พัฒนาความคิดและทดสอบความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น 4) หาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว 5) สร้างสรรค์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม และ 6) สืบค้นความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากท้องถิ่น การวิจัยในครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) สนทนากลุ่มกับผู้เกี่ยวข้องในบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ทั้งหมด 4 กลุ่มประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้วิจัย ได้แก่ ผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์อาหาร 2) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประชาชนชาวบ้าน สมาชิกชุมชน หัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น 3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และ 4) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น รวมทั้งสิ้น 30 คน ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จากนั้นสืบค้นความคิดเห็นเกี่ยวกับต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยจัดให้มีสินค้าต้นแบบเพื่อทำการทดลองใช้ก่อนตอบคำถาม โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกอีกครั้งจากกลุ่มตัวอย่างเดิม แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ คือ กระจิบข้าวเหนียวที่ใช้ฝักตบชาเป็นวัสดุตกแต่งเก็บความร้อน และผลการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบพบว่า มีความโดดเด่น ในด้าน 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา

2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ 3) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น 4) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งส่งผลให้ชุมชนมีองค์ความรู้สามารถพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ของตนให้มีมูลค่าเพิ่ม ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยังคงอัตลักษณ์ทางภูมิปัญญาผสมผสานกับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และชุมชนได้มีการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นแบบในตลาดจริงพบว่า ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบสนองที่ดีต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนเห็นคุณค่าของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมจักสานของตน เกิดช่างจักสานรุ่นใหม่ในและนอกชุมชน เชื่อมั่นว่าสามารถสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่มแบบมีส่วนร่วม วัสดุท้องถิ่น ผู้ประกอบการชุมชน

Abstract

This research aims to study the participatory creation of value-added products from local materials of Ban Chaiya Basketry Community Group, Moo 4, Sakhrai District, Nong Khai Province. The current research is divided into six parts as follows: (1) a study the types of products produced from local materials, (2) the creation, scrutinizing, and evaluation of ideas about local products that may be suitable for tourists, (3) the development and testing of the ideas concerning local products, (4) the search for approaches to create added values to local products for tourists, (5) the creation of the prototype for the new local product with local participation, and (6) a survey of opinions concerning the prototype of local product. The research process comprised two parts. The first part was the qualitative research which was the participatory action research (PAR). A focus group discussion was conducted involving four groups of concerned people in Ban Chaiya, Moo 4, Sakhrai District, Nong Khai Province, i.e. 1) the group of researchers consisting of the researchers, experts on product processing, and experts on food science, 2) the group of main research informants consisting of local wisdoms, community members, and the head of the products from local materials group, 3) the group of research informants consisting of local products entrepreneurs, souvenir shop keepers, home stay service providers, and tourists, and 4) the group of experts consisting of experts on products from local materials. Altogether, 30 people participated in the focus group discussion. Part 2 was the quantitative research. The research sample totaling 300 people consisted of local products entrepreneurs, souvenir shop keepers, home stay service providers, involved work agencies personnel, tourists, and community development personnel. A questionnaire was used as the data collecting method. After that, a survey of opinions toward the prototype products was conducted by giving the prototype products for trial use before answering the questions. The research sample was purposively selected from the old research sample. The research data were processed and analyzed by a computer program. Statistics used for data analysis were descriptive statistics of percentage, mean, and standard deviation. As a research result, a product

suitable for the local area was obtained. This product is called Kratib, a cylindrical container for cooked sticky rice, which was made from the dried leave branches of water hyacinth plant. The results of trial use of the prototype Kratib indicated its outstanding features as follows: 1) it is made from natural material by local wisdom, 2) it keeps heat well and has good quality, 3) it has its own outstanding image, 4) it has its own background, and 5) it enhances economic strength of the community. Consequently, the community has gained the body of knowledge and can have a new value-added product that responds to the need of the customers while still retains the identity of local wisdom. The community has tried to sell the product in the real market and has found that the product receives good response from the customers resulting in the community recognizing the value of its own way of life and weaving culture. Also, the new generation of weavers both within and outside the community has emerged with the confidence that they can generate income and enhance the economic strength of the community.

Keywords: Participatory Value-added Creation, Local Materials, Community Entrepreneur

บทนำ

ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อนชื้น ซึ่งอุดมไปด้วยพรรณพืชที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง รัฐบาลหลายสมัยให้ความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากวัสดุท้องถิ่นแต่ขาดการเชื่อมโยงสู่มุมมองใหม่ทางการตลาด เศรษฐศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ บนรากฐานของภูมิปัญญาอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุท้องถิ่นของคนในชุมชนไม่สามารถยกระดับเข้าสู่ตลาดทางการค้าเชิงพาณิชย์ได้เท่าที่ควร (Sankamethawee et al., 2011) จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แต่ยังขาดการพัฒนายกระดับให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้นในเชิงพาณิชย์ การสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) หมายถึง การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าโดยเน้นประโยชน์ คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม (Chemsripong & Petmee, 2017) ต้องพิจารณาตั้งแต่ผู้ประกอบการ

ข้อมูลของลูกค้า การยึดติดในรูปแบบเดิม ไม่กล้าที่จะเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์มาจากการประยุกต์เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (De Chernatony, Harris, & Riley, 2000) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ทั้งในด้านแนวความคิด วัตถุประสงค์ตลอดจนกระบวนการ เพื่อสร้างคุณค่าทั้งด้านกายภาพและด้านจิตใจให้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า (Grace & Fridah, 2016: 139) ข้อมูลจากงานวิจัยของ Tekhanmag & Thampramuan (2020) มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นรูปแบบเดิม ในด้านคุณภาพ ความน่าสนใจ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นยังคงอยู่และเกิดคุณค่าเฉพาะตนจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม Chemsripong & Petmee (2017) ได้กำหนดแนวทางการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชนแล้ว ยังเป็นการพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้

ชุมชนมีรายได้มากขึ้น และยังมีการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในรูปแบบกลุ่มมากขึ้น Chomchuen & Jaiban (2015) ให้คำแนะนำว่าเราต้องเริ่มจากกระบวนการคิด เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า แล้วนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะตัว จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ทำการสำรวจจากการลงพื้นที่ด้วยตนเอง ช่วงเดือนมกราคม-มิถุนายน พบว่ากลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ประสบกับปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นไม่สามารถยกระดับมูลค่าให้สูงขึ้นได้ ซึ่งการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นเกิดคุณค่าจำเป็นต้องสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า Prommaroeng (2018) จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นให้เป็นรูปธรรมเพื่อนำผลไปขยายต่อให้กับชุมชนอื่น ด้วยการแก้ไขปัญหาร่วมกันบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม จากชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเป้าหมายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการชุมชนในภาคการเกษตร อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนไปพร้อมกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นรูปแบบหนึ่งของการวิจัยโดยมีวิธีการคือ การทำงานที่เป็นการสะท้อนผลการปฏิบัติงานที่เป็นวงจรแบบขดลวด (Spiral of Self-Reflecting) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การวางแผน (Planning) เป็นการสำรวจปัญหาร่วมกัน เพื่อให้ได้ประเด็นที่สำคัญที่ต้องการพัฒนา ตลอดจนการแยกแยะประเด็นของปัญหานั้น

2. การปฏิบัติ (Action) เป็นการนำแนวคิดมาวางแผนดำเนินการ โดยวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อทำการแก้ไขปรับปรุง

3. การสังเกต (Observing) เป็นการสังเกตความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยความรอบคอบ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่คาดหวังหรือไม่คาดหวัง โดยต้องอาศัยเครื่องมือในการเก็บรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลเข้าช่วย

4. การสะท้อนกลับ (Reflecting) เป็นการประเมินหรือตรวจสอบกระบวนการแก้ปัญหาหรือสิ่งที่เป็นข้อจำกัดอันเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติการ ผู้วิจัยและผู้เกี่ยวข้องจะตรวจสอบปัญหาในแต่ละแง่มุมซึ่งจะทำให้ได้แนวทางการพัฒนาและขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมที่นำไปสู่แผนการปฏิบัติต่อไป ซึ่งเป็นการวิจัยที่จำเป็นต้องอาศัยผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการสะท้อนกลับเกี่ยวกับการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการพัฒนา (Kemmis & McTaggart, 1988) กล่าวคือ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นการค้นหาคำถาม ความจริง โดยการนำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เข้ามามีส่วนร่วมในการแสวงหาข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือข้อสรุปที่ต้องการ โดยมีขั้นตอนที่สำคัญคือ เริ่มต้นด้วยการวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ และการประเมินผล แต่ถ้าผลการวิจัยยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสิ่งที่ต้องการได้ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนใหม่ นอกจากนั้นขณะดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยสามารถปรับปรุงแก้ไขแผนงานได้ตลอดเวลา เพื่อให้แผนงานมีความเหมาะสมกับสภาพจริงของการปฏิบัติงาน

การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าด้วยการเพิ่มคุณค่า Sareerat (2017) กล่าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ดังนี้ 1) การกำหนดรูปแบบคุณค่าของลูกค้า (Defining the Customer Value Model) ขั้นตอนนี้เริ่มต้นจากการระบุปัจจัยของผลิตภัณฑ์

ต่อการรับรู้คุณค่าของลูกค้า 2) กำหนดลำดับขั้นตอนของคุณค่าในสายตาลูกค้า (Building the Customer Value Hierarchy) แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ที่ปรารถนา และผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คาดหวัง 3) การตัดสินใจองค์ประกอบในคุณค่าที่จะส่งมอบให้ลูกค้า (Deciding on the Customer Value Package) เป็นการตัดสินใจองค์ประกอบต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษา การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเซรามิกด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ประเภทของใช้ตกแต่ง และของที่ระลึกจังหวัดลำปาง (Artitkawin, Inthakhan, & Thongsuk, 2019) ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการเกิดการพัฒนา สามารถผลิตสินค้าแบบใหม่ๆ ที่มีการพัฒนาในด้านอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีเรื่องเล่าของสินค้า มีลวดลายบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับชิ้นงานเซรามิก มีคุณค่าด้านสังคมและจิตใจ ซึ่งสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

วิธีการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบ่งออกเป็น

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การศึกษาเอกสารจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น และใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) รวมถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้วิจัย ได้แก่ ผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญด้านแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์อาหาร จำนวน 6 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกชุมชน หัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ

ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น จำนวน 4 คน รวม 30 คน เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) และตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยแต่ละขั้นตอนศึกษาบนพื้นฐานแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น ผ่านกระบวนการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การสังเกต (Observe) การปฏิบัติ (Action) และการสะท้อนผล (Reflect)

2. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผ่านการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ราย ได้ค่าระหว่าง 0.80-1.00 และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นไปทดลองใช้ (Tryout) จำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ใช้วัดความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ดังนี้ แบบวัดปัจจัยลักษณะทางกายภาพ 15 ข้อ ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.88 และแบบวัดปัจจัยความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.85 ข้อคำถามทั้งหมดใช้มาตราวัดแบบ 5-point Likert Scale (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยการเก็บแบบสอบถามครั้งที่ 1 เพื่อหาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อนำคะแนนที่ได้ไปจัดอันดับ 5 อันดับ และการเก็บแบบสอบถามครั้งที่ 2 จากการทดลองใช้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อสรุปผลโดยมีกลุ่มประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย และทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการ

สุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และนำมาบูรณาการความคิดเชิงสร้างสรรค์ กลั่นกรอง และประเมินความคิดสำหรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ทำการพัฒนาและทดสอบความคิด หาแนวโน้มการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อนำคะแนนที่ได้ไปจัดอันดับ 5 อันดับ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หลังจากนั้นทำการทดลองใช้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ สสำรวจความคิดเห็นจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 300 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การดำเนินการวิจัยนี้มีขอบเขตในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น โดยศึกษาทัศนคติจากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้านผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น และผู้ประกอบการชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 8 ขั้นตอน ได้แก่

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ พร้อมสำรวจข้อมูลเชิงพื้นที่จากผู้ประกอบการจำหน่ายของฝากและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยว และคนในชุมชนเขตพื้นที่จังหวัดหนองคาย

2. สร้างแบบสัมภาษณ์และตรวจสอบความถูกต้อง

3. สสำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้วิจัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มผู้ให้ข้อมูล และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 30 คน

4. ศึกษาค้นหาแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวนิยมที่มีความเหมาะสมสำหรับชุมชน โดยรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์

ผู้ประกอบการร้านของฝาก นักท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญ

5. สร้างแบบคัดกรองความคิดสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อหาแนวโน้มการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

6. นำแบบสอบถามที่มีการแสดงผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 300 คน พิจารณาความคิด แล้วนำคะแนนมาจัดอันดับ 5 อันดับ

7. ทำการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากผลิตภัณฑ์ที่ได้คะแนนสูงสุด พร้อมทั้งทดสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการ

8. ทำการสำรวจข้อมูลโดยการนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดลองใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน จำนวน 300 คน ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกอีกครั้ง จากกลุ่มตัวอย่างเดิม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

1.2 ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) การสำรวจกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

2.1 เก็บข้อมูลเพื่อหาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย ครั้งที่ 1 จำนวน 300 คน เพื่อนำไปสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์

2.2 เก็บข้อมูลการทดลองใช้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย ทั้ง 6 กลุ่ม กลุ่มละ 50 คน รวม 300 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Focus Group) ร่วมกับการสังเกต (Observing) กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว แล้วนำข้อมูลมาบูรณาการเพื่อสร้างสรรค์ความคิด กลั่นกรอง ประเมินความคิดและนำมาสังเคราะห์ข้อมูล (Synthesis) แล้วทำการสำรวจข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) นำเสนอแบบพรรณนาความ สำหรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พัฒนาความคิด และการทดสอบความคิด เพื่อหาแนวโน้มการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยว

2. การวิจัยเชิงปริมาณ เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามแล้ว นำข้อมูลทั้งหมดมาคัดเลือก จัดระบบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปและบรรยายคุณลักษณะของสิ่งที่สนใจ โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนตัว ปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิจัย

จากขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดต้องมาจากวัสดุในท้องถิ่น ซึ่งมีประโยชน์ในการใช้สอย สามารถผลิตได้โดยใช้วัสดุและทักษะของคนในชุมชน เพื่อส่งเสริมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมเครื่องจักสานไทย ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์และ

ภูมิปัญญาของไทย และสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน และส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน ได้แก่ 1) กระติบข้าวเหนียว 2) กระเป่า 3) หมวก 4) เสื้อ 5) ตะกร้า ตามลำดับ

จากขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.67 ส่วนใหญ่มีอายุ 55-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.05 สมรส/อยู่ด้วยกันคิดเป็นร้อยละ 78.81 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 80.95 มีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.90 กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งร้อยละ 50.00 มียอดเงินที่ซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มักจะซื้อสินค้าเกี่ยวกับหมวดช่วยให้ผ่อนคลายคิดเป็นร้อยละ 33.10 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 57.86 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมดังกล่าวโดยรวมในระดับ ดีมาก ($\bar{x} = 3.58, S.D. = 0.79$) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา (Root of Wisdom) ($\bar{x} = 3.80, S.D. = 0.62$) 2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ (Quality) ($\bar{x} = 3.67, S.D. = 0.75$) 3) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Brand Storytelling) ($\bar{x} = 3.54, S.D. = 0.68$) 4) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น (Product is Unique) ($\bar{x} = 3.50, S.D. = 0.92$) 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน (Enhance Community Economic Strengths) ($\bar{x} = 3.42, S.D. = 1.02$)

เมื่อนำข้อมูลในขั้นตอนเชิงคุณภาพและขั้นตอนเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ร่วมกันพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ได้แก่ กระติบข้าวเหนียวที่ใช้ฝักตบขวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน ผู้วิจัยร่วมกับชาวบ้าน จึงได้ 1) ออกแบบการใช้ฝักตบขวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว 2) ศึกษาความหนาของการใช้ฝักตบขวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว 3) ทำต้นแบบผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียว

ต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน

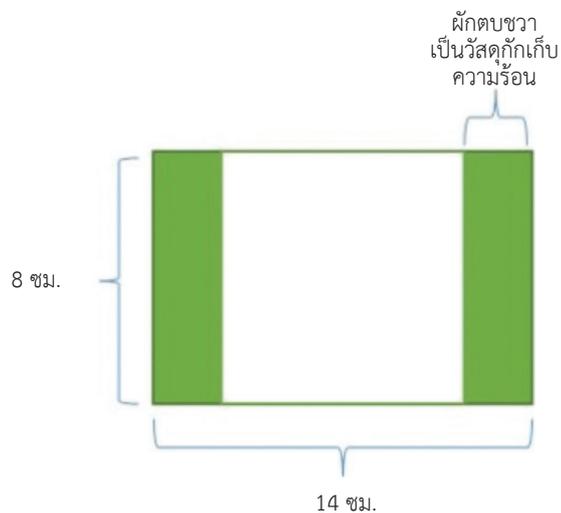
4) ศึกษาต้นทุนการผลิตกระบิบข้าวเหนียวที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน 5) ทำการทดลองระยะการเก็บความร้อนที่ดีที่สุดของผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน ได้แก่

1) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน หน้า 0.2 ซม. จำนวน 3 กระบิบ

2) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน หน้า 0.5 ซม. จำนวน 3 กระบิบ

3) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน หน้า 1.0 ซม. จำนวน 3 กระบิบ

4) วัดคุณสมบัติการเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวธรรมดา (ไม่มีวัสดุก็เก็บความร้อน) (กระบิบข้าวเปล่า) จำนวน 3 กระบิบ รวบรวมผลการทดลองทั้ง 12 กระบิบ ผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อนด้วยขนาด 8×14 ซม. ซึ่งเป็นขนาดเป็นที่นิยมของชาวบ้าน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความหนาของการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อนในกระบิบข้าวเหนียว

เมื่อได้ผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน ดังภาพที่ 1 ได้มีการทำผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน 3 ขนาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน หน้า 0.2 ซม. จำนวน 3 กระบิบ ผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวา

เป็นวัสดุก็เก็บความร้อน หน้า 0.5 ซม. จำนวน 3 กระบิบ ผลิตภัณฑ์กระบิบข้าวเหนียวต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน หน้า 1.0 ซม. จำนวน 3 กระบิบ โดยชาวบ้าน ผู้วิจัยได้ทำการผ่าครึ่งกระบิบข้าวเหนียวให้สามารถมองเห็นผักตบชวาที่ใช้เป็นวัสดุก็เก็บความร้อน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์กระทงข้าวเหนียวต้นแบบที่ผ้าครึ่ง ให้สามารถมองเห็นวัสดุที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุที่กักเก็บความร้อน

จากนั้นทำการทดลองเปรียบเทียบวัดคุณสมบัติ การเก็บความร้อนของผลิตภัณฑ์กระทงข้าวเหนียว ต้นแบบที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุที่กักเก็บความร้อนที่

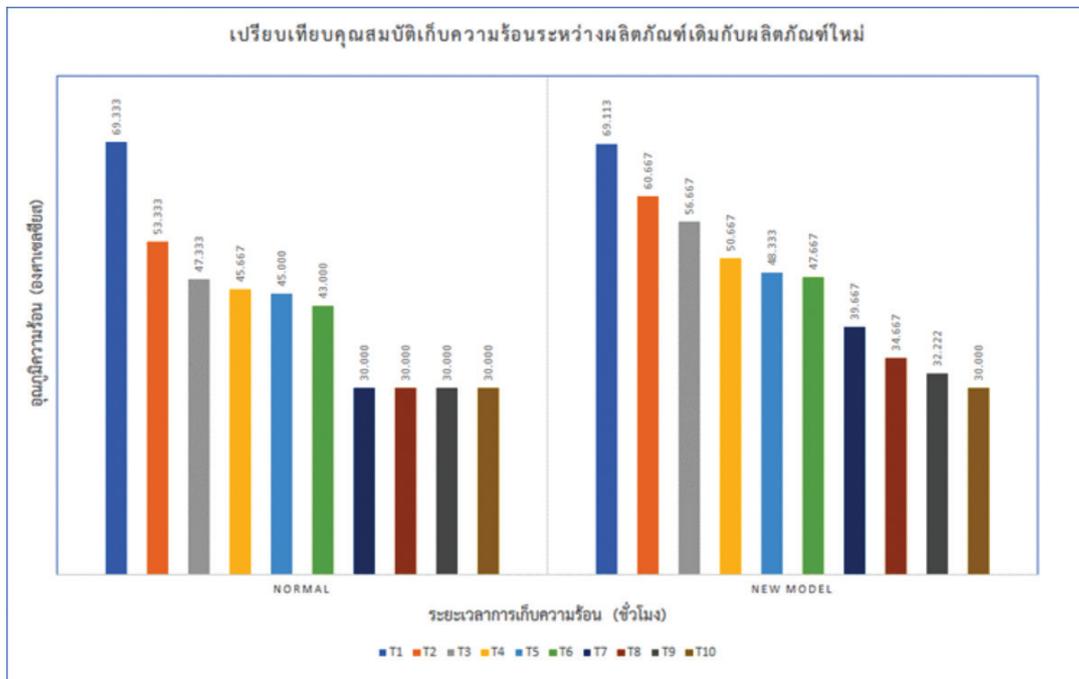
หนา 0.2 ซม. หนา 0.5 ซม. หนา 1 ซม. และผลิตภัณฑ์ กระทงข้าวเหนียวธรรมดา (วัสดุไม่กักเก็บความร้อน) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การทดลองคุณสมบัติกักเก็บความร้อนในกระทงข้าวเหนียว

จากนั้นทำการเปรียบเทียบคุณสมบัติการเก็บ ความร้อนของกระทงข้าวเหนียวที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุ

กักเก็บความร้อน หนา 0.2 ซม. หนา 0.5 ซม. หนา 1 ซม. และผลิตภัณฑ์กระทงข้าวเหนียวธรรมดา ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบคุณสมบัติการเก็บความร้อนของกระทงข้าวเหนียว ที่ใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุที่กักเก็บความร้อน

จากการศึกษาหลักการและการออกแบบการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระต๊อบข้าวเหนียว จากการทดลองวางแผนการทดลองแบบสุ่มตลอดโดยสมบูรณ์ CRD ประกอบด้วยปัจจัย 4 ระดับ ได้แก่ การใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระต๊อบข้าวเหนียว ขนาด 8×14 ซม. ที่ความหนา 0.2 ซม., 0.5 ซม., 1 ซม. และกระต๊อบข้าวเหนียวธรรมดา เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการเก็บความร้อนโดยใช้ข้าวเหนียวเต็มกระต๊อบ ขนาด 300 กรัม เมื่อวัดอุณหภูมิจากข้าวเหนียวหนึ่งใหม่ครั้งแรกอุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำสุด 30 องศาเซลเซียส พบว่า ปัจจัยกระต๊อบข้าวต่างชนิดที่มีฉนวนกักเก็บความร้อนที่มีความหนาต่างกันมีผลต่อการกักเก็บอุณหภูมิ

ขั้นตอนในการทดลองชนิดของกระต๊อบข้าวเหนียว

ที่มีผลต่ออุณหภูมิของข้าวเหนียวในกระต๊อบ โดยการนำผักตบชวามาบดละเอียดตากแห้งเพื่อใช้เป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระต๊อบข้าวเหนียว และสานกระต๊อบข้าวซ้อนเข้าไปเป็น 2 ชั้น เลือกว่าจะทำการทดลองผลิตภัณฑ์กระต๊อบข้าวเหนียว โดยนำกระต๊อบข้าวเหนียวข้าวที่มีวัสดุกักเก็บความร้อน หนา 0.2 ซม. (3 กระต๊อบ), 0.5 ซม. (3 กระต๊อบ), 1 ซม. (3 กระต๊อบ) และไม่มีวัสดุกักเก็บความร้อน (กระต๊อบข้าวเปล่า) (3 กระต๊อบ) รวม 12 กระต๊อบ และทำการทดลองในเวลาเท่ากันคือ 06.00-18.00 น. จำนวน 12 ชั่วโมง และจดบันทึกทั้ง 12 กระต๊อบ เก็บข้อมูลทุกชั่วโมง และเปรียบเทียบระยะเวลาอุณหภูมิความร้อนของข้าวเหนียวที่กักเก็บความร้อนในกระต๊อบข้าวเหนียว และกระต๊อบข้าวธรรมดาว่าชนิดใดมีการเก็บความร้อนได้มากกว่ากัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ชนิดของกระต๊อบข้าวเหนียวที่มีผลต่ออุณหภูมิของข้าวเหนียวในกระต๊อบข้าว

ชนิดของบรรจุภัณฑ์	อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
กระต๊อบข้าวเหนียวธรรมดา	42.27 ± 12.26 ^d
กระต๊อบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.2 ซม.	45.67 ± 13.46 ^c
กระต๊อบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.5 ซม.	46.17 ± 13.7 ^b
กระต๊อบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อนชนิดเมตร 1 ซม.	46.93 ± 12.78 ^a
P-value	0.00

กระต๊อบข้าวเหนียวธรรมดา อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 42.27 ± 12.26d กระต๊อบ ข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.2 เซนติเมตร อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 45.67 ± 13.46c กระต๊อบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 0.5 เซนติเมตร อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 46.17 ± 13.7b กระต๊อบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 1.0 เซนติเมตร อุณหภูมิ ± ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 46.93 ± 12.78a พบว่า กระต๊อบข้าวที่เก็บอุณหภูมิดีที่สุด ได้แก่ กระต๊อบข้าวเหนียวใส่วัสดุกักเก็บความร้อน 1.0 เซนติเมตร จากทดลองเปรียบเทียบจึงสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการเก็บความร้อนการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระต๊อบข้าวเหนียวที่มีความหนา 0.2 ซม.,

0.5 ซม., 1 ซม. และกระต๊อบข้าวเหนียวธรรมดาพบว่า ที่ความหนา 1 ซม. สามารถกักเก็บความร้อนได้ดีที่สุด โดยที่สามารถกักเก็บความร้อนที่ 70 องศาเซลเซียส - อุณหภูมิห้องที่ 30 องศาเซลเซียส ได้นาน 6 ชั่วโมง ซึ่งกระต๊อบข้าวแบบธรรมดากักเก็บความร้อนได้ 4 ชั่วโมง สามารถเพิ่มระยะเวลาการกักเก็บความร้อนได้ดีขึ้นร้อยละ 80 โดยหลักการและการออกแบบการใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระต๊อบข้าวเหนียว

จากนั้นผู้วิจัยทำการศึกษาด้านทุนการนำผักตบชวาเป็นวัสดุกักเก็บความร้อนในกระต๊อบข้าวเหนียว โดยต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชน กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ต้องการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมานั้นเป็นที่ยอมรับในท้องตลาดมากขึ้น และผู้คนในสังคมสนใจที่จะซื้อไปใช้งานมากขึ้น ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงมีความสำคัญต่อการขายผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนกระบวนการเพิ่มขึ้นมา 2 ขั้นตอนหลักๆ ได้แก่ 1) การเตรียมวัสดุผักตบชวาเพื่อเป็นที่กักเก็บความร้อน 2) การนำวัสดุที่กักเก็บความร้อน ใส่เข้าไปในแกนกลางของกระติบข้าว ซึ่ง

การสานกระติบข้าวยังคงใช้รูปแบบวิธีการสานแบบดั้งเดิม แตกต่างตรงที่สานให้กว้างขึ้นเพื่อให้สามารถนำวัสดุที่กักเก็บความร้อนใส่เข้าไปตรงกลางกระติบข้าว โดยปกติกระติบข้าวหนึ่งใบ (ขนาดกลาง) ใช้เวลาสาน 8 ชั่วโมง การที่นำผักตบชวาเป็นวัสดุที่กักเก็บความร้อนในกระติบข้าวเหนียว ใช้เวลาเพิ่มขึ้น 30 นาที มีต้นทุนการผลิตดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ต้นทุนการผลิตกระติบข้าวที่ใส่วัสดุที่กักเก็บความร้อน

ลำดับ	รายการ	ต้นทุน (บาท)
1	กระติบข้าวเหนียว	150
2	กระดาษฟรอยด์	5
3	ค่าไฟในการปั่นผักตบชวา	5
4	ค่าเสื่อมราคาเครื่องปั่น	5
5	ค่าบริหารจัดการ	5
รวมต้นทุนการผลิต		170

หมายเหตุ: ข้อมูลจากขั้นตอนทดลองพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชนบ้านไชยา

เมื่อได้ข้อมูลและต้นแบบผลิตภัณฑ์จึงทำการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน จัดอบรมให้ความรู้สู่ชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย โดยใช้ผักตบชวาเป็นวัสดุที่กักเก็บความร้อนในกระติบ

ข้าวเหนียว เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมใหม่ และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียว และสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ อบรม และทดลองใช้ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

จากการเก็บข้อมูลหลังการทดลองใช้ต้นแบบสินค้าจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก ผู้ประกอบการที่พัก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชน ในจังหวัดหนองคาย ทั้ง 6 กลุ่ม กลุ่มละ 50 คน รวม 300 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยจากการเก็บข้อมูลต้นแบบจากวัสดุท้องถิ่นโดยรวมในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.54) โดยโดดเด่นในด้าน 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา (Root of Wisdom) ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.42) 2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ (Quality) ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.48) 3) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น (Product is Unique) ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.58) 4) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Brand Storytelling) ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.56) 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน (Enhance Community Economic Strengths) ($\bar{x} = 4.02$, S.D. = 0.68)

อภิปรายผล

สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย ครั้งนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในประเด็นด้านการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีคุณค่าด้านสังคมและด้านจิตใจสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suvannin (2020) ซึ่งพบว่า การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ ศักยภาพ การเรียนรู้ การอนุรักษ์ 2) การเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนคือ การสร้างความแตกต่าง การสร้างภาพลักษณ์ การออกแบบหีบห่อผลิตภัณฑ์ 3) ความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนคือ การพัฒนาตนเอง การสร้างธุรกิจชุมชน โดยทำให้ชุมชนมีองค์ความรู้ สามารถพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีมูลค่าเพิ่ม ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและยังคงอัตลักษณ์ทางภูมิปัญญาผสมผสานกับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังส่งผลให้ชุมชน

เห็นคุณค่าของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมจักสานของตนเอง เกิดช่างจักสานรุ่นใหม่ในและนอกชุมชน เชื่อมั่นว่าสามารถสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน และชุมชนได้มีการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นแบบในตลาดจริงพบว่า ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบสนองที่ดีต่อผู้บริโภค ทำให้เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nikorn et al. (2003) โครงการแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาลายผ้าไหมมัดหมี่ ด้านปัญหาลูกค้าและลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ศึกษาเกี่ยวกับการค้นหาเอกลักษณ์ของผ้าไหมมัดหมี่ เพื่อหาแนวทางการฟื้นฟูและอนุรักษ์องค์ความรู้ไว้เป็นมรดกวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการจัดทำข้อมูลพื้นฐาน จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และวิเคราะห์สรุปข้อมูลเพื่อประโยชน์ต่อชุมชน

สรุปผล

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ชุมชนกลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย มีผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ กระติบข้าวเหนียวที่ใช้ฝักตบชวาเป็นวัสดุก็เก็บความร้อน ซึ่งผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นในด้าน 1) วัสดุธรรมชาติจากภูมิปัญญา (Root of Wisdom) 2) เก็บความร้อนได้ดีมีคุณภาพ (Quality) 3) มีภาพลักษณ์ในตัวเองโดดเด่น (Product is Unique) 4) มีเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Brand Storytelling) 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน (Enhance Community Economic Strengths)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ควรศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จในด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ ควรส่งเสริม

ให้ชุมชนมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัสดุท้องถิ่นมากขึ้น และหาช่องทางการตลาดต่างประเทศเพื่อขยายตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเองผ่าน

กระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นอื่น เพื่อสร้างชุมชนต้นแบบสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

References

- Artitkawin, A., Inthakhan, P., & Thongsuk, J. (2019). The Added Values of Ceramic Brand by Developing Packaging Formats for Competitive Opportunities of Small Enterprises in Wares, Decorations, and Souvenirs Lampang. *Graduate School Journal Chiang Rai Rajabhat University*, 12(1), 1-12.
- Chemsripong, S. & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Products from Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Cloth. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10(4), 62-85.
- Chomchuen, T. & Jaiban, S. (2015). Enhancing of Productive Potentiality of Community Products “Karen Weaving” with Sufficiency Economy and Creative Economy: Case of Mae Yao Subdistrict Community, Muang District, Chiang Rai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 2(2), 203-214.
- De Chernatony, L., Harris, F., & Riley, F. D. O. (2000). Added Value: Its Nature, Roles and Sustainability. *European Journal of Marketing*, 1(2), 39-56.
- Grace, T. S. & Fridah, T. (2016). Factors Affecting Value Addition to Tea by Buyers within the Kenyan Tea Trade Value Chain. *International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE)*, 3(2), 133-142.
- Kemmis, S. & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Planer* (3rd ed.). Victoria: Deakin University.
- Nikorn, S., Aphinya, C., Bannaruk, T., Khonchanok, N., & Kanokwan, L. (2019). Creating Value Added Antique Woven Fabric of Thap Klai Community, Uthai Thani Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 9(1), 1-13.
- Prommaroeng, S. (2018). The Elevation Approach of OTOP’s Foods Which Produced in Mae Ban Rim Rong Community Enterprise of Makeujae Sub-District, Muang District, Lamphun Province. *Journal of Social Science, Srinakharinwirot University*, 21(1), 248-249.
- Sankamethawee, W., Pierce, A. J., Gale, G. A., & Hardesty, B. D. (2011). Plant Frugivore Interactions in an Intact Tropical Forest in North East Thailand. *Integrative Zoology*, 6(3), 195-212.
- Sareerat, S. (2017). *Consumer Behavior*. Bangkok: Theerafilm and Syntex. [in Thai]
- Suvannin, W. (2020). The Value-Added Approach of Local Wisdom Products for Sustainability: A Case Study of Community Model in Nong Khai Province. *BU Academic Review*, 19(1), 109-127.

Tekhanmag, K. & Thampramaun, P. (2020). Wickers Product Development to the Creative Economy of Ban Pakklongbangkapieng, Huaphai Sub-District, Muang District, Singburi Province. *NRRU Community Research Journal*, 14(2), 44-56.



Name and Surname: Sup Amornpinyo

Highest Education: Doctor of Philosophy (Development Strategy),
Udon Thani Rajabhat University

Affiliation: Khonkaen University, Nong Khai Campus

Field of Expertise: Business Management