



การพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ด้วยนวัตกรรมการสกัดเย็น ในเขตอำเภอยะหา

จังหวัดยะลา : กรณีศึกษาบาล์มสมุนไพร

Advancing Product Development with Spatial Identity Through a Cold Extraction Innovation Approach: A Case Study of Yaha District Herbal Balm in Yala Province

วุฒิชัย คงยัง^{1*}, อับบาส พาสิทธิ์¹, ลาวัลย์ พงษ์สุวรรณศิริ¹, อุษณีย์ พรหมศรียา¹, วัชร ขาวสังข์¹, ธีรยุทธ มูเล้ง¹
Wutthichai Khongyoung^{1*}, Abbas Paliket¹, Lawan Pongsuwansiri¹, Usanee Promsriya¹, Watchara Khaosung¹
Teerayuth Mooleng¹

(Received: September 25, 2023; Revised: November 7, 2023; Accepted: November 15, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีอยู่ในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา มาสร้างเป็นสินค้า 2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าจากสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนและท้องถิ่น 3) นำนวัตกรรมมายกระดับสมุนไพรทางการเกษตรมาผลิตเป็นสินค้าของพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม และการสังเกตการณ์มีส่วนร่วม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหาแล้วบรรยายเชิงพรรณนา จากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าจำนวน 17 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพทำสมุนไพรไม้หอมจำนวน 13 คน ในพื้นที่อำเภอยะหา จังหวัดยะลา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีอยู่ในพื้นที่มาสร้างเป็นสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เกิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าจากสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนและท้องถิ่น รวมทั้งการนำนวัตกรรมการสกัดเย็นมาพัฒนาสินค้า ที่เกิดจากการผลิตจากวัตถุดิบที่มีอยู่ภายในท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่ มาทำการผลิตสินค้าที่อาศัยข้อได้เปรียบด้านสมุนไพรเชิงอัตลักษณ์ในพื้นที่ นอกจากนี้ยังพบว่าการให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการตลาดที่ยังขาดการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และยังมีช่องว่างในการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม การประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการที่ยังไม่มีการวางแผนด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ แผนการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ระบบการจัดการ กิจกรรมด้านการจัดการ การวางแผนการจัดซื้อ และการวางแผนการจัดการวัตถุดิบ

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

¹Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

*Corresponding author. E-mail: wutthichai.k@yru.ac.th



คำสำคัญ: นวัตกรรม การสกัดเย็น สมุนไพร อัตลักษณ์เชิงพื้นที่

Abstract

The objectives of this research were 1) to cultivate herbal products sourced from the rich botanical diversity of Yaha District, Yala Province, with the aim of fostering local product development; 2) to design and implement packaging and branding strategies derived from the indigenous herbs within the community and its surrounding areas; and 3) to introduce innovation approaches that enhance the value and market presence of agricultural herbs, thereby contributing to the elevation of local agricultural products specific to Yaha District. This research adopts a qualitative research approach, employing purposive sampling for participant selection. The data collection methods encompassed in-depth interviews, focus group interviews, and participant observation, serving as the primary tools to gather comprehensive insights. Data analysis was conducted through content analysis and descriptive writing methods. The research involved a total of 17 informants within the sewing clothes professions group and 13 individuals engaged in fragrant herbs production within Yaha District, Yala Province.

The findings reveal that the sampled group successfully engaged in the development of value-added products derived from locally available herbs. Additionally, the group demonstrated proficiency in crafting packaging and branding strategies utilizing indigenous herbs found within the community. Furthermore, the sampled group innovatively employed cold extraction techniques to transform locally available raw materials, unique to the area, into distinctive products that leverage the inherent advantages of the unique herbs in the area. The study also found a deficiency in marketing communication strategies and traditional distribution channels, contributing to a lack of emphasis on addressing marketing problems and creating awareness. Additionally, managerial challenges arise from unplanned logistics activities, production plans, product quality, and deficiencies in the management systems governing procurement activities, purchasing planning, and raw material management planning.

Keywords: Innovation, Cold extraction, Herbs, Spatial identities



บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นหนึ่งในแผนที่ช่วยระบุทิศทางการพัฒนาประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ และทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศควบคู่กับแผนอื่นๆ เช่น แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนการปฏิรูปประเทศ ซึ่งกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 จะเริ่มใช้ในปี พ.ศ. 2566 จนถึง พ.ศ. 2570 เป้าหมายหลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้ คือ พลิกโฉมประเทศไทยสู่ “เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” โดยมีการกำหนด 13 หมายเหตุสำคัญ ซึ่งบ่งบอกถึงสิ่งที่ประเทศไทยปรารถนาจะ ‘เป็น’ มุ่งหวังจะ ‘มี’ หรือต้องการจะ ‘ขจัด’ ในช่วงเวลา 5 ปี ในแผน 13 ที่มุ่งเน้นการกำหนดหมายเหตุการพัฒนาที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ประกอบด้วยการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก การวิเคราะห์ผลกระทบ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และการวิเคราะห์สถานะของประเทศและผลจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก แล้วนำมาระบุเป็นโอกาสและความเสี่ยงที่ประเทศต้องเผชิญในอนาคต (พันธุ์อาจ ชัยรัตน์, 2564)

การชูธงด้าน ‘นวัตกรรม’ ไว้ในนโยบายการพัฒนาและการปฏิรูปประเทศที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) นโยบายประเทศไทย 4.0 รวมทั้งแผนพัฒนานโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ โดยมุ่งผลักดันประเทศไทยให้ไปสู่ “ประเทศแห่งนวัตกรรม (Innovation nation)” ให้สามารถสร้างนวัตกรรมสู่องค์ความรู้ให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมได้ จึงได้มีการแบ่งการดำเนินงานตามการวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงและประเด็นท้าทายในบริบทปัจจุบันออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ด้วยกัน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ [สนช.], 2562)

ยุทธศาสตร์ชาติข้างต้นได้ให้ความสำคัญกับมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้กับประชาชน ทุกภาคส่วน ดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ที่มุ่งเน้นภาคการเกษตรด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้กำหนดการส่งเสริมและพัฒนาในภาคการเกษตรด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม มุ่งเน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า ตลอดจนความหลากหลายของสินค้าเกษตร (สุภัทร คำมุงคุณ, 2562) การเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เป็นการส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าเกษตรชนิดใหม่ให้รองรับความต้องการของตลาดยุคใหม่ ส่งเสริมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีการพัฒนาระบบการผลิตและบรรจุภัณฑ์ พัฒนาคุณภาพให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน รวมถึงส่งเสริมการขึ้นทะเบียนรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนส่งเสริมแบรนด์และสร้างเรื่องราวของสินค้าให้เป็นที่ยึดและยอมรับ เกษตรชีวภาพเป็นการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่ม นำไปสู่การผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากฐาน



เกษตรกรรมและฐานทรัพยากรชีวภาพด้วยการส่งเสริมการทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืน ตลอดจนการส่งเสริมการปลูกสมุนไพรและพัฒนาต่อยอดสู่ อุตสาหกรรม และการส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน เกษตรแปรรูป โดยการปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย รวมถึงนวัตกรรมจากภูมิปัญญาพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรขั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะด้วยการต่อยอดผลงานจากสถาบันวิจัยสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ สร้างสรรค์บรรจภัณฑ์อัจฉริยะที่ช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาด และส่งเสริมการสร้างแบรนด์ ขยายช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญในการสร้างเครื่องหมายการค้าและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา โดยมุ่งหวังให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น ด้วยการยกระดับการผลิตสินค้าทางการเกษตรให้มีการสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งจะเป็นอีกกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอันนำไปสู่เป้าหมายในการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มีเศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง

จากการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันพบว่าประเทศไทยประกอบไปด้วยทรัพยากรทางด้านสมุนไพรที่หลากหลาย ที่สามารถนำไปใช้ในการบำบัดเพื่อป้องกันและบรรเทาอาการเจ็บป่วยผ่านกระบวนการรับประทานเป็นยา และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพจากสมุนไพรผ่านกระบวนการพัฒนาและต่อยอดสมุนไพรไทยให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (ตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์, 2565)

จังหวัดยะลาเป็นจังหวัดที่ได้เล็งเห็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดเพื่อให้ประชาชนสร้างรายได้ด้วยผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ให้สามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจที่สามารถพึ่งพาตนเอง ภายใต้อาณัติของหลากหลายทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ในพื้นที่ โดยการสร้างสินค้าเกษตรของจังหวัดให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ทำให้ผู้ที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเกษตรมีรายได้เพิ่มขึ้น ด้วยแนวทางการยกระดับมาตรฐานด้านการเกษตรด้วยนวัตกรรมเพื่อประยุกต์กับสินค้าเกษตรในพื้นที่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรกลุ่มอาชีพที่มีอยู่ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มแข็งควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน โดยอาศัยองค์การทั้งภาครัฐและเอกชนในการทำงานร่วมกันตามความชำนาญของแต่ละด้าน ด้วยองค์ความรู้ที่เหมาะสม

จากบริบทของจังหวัดยะลาได้กล่าวได้เกิดเป็นการเล็งเห็นถึงความสำคัญในการดำเนินการพัฒนาสินค้าจากสมุนไพรโดยนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ให้เกิดเป็นสินค้าขึ้นในชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่ของอำเภอยะหา จังหวัดยะลา ที่เป็นพื้นที่อุดมไปด้วยทรัพยากรที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรประเภทสมุนไพรให้เป็นที่น่าสนใจ เป็นสินค้าออกสู่ตลาดเพื่อให้เกิดความทันสมัยสามารถเข้าถึงฐานลูกค้าทุกช่วงวัย เพื่อให้สินค้าในชุมชนสามารถกระจายออกสู่ตลาด อีกทั้งยังเป็นการนำพืชสมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วยการใช้นวัตกรรมเพิ่มรายได้



เข้าสู่ชุมชน เป็นการตอบโจทย์เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio economy) โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพด้านพืชสมุนไพร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) ที่นำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ ตลอดจนอยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีอยู่ในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าจากสมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่น
3. เพื่อนำนวัตกรรมมายกระดับสมุนไพรทางการเกษตรมาผลิตเป็นสินค้าของพื้นที่

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

นวัตกรรม (Innovation)

การศึกษาเรื่องนวัตกรรมได้มีการศึกษามาเป็นเวลาค่อนข้างนาน แต่การให้คำนิยามของนวัตกรรมยังมีลักษณะที่แตกต่างกันไปตามการตีความและกรอบแนวคิดของนักวิชาการแต่ละคน อย่างการนำเอานวัตกรรมองค์กร (Organizational innovation) เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างองค์กร แนวทางการดำเนินธุรกิจ การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการบริหารจัดการภายใน (กนกวรรณ ภูโหม, 2559)

นวัตกรรมเป็นการนำเอาสิ่งใหม่ที่เกิดจากการคิดค้นหรือพัฒนาจากของเดิมโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ อาศัยองค์ความรู้ที่ไม่ได้เกิดจากการลอกเลียนแบบมาทำให้เกิดเป็นมูลค่า อาจจะมาจากรูปแบบบุคคล เทคโนโลยี ระบบปฏิบัติการในการสนับสนุนการดำเนินงาน การวางแผนทางการเงิน การปรับเปลี่ยนองค์กร รูปแบบวัฒนธรรมองค์กรกระบวนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร กระบวนการจัดการความรู้ โดยอาศัยหลักการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องสำหรับการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา (กฤตภัค ไม่เรียง, 2563)

นวัตกรรมเกิดขึ้นจากแนวคิดนำไปสู่สิ่งที่สามารถจับต้องได้ โดยการค้นหาแนวทางวิธีการใหม่ ๆ การกำหนดแนวทางหรือวิธีการ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากของเดิมที่มีอยู่และเก็บข้อมูลจากแหล่งใหม่ นำไปสู่การพัฒนาและทดสอบกระบวนการเพื่อวิเคราะห์ผลตอบรับ แล้วจึงนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาให้บรรลุเป้าหมาย (มรกต กำแพงเพชร, 2557)

นวัตกรรมการผลิตสินค้าสมุนไพรสามารถดำเนินการภายใต้การให้ความสำคัญของกลุ่มที่มีอยู่ภายในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผ่านกระบวนการแสดงออกถึงอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่นและชุมชน

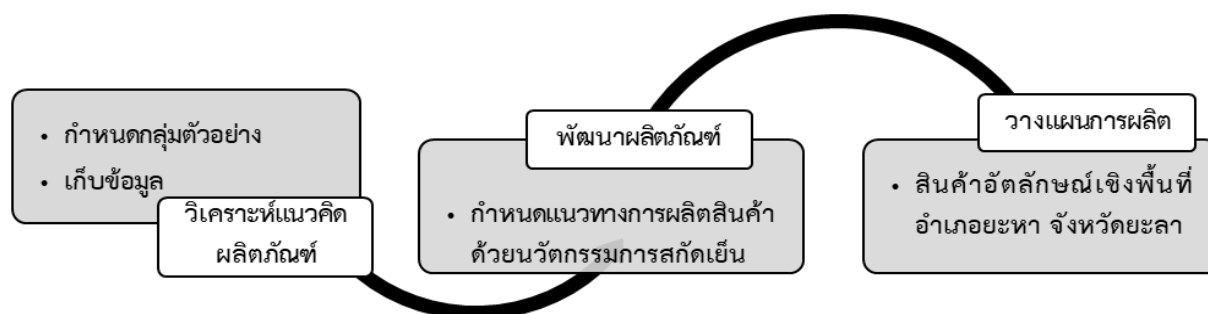
จากสมุนไพรที่มีอยู่ สามารถนำมายกระดับและพัฒนาให้มีมูลค่าที่จะสามารถสร้างจุดเด่นอันนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง (ฉัตรธิดา อยุคง และศักรินทร์ ชนประชา, 2566)

นวัตกรรมอันเป็นผลมาจากเครือข่ายการทำงานร่วมกันซึ่งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและกระบวนการเรียนรู้เกิดขึ้นโดยคนในพื้นที่และผู้มีบทบาทโดยอาศัยการสำรวจตลาดใหม่ ๆ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผ่านกระบวนการสร้างองค์ความรู้ สร้างแรงจูงใจ และการสร้างค่านิยมของคนในพื้นที่จากการเล็งเห็นถึงความสำคัญจากสร้างสินค้าทางการเกษตรด้วยนวัตกรรม (Brunori & Knickel, 2009)

นวัตกรรมสินค้าเกษตรที่อาศัยเทคโนโลยี โดยมีผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการผลิต ที่อาศัยความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติมุ่งเป้าไปที่ความสมดุลที่มากขึ้นระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้กำลังได้รับการสนับสนุนให้เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 21 (Pasini & Andrade, 2020)

นวัตกรรมการสกัดเย็นกับสินค้าทางการเกษตรเป็นเทคโนโลยีที่สร้างความแตกต่างรวมทั้งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ช่วยให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทางการเกษตรสามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ป้องกันปัญหาการโดนกดราคาและสร้างผลตอบแทนให้กับคนในท้องถิ่นและชุมชนในระยะยาว (Yiwen, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย

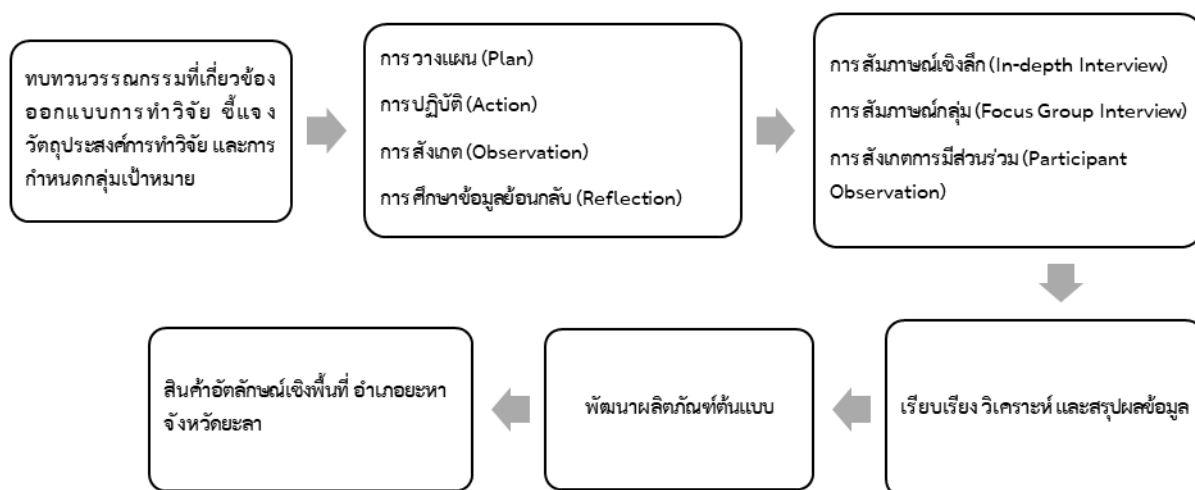


ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative data) โดยมีประชากรที่ใช้ทำการวิจัยจากกลุ่มอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าและทำสมุนไพรไม้หอมจำนวน 67 คน ในพื้นที่อำเภอยะหา จังหวัดยะลา ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากสมาชิกกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า

จำนวน 17 คน และสมาชิกกลุ่มที่ทำสนทนากลุ่มจำนวน 13 คน แล้วทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group interview) และการสังเกตการณ์มีส่วนร่วม (Participant observation) หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) แล้วบรรยายเชิงพรรณนา โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย

1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นตัวแทนจากกลุ่มอาชีพในอำเภอพะเยา จังหวัดพะเยา ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสินค้าภายในชุมชน

1.2 ด้านเนื้อหา ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการผลิตสินค้าทั้งในและต่างประเทศ บทความ ตำรา รายงานการวิจัยหรือบทความตามเว็บไซต์

1.3 ด้านสถานที่ อำเภอพะเยา จังหวัดพะเยา

1.4 ด้านระยะเวลา ดำเนินการเก็บข้อมูล เก็บรวบรวมและอภิปรายสรุปผลงานวิจัยระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้คำถามโดยการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ด้วยการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงสร้างแบบสัมภาษณ์ในการวิจัยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และทำการปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำครบถ้วน โดยมีวิธีการดังนี้



2.1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าและทำสมุนไพรไม่หอมในพื้นที่อำเภอยะหา จังหวัดยะลา

2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group interview) และการสังเกตการมีส่วนร่วม (Participant observation) โดยพิจารณาถึงให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่มีการประเมินของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) พบว่ามีค่าอยู่ที่ 0.60 ขึ้นไป

3. การเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์แบบมีระบบ (Structured interviews) มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ผู้สัมภาษณ์ได้กำหนดรูปแบบการสัมภาษณ์ รายการคำถาม และกำหนดระยะเวลาสัมภาษณ์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกรณีศึกษา ด้วยชุดคำถามและวิธีการเดียวกัน เพื่อให้บรรยากาศและวิธีการมีความเป็นมาตรฐาน ทำให้ได้ข้อมูลใกล้เคียงกัน ไม่เบี่ยงเบน เนื่องจากความแตกต่างในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยอาศัยการสนทนาซักถาม และโต้ตอบระหว่างผู้สัมภาษณ์ (Interviewer) กับผู้ถูกสัมภาษณ์ (Interviewee) หากผู้ถูกสัมภาษณ์ยังให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจะมีการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำและครบถ้วน สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ได้ โดยมีวิธีการดังนี้

3.1 เก็บข้อมูลแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลจากกลุ่มอาชีพโดยมีลักษณะของคำถามให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

3.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group interview) และการสังเกตการมีส่วนร่วม (Participant observation)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ด้วยการประชุมกลุ่ม การสัมภาษณ์ และการสังเกต โดยทำการจำแนกเนื้อหาเป็นกลุ่มข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหาและลักษณะการวางแผนของกลุ่มอาชีพให้เข้าใจการดำเนินงานในภาพรวมสำหรับการพัฒนาสินค้ารวมถึงปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดสินค้าด้วยนวัตกรรม จากนั้นจึงนำข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อหาข้อสรุปด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เพื่อให้การวิเคราะห์และอภิปรายเป็นไปตามวัตถุประสงค์



ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากกลุ่มอาชีพกรณีศึกษาที่ 1

กลุ่มอาชีพดำเนินธุรกิจผลิตตัดเย็บเสื้อผ้าโดยให้ความสำคัญกับการขยายธุรกิจ รวมถึงฐานลูกค้าของสายธุรกิจอื่น นอกจากนี้ยังมีแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการปรับปรุงและพัฒนา กลุ่ม เช่น การปรับปรุงกระบวนการทำงานและกระบวนการผลิต เพื่อพัฒนาสินค้าหรือส่งเสริมการขยายตลาด ตลอดจนการปรับตัวให้เข้ากับสังคมและท้องถิ่น เพื่อให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันอย่างเติบโตต่อไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กลุ่มอาชีพกรณีศึกษาที่ 1 ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาสินค้าด้วยนวัตกรรม ซึ่งการพัฒนาสินค้าจากนวัตกรรมให้มีคุณภาพจำเป็นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตเป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพืชสมุนไพรนำไปสู่กระบวนการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าและช่วยแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้

กลุ่มอาชีพกรณีศึกษาที่ 1 พบว่ามีความต้องการพัฒนาสินค้าพืชสมุนไพรด้วยนวัตกรรมและการหาแนวคิดในการสร้างสรรค์สินค้าจากความต้องการ หรือความคาดหวังต่อลักษณะสินค้าของลูกค้า ตลอดจนศึกษาสินค้าของคู่แข่ง เพื่อเป็นแนวคิดในการต่อยอดพัฒนาสินค้าใหม่ นอกจากนี้ยังพัฒนาสมาชิกภายในกลุ่มให้มีกระบวนการทางความคิด แล้วจึงกำหนดขอบเขตแนวคิดว่าจะสามารถพัฒนาเป็นนวัตกรรมใหม่ได้หรือไม่ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าใหม่ ต้นทุนที่จะเกิดขึ้น ความรวดเร็วในการนำเข้าสู่ตลาดและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงปัจจัยด้านความสามารถในการผลิต ทั้งในแง่ของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ความสามารถในการวางแผนทางการตลาด และการวางแผนด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ โดยการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนแล้วจึงจะเข้าสู่กระบวนการจำหน่ายสู่ท้องตลาดในขั้นตอนต่อไป

ผลการศึกษาจากกลุ่มอาชีพกรณีศึกษาที่ 2

กลุ่มอาชีพดำเนินธุรกิจจัดทำสมุนไพรไม้มหอม โดยกลุ่มอาชีพกรณีศึกษาที่ 2 มองเห็นถึงความสำคัญในการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงการกำหนดให้การทำตลาดการเติบโต โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรค์สินค้าจากนวัตกรรม โดยมองว่าสินค้าจากนวัตกรรมจะช่วยสร้างพื้นฐานทางธุรกิจให้แข็งแกร่งและเติบโตได้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กลุ่มอาชีพกรณีศึกษาที่ 2 ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาสินค้าด้วยนวัตกรรม แต่ให้ความสำคัญถึงแนวคิดการผลิตสินค้าใหม่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยนวัตกรรมให้สินค้ามีความแปลกใหม่ เกิดเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

กลุ่มอาชีพกรณีศึกษาที่ 2 มีความต้องการพัฒนาสินค้าพืชสมุนไพรด้วยนวัตกรรมจากแนวความคิดใหม่จากการกำหนดแนวคิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยกระบวนการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่จะต้อง

ผ่านระดมความคิดร่วมกัน ทดสอบแนวคิด จนกระทั่งพัฒนาแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยพิจารณาจากแนวคิดที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ โดยจะต้องตอบโจทย์ทางธุรกิจ คือ 1) สามารถพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น 2) สามารถสร้างความแตกต่างและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นได้ และ 3) สามารถพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนได้ในระยะยาว หลังจากนั้นก็คัดเลือกแนวคิดที่มีความเป็นไปได้และมีการลงทุนที่เหมาะสม แล้วจึงสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบและนำเสนอแก่ลูกค้าตัวอย่าง เพื่อหาข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดก่อนจำหน่ายสู่ท้องตลาด

ผลการพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ด้วยนวัตกรรมการสกัดเย็น ในเขตอำเภอยะหา จังหวัดยะลา กรณีศึกษาบาร์มสมุนไพร ศึกษาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีอยู่ในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา มาสร้างเป็นสินค้าพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าจากสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนและท้องถิ่น และนำนวัตกรรมมากระดับสมุนไพรทางการเกษตรมาผลิตเป็นสินค้าของพื้นที่ จากการสนทนากลุ่มผ่านการระดมความคิดเพื่อตัดสินใจว่าจะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใด กลุ่มได้พัฒนาสินค้าบาร์มสมุนไพร 3 กลิ่น ได้แก่ บาร์มสมุนไพรกลิ่นส้ม บาร์มสมุนไพรกลิ่นลาเวนเดอร์ และบาร์มสมุนไพรกลิ่นดอกโมก ซึ่งมาจากสมุนไพรที่มีอยู่ในพื้นที่



ภาพที่ 3 บาร์มสมุนไพร

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ด้วยนวัตกรรมการสกัดเย็น ในเขตอำเภอยะหา จังหวัดยะลา กรณีศึกษาบาร์มสมุนไพรพบว่า วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่ใช้ทำการผลิตที่สามารถหาได้ภายในท้องถิ่น หรือชุมชน ทำให้เกิดเป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น ผ่านกระบวนการวางแผนการผลิตโดยให้ความสำคัญจากวัตถุดิบที่มีอยู่ควบคู่ไปกับการพัฒนาภูมิอาชีพในแต่ละพื้นที่ โดยอาศัยการบริหารจัดการรวมทั้งการดำเนินงาน ช่วยให้สามารถพัฒนาสินค้าตามอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้มีความเหมาะสมที่แสดงออกถึงความแตกต่างกันตามบริบทแต่ละท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับการศึกษาของเพ็ญภา ทิพย์สุราษฎร์ (2559) ในการนำสมุนไพรท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์และการสร้างคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี



ในประเด็นการสร้างสินค้าทางการเกษตรโดยใช้นวัตกรรมเข้ามาเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคมจากนโยบายของ สนช. (2562) ให้เกิดเป็นสินค้าที่มีศักยภาพและสามารถทำการแข่งขันนำไปสู่การกระจายรายได้ไปยังชุมชนและท้องถิ่นโดยอาศัยทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่มาสร้างความสมดุลได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มอาชีพกรณีศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม ยังขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการวางแผนทางการตลาดที่ยังมีช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่น้อย โดยยังอาศัยช่องทางในการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม รวมทั้งปัญหาด้านการบริหารจัดการที่ยังไม่มีการวางแผนด้านกิจกรรมในกระบวนการโลจิสติกส์ การวางแผนสำหรับปริมาณการผลิต การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการบริหารจัดการ กิจกรรมด้านการจัดหา การวางแผนการจัดซื้อ การวางแผนการจัดการวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มอาชีพสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อการมีวัตถุดิบเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ

การวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้สินค้าชนิดใหม่ของกลุ่มอาชีพมีการดำเนินงานที่มุ่งเน้นตามความต้องการของกลุ่มอาชีพที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของท้องถิ่นและชุมชนซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตพนธ์ ชุมเกตุ (2560) ในการพัฒนาสินค้าที่สามารถสื่อถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น โดยสามารถช่วยเหลือคนในชุมชนให้เกิดเป็นเศรษฐกิจที่จะช่วยเหลือชุมชนได้มากขึ้น รวมไปถึงการระบุปัญหาที่เกิดขึ้นผ่านกระบวนการสังเกตและรวบรวมข้อมูลออกมาเป็นกระบวนการออกแบบโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาาร่วมกันที่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพ โดยที่แต่ละคนจะต้องนำเอาจุดแข็งและความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และทำงานร่วมกันเพื่อทำการออกแบบพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างโอกาส สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยอาศัยกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพต่อเนื่องกันเป็นห่วงโซ่จากการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เกิดการต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนไปพัฒนาและผสมผสานจนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแปลกแตกต่าง มีความแปลกใหม่ที่แสดงออกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและชุมชน

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ด้วยนวัตกรรมการสกัดเย็น ในเขตอำเภอยะหา จังหวัดยะลา กรณีศึกษาบารม์สมุนไพร่ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร่ที่มีอยู่ในอำเภอยะหา จังหวัดยะลา ของกลุ่มอาชีพกรณีศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม พบว่าทางกลุ่มมีแนวทางในการพัฒนาสินค้าด้วยนวัตกรรมโดยการนำเอาสมุนไพร่ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างเป็นสินค้าให้เกิดมูลค่าโดยมุ่งเน้นให้สามารถใช้งานได้ง่ายและสามารถพกพาได้อย่างสะดวก วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) ด้านแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และ



ตราสินค้าจากสมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่น พบว่ามีกระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ไปจนถึงขั้นตอนการใช้งานโดยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง ร่วมกับการระดมความคิดเห็นของสมาชิกภายในกลุ่ม โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าและคู่แข่ง จากนั้นจึงพิจารณาคัดเลือกแนวทางใหม่ที่มีความแตกต่าง และพัฒนาแนวคิดเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้นแบบเพื่อใช้ในการทดสอบตลาดกับกลุ่มลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสมบูรณ์มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานและนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ด้วยสมุนไพรที่มีอยู่ วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เพื่อนำนวัตกรรมมายกระดับสมุนไพรทางการเกษตรมาผลิตเป็นสินค้าของพื้นที่ พบว่าทางกลุ่มมีความต้องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านปัจจัยด้านความแตกต่างด้านสังคมพหุวัฒนธรรมและกระบวนการทางสังคมที่แสดงออกถึงผลงานเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านการนำเอาภูมิปัญญาที่มีอยู่มาแสดงออกในมุมมองที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่จากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอาศัยความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมที่เกิดจากการอาศัยจุดเด่นในพื้นที่มาพัฒนาและสร้างคุณค่าต่อสินค้า โดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในพื้นที่ผ่านการสื่อสารและเชื่อมโยงข้อมูล อันจะนำไปสู่การสร้างจุดเด่นและเกิดเป็นการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การรวมกลุ่มอาชีพของสมาชิกเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มและสนับสนุนทักษะ ความรู้ และเสริมสร้างแนวคิดให้สมาชิกเกิดกระบวนการเรียนรู้ และพัฒนาแนวคิด เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมสิ่งใหม่ ๆ ด้านการผลิตสินค้าด้วยนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

1.2 จากการศึกษาพบว่า ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งของการพัฒนานวัตกรรมด้านการผลิตสินค้า ดังนั้นกลุ่มอาชีพควรให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้พื้นฐานให้มีความพร้อมและเอื้ออำนวยความสะดวกแก่สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนและเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึงเป็นองค์ความรู้กับสมาชิกในกลุ่มต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษาการพัฒนานวัตกรรมจากอุตสาหกรรมประเภทอื่น เช่น อุตสาหกรรมการบริการ หรือองค์กรภาครัฐ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ข้อมูลที่มีความ



หลากหลายและแตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มอาชีพที่มีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม

2.2 การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษากลุ่มอาชีพลักษณะต่าง ๆ ที่ประยุกต์ใช้นวัตกรรมประเภทอื่น ได้แก่ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร เพื่อให้ข้อมูลที่มีหลากหลาย ซึ่งจะทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจประเภทต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างกันได้

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ ภูโหม. (2559). การศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กร บริบทธนาคารพาณิชย์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5823030035_5590_6325.pdf
- กฤตภัค ไม่เรียง. (2563). รูปแบบนวัตกรรมบริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(2), 255-268. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/237636/163691>
- จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิมอำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรี (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยศิลปากร. http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS01/PDF03/132_20190626_.pdf
- ฉัตรธิดา หยุคง และศักรินทร์ ชนประชา. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรบนฐานองค์ความรู้ภูมิปัญญาและพืชอัตลักษณ์ท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรคุณธรรมวัดคูเต่า ตำบลแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 6(3), 201-214. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jra/article/view/260036/176896>
- ตฤณวรรณ ธนินิธิพันธ์. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยสู่มาตรฐานสากล. *วารสารรัฐศาสตร์วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร*, 64(3), 54-66. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ratthapirak/article/view/263608/178266>
- เพ็ญภา ทิพย์สุราษฎร์. (2559). การศึกษาพืชสมุนไพรท้องถิ่นและภูมิปัญญาด้านการใช้พืชสมุนไพรกรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติแก่งกรุงจังหวัดสุราษฎร์ธานี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/11486/1/417907.pdf>
- พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. (2564, 19 กนกาคม). "มองนวัตกรรมกับอนาคตประเทศไทยผ่าน (ร่าง) แผน 13". <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/127813>



- มรกต กำแพงเพชร. (2557). ผู้ประกอบการ SMEs กับการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สินค้านวัตกรรม. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 6(1), 219-227. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/143775/106384>
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.). (2562, 17 กันยายน). "4 ยุทธศาสตร์ผลักดัน 'ไทย' ให้เป็นประเทศแห่งนวัตกรรม". [https:// www.nia.or.th/NIA4](https://www.nia.or.th/NIA4)
- สุภัทร คำมุงคุณ (2562). *การเกษตรสร้างมูลค่าตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี*. สถาบันวิทยุกระจายเสียงรัฐสภาและสำนักวิชาการ.
- Brunori, S R., & Knickel J. P. K. (2009). Towards a Better Conceptual Framework for Innovation Processes in Agriculture and Rural Development From Linear Models to Systemic Approaches. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 15(2), 131-146.
- Pasini, F R., & Andrade S. D. (2020). Syntropy and innovation in agriculture. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 45(1), 20-24.
- Yiwen, B.(2020). *Innovative Cold Plasma-Assisted Extraction for Bioactive Compounds from Agricultural by Products* [Master's thesis]. University In Indiana.