

แนวทางการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรผู้ปลูกพุทรา ในจังหวัดกาฬสินธุ์

สุกัญญา ดวงอุปมา^{1*}, เพ็ญสิริ ภูวรกิจ², กรรณก ดลโสมณ³

^{1,2,3}สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Received: 30 April 2020

Revised: 13 August 2021

Accepted: 5 November 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและสถานการณ์การปลูกพุทรา แนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์จากพุทรา และแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากพุทรา โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ปลูกพุทราในชุมชนบ้านโนน อำเภอก้ามวง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ ซึ่งใช้รูปแบบวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาแบบกำหนดทิศทางและแบบสรุปความ ผลการวิจัยพบว่า การปลูกพุทรา มี 2 ชนิด คือ พุทรานมสดและพุทราสามรส ซึ่งดูแลรักษาด้วยการกางมุ้งและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ แต่ปัญหาที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ ไม่มีการกำหนดราคาขาย และมีพุทราไม่ได้มาตรฐานเฉลี่ยต่อปีประมาณ 1-2 ตัน/ไร่ ส่วนของแนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์จากพุทรา พบว่า ควรมีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ด้วยการผสมผสานวัตถุดิบที่ได้ภายในชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของชุมชน เช่น พุทราแช่อิ่มอบแห้ง สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มจากพุทรา พบว่า ควรพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยถนอมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งระบุข้อมูลและประวัติความเป็นมารองรับการถ่ายทอดเรื่องราววิถีชีวิตเกษตรกรเพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีตลาดออนไลน์เพื่อเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลอดจนกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

คำสำคัญ : การจัดการนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่ม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ เกษตรกรผู้ปลูกพุทรา

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: sukanya.joo@hotmail.com

The Guidelines for Product Innovation Management to Enhance Crop Value Added for Jujube Growers in Kalasin Province

Sukanya Duanguppama^{1,*}, Pensiri Phuworakij², Kornkanok Donsophon³

^{1,2,3}Department of Business Administration, Faculty of Science Administration,
Kalasin University

Received: 30 April 2020

Revised: 13 August 2021

Accepted: 5 November 2021

Abstract

The objectives of this research were to study (1) the context and situation of jujube cultivation, (2) the guidelines for management of jujube product innovation, and (3) the guidelines for creating added value from jujube. The research sample consisted of 30 jujube growers in Ban Phon community, Kham Muang district, Kalasin province. The research instruments were an interview form and an observation form. Research data were analyzed with the qualitative research analysis methods of directional content analysis and content analysis to derive at conclusions. The results showed that there were two kinds of jujube being cultivated, i.e. fresh milk jujube and three-flavored jujube, both of which were maintained by spreading nets and applying organic fertilizers. But the problem from the analysis was that the selling price was not determined and there were annual average amount of below-standard jujubes about 1-2 tons/rai. As for the guidelines for management of product innovation from jujube, it was found that product development should be developed by combining raw materials that could be obtained within local communities in order to create the community image, such as dried preserved jujube. Regarding guidelines for creating added value from jujube, it was found that a packaging design should be developed to help preserve the quality of the product along with specifying information and historical background of the farmers' lifestyle stories to create awareness of the value of the product. In addition, there should be an online marketing system to enhance the added value for the products and to promote agricultural tourism and the process for further product development in the community.

Keywords: Innovation Management, Added Value Creation, Product Processing, Jujube Grower

* Corresponding Author; E-mail: sukanya.joo@hotmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอีกจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ส่วนใหญ่ประชากรประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีการเพาะปลูก ข้าว พืชไร่และไม้ผล อีกหนึ่งชุมชนบ้านโพน อำเภอก้ามวง จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการปลูกพุทราเพื่อเสริมสร้างรายได้และที่สำคัญได้มีปริมาณการผลิตในแต่ละปี เป็นจำนวนมาก มีวิธีการปลูก การบำรุงรักษา ตลอดจนการเก็บผลผลิต โดยการประยุกต์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน เดิมสมัยก่อนเป็นการปลูกเพื่อบริโภคในครัวเรือน ปัจจุบันการปลูกพุทราเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบมากขึ้น และพุทรา ก็ได้กลายเป็นผลไม้ที่สำคัญ ทำรายได้ให้กับเกษตรกร จนกลายมาเป็นอาชีพเสริมที่สำคัญในปัจจุบัน ซึ่งกลายเป็นผลไม้เศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ (Kalasin Province Office, 2020) ปัจจุบันคนในชุมชนสามารถปลูกพุทราซึ่งมีปริมาณการผลิตเป็นจำนวนมากให้กับลูกค้าในบริเวณพื้นที่ชุมชน พื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์และจังหวัดใกล้เคียง ในขณะที่เดียวกันการปลูกพุทราประสบปัญหาตั้งแต่ ปัจจัยการผลิต และอุปกรณ์มาใช้ที่แตกต่างกันส่งผลให้มีคุณภาพที่แตกต่างกัน และไม่มีมาตรฐาน ทำให้เกิดผลกระทบในการกำหนดราคาขาย อีกทั้งไม่มีการรวมกลุ่มที่เป็นรูปธรรมชัดเจนปัญหาต่อมา คือ พุทราที่เน่าเสีย ไม่ได้ขนาด ในแต่ละปีจะพบปริมาณของพุทราที่เน่าเสียเป็นจำนวนมาก การดำเนินการเพื่อการสร้างรายได้สร้างความมั่นคงในอาชีพและอีกกิจกรรมที่คนส่วนใหญ่จะต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมการผลิตและการนำเสนอขายผลผลิตของชุมชน และที่สำคัญควรจะต้องมีการศึกษาความต้องการของตลาด สร้างความได้เปรียบของการผลิตและสร้างความแตกต่างจากชุมชนอื่น โดยการระดมความคิดเห็นของคนในชุมชนให้สามารถทำการผลิตและกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะผลิตอะไร และขายให้กับใคร หากคนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะส่งผลกระทบที่ดีต่อภาวะเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติ มุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง (Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension, 2020) แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจของชุมชนจะต้องอาศัยองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชน เริ่มตั้งแต่การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา การวางแผนและการตัดสินใจ การปฏิบัติกิจกรรม การติดตามและประเมินผล และร่วมในการรับผลประโยชน์ ตลอดจนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้เกิดความเข้าใจถึงสภาพปัญหา ความต้องการ ข้อจำกัด และศักยภาพ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนตามบริบท ที่เกิดจากการตัดสินใจร่วมกันของชุมชน (Prommaboon, Ketsanoi, and Vanaporn, 2019)

การสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนเป็นลักษณะการเพิ่มคุณค่าทางด้านการสร้างความมั่นใจในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับและช่วยสร้างยอดขาย ตลอดจนผลกำไรในการดำเนินการ ช่วยสนับสนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องอาศัยการจัดการนวัตกรรม (Rodyoo and Boonmeesrisa-nga, 2019) ซึ่งปัจจุบันการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญต่อกระบวนการผลิตที่มุ่งเน้นการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่อย่างไรก็ตามการจัดการนวัตกรรมจะต้องสร้างความแปลกใหม่และดึงดูดความสนใจ ภายใต้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและสังคมในการพัฒนากระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ (Inthamon and Lersphoottharak, 2019) กับการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ของชุมชน มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารทางด้านการตลาดและช่วยขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน ให้เกิดการรับรู้คุณค่า สามารถต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (Sumransat, Numchey, and Nakthong, 2019)

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว สรุปปัญหาของเกษตรกรชุมชนบ้านโพนประเด็นในด้านการจัดการแนวทางการจัดการผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้น ซึ่งมีความสำคัญของการจัดการผลผลิต

พุทธาจะทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงเป็นสาเหตุให้ต้องการมีหาแนวทางเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรภายใต้การจัดการผลผลิตพุทธาที่ไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงตั้งประเด็นคำถาม คือ (1) บริบทและสถานการณ์การปลูกพุทธาของเกษตรกรในจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอย่างไร (2) แนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรผู้ปลูกพุทธาในจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอย่างไร และ (3) แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของเกษตรกรผู้ปลูกพุทธา ในจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอย่างไร

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรผู้ปลูกพุทธาในจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อให้มีการจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรตลอดจนเสริมสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและสถานการณ์การปลูกพุทธาของเกษตรกร ในจังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรผู้ปลูกพุทธาในจังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของเกษตรกรผู้ปลูกพุทธา ในจังหวัดกาฬสินธุ์

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. บริบทของการปลูกพุทธา

การผลิตพุทธาของชุมชนบ้านโนน ตำบลโนน อำเภอก้ามวง จังหวัดกาฬสินธุ์ เกษตรกรผู้ปลูกพุทธาเป็นแหล่งที่ปลูกที่ใหญ่ที่สุดในภาคอีสาน มีเนื้อที่เพาะปลูกรวมกันทั้งอำเภอก้ามวง ถึง 1,300 ไร่ มีการลดการใช้สารเคมี และหันมาปลูกพุทธาทางมั่ง สร้างความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพมากขึ้น และได้ผ่านการรับรองภายใต้ตรา KS (Kalasin food safety) พุทธามีรสชาดีหวาน กรอบ และอร่อย พื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมและมีลักษณะดินที่สมบูรณ์ ปัญหาของของเกษตรกร ด้านการตลาด ขาดการประกันราคา ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนด้วยทุนส่วนตัว ขาดการรวมกลุ่มในการเพิ่มอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง และปัญหาในทุจริต (กรณีมีการขายเป็นเงินเชื่อ) ข้อจำกัดของเกษตรกร หากสภาพดินฟ้าอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปมาก เช่น มีอากาศร้อนจัด อาจส่งผลให้ผลผลิตของพุทธามีปริมาณน้อย หากมีฝนตกชุกก็จะทำให้รากของต้นพุทธาเน่าเปื่อยและตายได้ เนื่องจากปัจจุบันการปลูกพุทธาเป็นที่นิยมปลูกกันอย่างแพร่หลาย สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดี (Kalasin Province Office, 2020)

2. ทฤษฎีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

นวัตกรรมเพื่อให้เข้าใจถึงมิติต่างๆ ของนวัตกรรม เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการจัดการนวัตกรรม แต่เดิมนั้นคำว่า นวัตกรรม หรือ Innovation มีความเชื่อกันว่ามาจากรากศัพท์ในภาษาลาติน ซึ่งมีความหมายว่าทำสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น แต่ในอีกมุมมองของนักวิชาการ คำว่า นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการของการปรับเปลี่ยนโอกาส ไปสู่แนวความคิดใหม่ๆ ที่สามารถจะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่บุคคลทั่วไปได้ นอกจากนี้ คำว่า นวัตกรรม มีผู้ให้นิยามไว้หลายประการ อาทิเช่น นวัตกรรม คือ การนำไปสู่การสร้าง ความมั่นคงทางการตลาดหรือการสร้างตลาดใหม่ รวมทั้งองค์กรต่างๆ จะเห็นความสำคัญต่อการลงทุนและพัฒนา นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Department of Industrial Promotion, 2020)

สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม รูปแบบการจัดการนวัตกรรมซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเลือกนำมาใช้ในการดำเนินการ

3. ทฤษฎีการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในมุมมองของ Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension (2020) การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำผลิตผลมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไปเป็นกระบวนการผลิตซึ่งอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติให้ต่างไปจากเดิมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีทั้งสินค้าที่ไม่ใช่อาหารและด้านอาหาร มีกระบวนการแปรรูปเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้สินค้ามีราคาและมูลค่ามากกว่าที่เคยมี ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ช่วยส่งเสริมให้เกิดอาชีพ เป็นการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม อาทิเช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารชนิดใหม่ เช่น การอบ หรือ ตากแห้ง การเผา คั่ว หรือทอด ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภค เป็นต้น วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีหลายรูปแบบ ได้แก่ การเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลผลิตทางการเกษตร การสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้าทางการเกษตร (ทั้งจากผลผลิตเดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่) การตรวจสอบและกำหนดมาตรฐานสินค้า ตั้งแต่กรรมวิธีการผลิต การแปรรูป การเก็บรักษา การส่งมอบ ในขณะที่ Department Of Industrial Promotion (2020) การเพิ่มคุณลักษณะสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ ให้มีความเฉพาะและแตกต่างจากของเดิม และเมื่อเปลี่ยนแปลงแล้วจะช่วยให้สินค้ามีตลาดเฉพาะ หรือขายได้มากขึ้น หรือสามารถทำกำไรได้มากขึ้น

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยของ Rodyoo and Boonmeesrisa-nga (2019) พบว่า รูปแบบของนวัตกรรม มี 5 รูปแบบ คือ (1) ด้านความแตกต่างในการบริการ (2) ด้านเทคโนโลยี (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านความทันสมัยและ (5) ด้านการพัฒนาเสริมสร้างทักษะให้กับบุคลากร และนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการบริการ ได้แก่ คุณค่าทางจิตใจและคุณค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเลือกใช้บริการการได้รับความสนใจจากลูกค้าและการได้รับการยอมรับจะช่วยสร้างยอดขายได้อย่างรวดเร็วและยังช่วยเพิ่มผลกำไรรวมทั้งได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ การพัฒนาในด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกจึงเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในการบริการและพัฒนาวัตกรรม โดยเฉพาะการเข้าใจความต้องการของลูกค้าคือสิ่งที่ ช่วยสนับสนุนพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า ทรานส์แอคชั่นช่วยให้ลูกค้ารับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ที่สนองตอบลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย งานวิจัยของ Khetpiyarat (2017) พบว่า อิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมมากที่สุด คือค่านิยมด้านการผลิต และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการจัดการนวัตกรรมผ่านการมุ่งด้านการตลาดและที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมมากที่สุดที่เป็นอิทธิพลทางตรง คือ การมุ่งด้านการตลาด อิทธิพลทางอ้อม คือ ค่านิยมด้านการผลิต

ประเด็นงานวิจัยของ Inthamon and Lersphoottharak (2019) พบว่า รูปแบบและกระบวนการในการบริหารนวัตกรรมที่เหมาะสม ควรมีการสร้างนวัตกรรมที่แปลกใหม่และดึงดูดภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างนวัตกรรมการตลาดเพื่อการแข่งขันตลอดจนสร้างนวัตกรรมกระบวนการบริหารจัดการที่มีคุณภาพและความโปร่งใส ที่สำคัญคือการสร้างนวัตกรรมองค์กรเพื่อพัฒนาคนในชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม สิ่งสำคัญในการนำกระบวนการจัดการนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารจัดการผลผลิตทางการเกษตรมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไปเป็นกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในรูปแบบของอาหารและสิ่งของเครื่องใช้จะมีกระบวนการแปรรูปและการผลิตเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้สินค้ามีราคาและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และยิ่งลดปัญหาผลผลิต

ล้นตลาดและผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานหรือขนาดที่ไม่ได้คุณภาพ ช่วยส่งเสริมให้เกิดอาชีพ ลดต้นทุนในการเกษตร งานวิจัยของ Sumransat, Numchey, and Nakthong, (2019) การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การพัฒนาและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะที่โดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ และด้านภาพลักษณ์ และนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารทางการตลาด ด้านสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การนำนวัตกรรมมาใช้ในการกระบวนการผลิตเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่วยขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน ให้เกิดการรับรู้คุณค่า ทำให้เกิดการยอมรับในผลิตภัณฑ์ และมีฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ควรพัฒนาต่อยอดด้านการส่งออกไปยังพื้นที่ต่าง ๆ มีการกำหนดวิสัยทัศน์สู่การเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป และควรขยายฐานกลุ่มลูกค้า ควรพัฒนาและปรับปรุงด้านการผลิต มีการนำเงินทุนมาบริหารจัดการด้านการสื่อสารทางการตลาด ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ให้คนในชุมชนเพื่อต่อยอดและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และงานวิจัยของ Phon-ngam (2019) พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชน และสามารถนำมาเป็นของฝาก ของที่ระลึกของชุมชนได้

จากแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุป การจัดการนวัตกรรมการด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญในการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรและสินค้าของชุมชน ในการสร้างผลผลิตให้มีความแตกต่าง ได้มาตรฐานในกระบวนการผลิต การนำเสนอการขายสู่ตลาด และการพัฒนาและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสรรค์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนต่อไป การจัดการนวัตกรรม เป็นระบบการทำงานใหม่ วิธีการทำงานใหม่ การผสมผสาน การทำงานใหม่ การสร้างสิ่งใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ และสิ่งที่เป็นประโยชน์ ได้รับการยอมรับในปัจจุบันจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่รอด การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้พัฒนาการผลิตและการนำเสนอการขายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคดิจิทัล (Digital) นี่คือนวัตกรรมที่สำคัญซึ่งจะช่วยให้สร้างสรรค์และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ วิธีการด้านการตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และคนในชุมชนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

ตัวอย่าง

การศึกษานี้คัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกพุทรา และจดทะเบียนเป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 30 คน คือ เกษตรกรที่ปลูกพุทราในชุมชนบ้านโพ อำเภอดำรงวิทยะปาริชาติ จังหวัดกาฬสินธุ์ และมีความพร้อมที่จะดำเนินการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากพุทรา

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตการณ์ ได้แก่ ด้านการจัดการนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกที่คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไว้แล้ว และสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์ โดยขอคำแนะนำจากผู้ทรงเชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่สร้างไว้

โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1 รวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 และนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองเก็บข้อมูล จากนั้นได้ดำเนินการนำแบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตการณ์มาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมเพื่อนำไปสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ต่อไป (Neuman, 2007) รวมไปถึงการใช้แบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ในการทำกิจกรรมร่วมกับเกษตรกร และสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของเกษตรกร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัย ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก (1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์ที่ได้มีการวางแผนและได้กำหนดคำถามไว้โดยประมาณ (Loosely Structure) และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และความเหมาะสม (2) การสังเกตการณ์ (Observation) เป็นการเข้าไปสังเกตการณ์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการด้านการปลูกพุดรา ตลอดจนกระบวนการวิธีการในการจัดการนวัตกรรมด้านการผลิต เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและสมบูรณ์สนับสนุนการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการเข้าไปร่วมสังเกตการณ์แต่ละครั้งคณะผู้วิจัยจะดำเนินการขออนุญาตจากเกษตรกรเจ้าของพื้นที่และผู้นำชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ เพื่อดูลักษณะและความสอดคล้องของข้อมูล (Data Triangulation) ซึ่งเกิดจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์จากสถานที่และระยะเวลาที่แตกต่างกัน สำหรับวิธีการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะเน้นการตีความสร้างข้อสรุป และการวิเคราะห์เนื้อหา ในขั้นสุดท้าย และเขียนรายงานในลักษณะการพรรณนาบรรยายเพื่อเสนอผลที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับเหตุการณ์ต่าง ๆ และถอดบทเรียน Kitpridabrisut (2010) โดยมีโครงเรื่อง (Themes) เช่น ระยะเวลาการผลิต, ปริมาณผลผลิต และมีเพื่อนำไปสู่แนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรผู้ปลูกพุดราในจังหวัดกาฬสินธุ์ และนำเสนอข้อมูลทางสถิติแบบพรรณนาความ (Descriptive Statistics)

ผลการวิจัย

1. บริบทและสถานการณ์การปลูกพุดราของเกษตรกรในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกพุดราบ้านโพน มีการนิยมปลูกพุดรา อยู่ 2 ชนิด คือ พุดรานมสด และพุดราสามรส มีวิธีการปลูกและลักษณะการปลูก คือ (1) ขุดหลุมประมาณ 50 x 50 เมตร และนำปุ๋ยอินทรีย์รองกันหลุม ต่อด้วย (2) นำต้นพันธุ์ลงปลูก ซึ่งมีระยะห่างของต้นอยู่ประมาณ 5 x 5 เมตร (3) ขณะที่พุดราออกผลจะต้องมีการให้ปุ๋ยเพิ่มผลผลิต มีทั้งปุ๋ยอินทรีย์ และ (4) การป้องกันแมลงโดยวิธีการกางมุ้ง มีลักษณะเป็นโครงสร้างโดยใช้ไม้ไผ่และครอบด้วยผ้ามุ้ง วิธีการดูแลรักษา (1) การปลูกพุดราจะต้องให้น้ำวันละครั้งจนครบ 3 เดือน หรืออาจใช้วิธีการทำการวางระบบน้ำหยด (2) เดือนที่ 4 – เดือนที่ 7 จะลดปริมาณการให้น้ำลง 2-3 วัน/ครั้ง (3) การใส่ปุ๋ยมีการนำปุ๋ยอินทรีย์ใส่บริเวณลำต้น และ (4) เมื่อพุดราเริ่มออกผลจะมีการรดน้ำหมักชีวภาพ รวมทั้งเชื้อจุลินทรีย์เพื่อให้ผลของพุดราสมบูรณ์ วิธีการเก็บและจำหน่ายผลผลิต ประมาณ 10 เดือน (1) หลังจากพุดรามีขนาดและลักษณะโตเต็มที่พร้อมที่จะดำเนินการเก็บ เกษตรกรจะใช้วิธีการเก็บโดยมีรูปแบบและวิธีการแบบดั้งเดิม คือ การเก็บโดยมีภาชนะที่ดัดแปลงจากของใช้ภายในครัวเรือน เช่น ตะกร้า หรือถุง และนำมาใส่กล่องเพื่อนำไปคัดขนาดต่อไป และ (2) นำพุดราที่เก็บมาได้แล้วนำมาคัดขนาดเพื่อรอจำหน่าย

การรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการขาย การจำหน่ายพุทราในแต่ละรอบปีของเกษตรกร ที่ประสบปัญหามากที่สุด คือ การกำหนดราคาขาย ซึ่งการกำหนดราคา ส่วนใหญ่เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ ต้องรอให้พ่อค้าคนกลางในการตั้งราคา มีลักษณะการขายในรูปแบบทั้งเงินสดและ เงินเชื่อ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ช่วงโดยประมาณ คือ ช่วงที่ 1 เดือน ธันวาคม ช่วงที่ 2 เดือน มกราคม ราคาเฉลี่ยโดยประมาณ คือ พุทราเกรด A ราคา กิโลกรัมละ 10-15 บาท พุทราเกรด B ราคา กิโลกรัมละ 6-9 บาท และพุทราเกรด C ราคา กิโลกรัมละ 3- 5 บาท ดังตารางที่ 1 การขายในแต่ละครั้งจะต้องเข้ากลุ่มเพื่อจัดลำดับคิวในการเก็บพุทราเพื่อจำหน่าย ก่อนเก็บผลผลิตจะต้องมีการรวมกลุ่มในการขาย ซึ่งในมีการ รวมกลุ่มในการขายมีอยู่ประมาณ 5 กลุ่ม ปัญหาของการขาย คือ หากในแต่ละวันไม่สามารถเข้ากลุ่มเพื่อจัดคิวขายได้ก็จะไม่มีการเก็บผลผลิต ทำให้ผลผลิตเน่าเสีย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนราคาพุทรา

เกรด/ขนาด	ราคา/บาท
A = ขนาดใหญ่สุด	10-15 บาท
B = ขนาดกลาง	6-9 บาท
C = ขนาดเล็ก	3-5 บาท

การวิเคราะห์ผลผลิตกับต้นทุนการผลิต ผลผลิตพุทราแต่ละปีจะมีปริมาณไม่เท่ากัน ซึ่งสามารถคำนวณอัตราการผลิตต่อไร่ ปริมาณที่ผลิตต่อปี/รอบการผลิต ประมาณ 4 ตัน/ปี/ไร่ รายได้จากการจำหน่ายประมาณต้นละ 100,000 บาท แหล่งจำหน่ายพุทราหลัก คือ ขายหน้าสวน ลานหมู่บ้าน กลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าคนกลางชาวบ้านในชุมชน ลูกค้าออนไลน์ ลูกค้าจากต่างจังหวัด จุดเด่นของผลผลิตพุทราของชาวบ้านโพน คือ กรอบ หอมหวาน อร่อย ลูกใหญ่ ผลสวย สีผิวสวยใส ในแต่ละปีจะมีพุทราที่ไม่สามารถขายได้ เกิดการเน่าเสีย มีหนอน หรือพุทราที่สุกแก่จัดเต็ม และขนาดไม่สวย เก็บผลผลิตไม่ได้ตามห้วงระยะเวลาบ้างทำให้มีผลผลิตที่ชาวบ้านเรียกกันว่า “หมากทันตกร” หมายถึง พุทราที่ไม่สามารถขายได้ เฉลี่ยต่อปีประมาณ 1-2 ตัน/ไร่ หากวิเคราะห์ในส่วนที่ไม่สามารถขายได้ต่อปี ของชุมชนจะเป็นปริมาณเงินค่อนข้างมาก คณะผู้วิจัยและเกษตรกรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการลดการสูญเสียรายได้ดังกล่าว โดยหาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ หรือการแปรรูปพุทราเพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป

2. แนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรผู้ปลูกพุทราในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าแนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ การแปรรูปพุทรา เกิดจากการนำผลผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานมาทำการเพิ่มมูลค่า และได้หาแนวทางในการพัฒนาร่วมกัน คือ การจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ อาทิ เช่น พุทราเชื่อม พุทราแช่อิ่ม พุทราอบแห้ง เป็นต้น ซึ่งในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์การแปรรูป หากมีการผสมผสานวัตถุดิบที่หาได้ภายในชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ สร้างภาพลักษณ์ของชุมชน จึงได้ข้อสรุปเบื้องต้นของกลุ่มเกษตรกรในการจัดการนวัตกรรมการผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ คือ พุทราแช่อิ่มอบแห้ง ซึ่งมีกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ดังกล่าว คือ (1) นำพุทรามาหั่นเป็นชิ้นแล้วนำไปตากแดดประมาณ 1-2 แดด (2) พุทราที่ตากแห้งมาแช่น้ำปูนใสประมาณ 30 นาที แล้วล้างน้ำปูนออก ประมาณ 2-3 รอบ ทิ้งให้สะเด็ดน้ำ (3) นำพุทราที่สะเด็ดน้ำแล้วขึ้นต้มให้คืนตัวในน้ำเดือด ประมาณ 3 นาที (4) กรองให้สะเด็ดน้ำ พักไว้ (5) เตรียมน้ำเชื่อมโดยต้มน้ำกระเจียวแห้ง จนได้สีแดงเข้ม กรองเอากากกระเจียวออก (6) ต้มน้ำเชื่อมโดยเทน้ำตาล และเกลือลงในน้ำกระเจียว กวนจนน้ำเชื่อมเหนียวข้นประมาณ 10-15 นาที (7) นำพุทรามาเชื่อมในน้ำเชื่อม โดยใช้ไฟปานกลาง กวนจนน้ำเชื่อมเหนียวข้น (ใช้เวลา

ประมาณ 30-40 นาที) (8) น้ำพุทราขึ้นจากน้ำเชื่อม นำไปตากแดดประมาณ 2-3 วัน หรือจนกว่าพุทราเชื่อมจะแห้ง และ (9) เก็บในภาชนะที่แห้ง ปิดฝาให้สนิท ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีรสชาติอร่อย หอม หวาน นุ่มรับประทาน และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้นำไปวิเคราะห์ผลทางด้านโภชนาการ เพื่อใช้การรับรองการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน และการหาแนวทางการสร้างมูลค่าเพื่อให้กับผลิตภัณฑ์ต่อไป

3. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรผู้ปลูกพุทราในจังหวัดกาฬสินธุ์ จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรได้มีการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ ควรมีการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการบรรจุพุทราแช่เชื่อมอบแห้ง พร้อมทั้งระบุข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประวัติความเป็นมาเพื่อถ่ายทอดเรื่องวิถีชีวิตความเป็นมาของพุทรา ลงในบรรจุภัณฑ์ เป็นการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดใจของลูกค้า ทำให้ เกิดความพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ มีการนำเสนอการขายในชุมชน และชุมชนใกล้เคียงอนาคตอาจทำจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนและในจังหวัดกาฬสินธุ์ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทำให้มียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น ควรมีการสื่อสารทางการตลาดและนำเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก ผ่านการรับรู้ข้อมูลโดยสื่อทางการตลาด เช่น สื่อออนไลน์ เช่น ยูทูบ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในการสร้างภาพลักษณ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นอกจากนี้ควรสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่น เช่น การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการทำให้เห็นภาพรวมของชุมชนต่อไป

อภิปรายผล

1. บริบทและสถานการณ์การปลูกพุทราของเกษตรกรในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีการผลิตที่เป็นที่ต้องการของตลาด มีการพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรได้มีวิธีการผลิตตามแนวคิดใหม่ การสร้างกระบวนการผลิตโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างสรรค์กระบวนการวิธีการดูแลรักษาพุทรา ผลิตพุทราปลอดสารพิษโดยวิธีการ “กางมุ้ง” เนื่องจาก การพัฒนากระบวนการจัดการผลิต โดยมีความคิด เพื่อให้ได้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน กระบวนการสร้างผลผลิตโดยใช้วัสดุภายในท้องถิ่น ในการริเริ่มสร้างสรรค์กระบวนการผลิตใหม่ๆ อยู่เสมอ และดำเนินการปรับปรุงผลผลิตให้มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Karoowancharen (2011) พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตที่แตกต่างจากเดิมทำให้ลดค่าใช้จ่ายในด้านต้นทุนการผลิต เนื่องจากมีการในกระบวนการผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำการเกษตรรวมทั้งลดการใช้สารเคมีในการทำเกษตร จึงช่วยให้ลดค่าใช้จ่ายทำให้มีผลกำไรจากการเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์สูงขึ้นจากการทำเกษตรแบบเดิม เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น และสามารถเพิ่มศักยภาพการผลิตให้กับเกษตรกรได้จริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chairattanphanich and Saigam (2019) พบว่า กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรม ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมโดยเฉพาะนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการและจะต้องนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการสร้างนวัตกรรมทางด้านกระบวนการผลิต

2. แนวทางการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรผู้ปลูกพุทราในจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ของชุมชนโดยควรมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์การแปรรูปการเพิ่มมูลค่าของพุทรา อาทิเช่น พุทราเชื่อม พุทราอบแห้ง พุทราดอง น้ำพุทรา ขนมที่ทำจากเนื้อพุทรา ซึ่งใน

การจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างสรรค์ผสมผสานวัตถุดิบอย่างอื่นร่วมด้วย เพื่อให้เกิดคุณค่าทางโภชนาการและประโยชน์สูงสุด เกษตรกรในชุมชนมีแนวทางในการจัดการ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน คือ พุทราแช่อิ่มอบแห้ง เพื่อไว้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อเสนอขายเป็นของฝากหรือของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปได้บริโภคสินค้าของชุมชน เนื่องจาก การจัดการนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นในกระบวนการผลิตและการแปรรูปที่ชัดเจน ควรมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อดำเนินการตามแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีวัตถุดิบ และแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่าในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และแนวทางในกระบวนการจัดการการผลิตต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sasong (2017) พบว่า การดำเนินงานของผู้ผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ ด้วยกระบวนการทางความคิดที่ต่อยอดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมุ่งเน้นนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เข้ามาใช้ในการผลิตสินค้าของตนเพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chankoung and Naklungka (2019) พบว่า จะต้องมีการปรึกษาหารือแนวทางการมีส่วนร่วมในการการหารูปแบบการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด

3. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรผู้ปลูกพุทราในจังหวัดกาฬสินธุ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยเน้นวิธีการเก็บรักษาและช่วยถนอมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งระบุข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประวัติความเป็นมาเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวลงในบรรจุภัณฑ์ เป็นการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากหากมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิต ด้วยการสร้างสรรค์ผ่านกรรมวิธีการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในลักษณะที่แตกต่างกัน ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สามารถเสริมสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sae-bang and lamratankul (2017) พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ การสร้างสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์ สื่อออนไลน์ มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ดำเนินการด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความยั่งยืน ความมั่นคงมั่งคั่งและยั่งยืนแก่ชุมชนต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pooripakdee (2018) พบว่า องค์ความรู้ที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยความคิดสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าด้วยการสร้าง แปรนด์และเรื่องเล่า การจัดวางสินค้าและการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ การสรรสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 เชีงนโยบาย สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปนำเสนอเพื่อการต่อยอดและพัฒนาในการแปรรูปผลผลิต ให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพุทรา กับสำนักงานพัฒนาชุมชนและสำนักงานเกษตรจังหวัดต่อไป

1.2 เชีงปฏิบัติการ ควรมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างคุณค่าให้กับชุมชนที่เป็นรูปธรรม

1.3 เจริญวิชาการ ควรนำผลการวิจัยไปประยุกต์การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เพื่อสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชน สร้างเศรษฐกิจชุมชนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

2.2 ควรนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการ และเป็นแนวทางการสร้างนโยบายหรือมาตรการแก้ไขปัญหาลักษณะการเพิ่มรายได้ ในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายบริหารการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

เอกสารอ้างอิง

- Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension. (2020). *The importance of Creating Value Added Agricultural Products*. [Online]. Retrieved March 15, 2020, from: <http://www.sceb.doae.go.th/data/ktank>
- Chairattanaphanich, P., and Saijam, R. (2019). The Strategic Management of Competitiveness of exported vegetable processing business in ASEAN. *Chingmai University Journal of Economics*, 23(1), 35-53. (in Thai)
- Chankoung, P., and Naklungka, K. (2019). A Study on Rice Production and Processing for Consumption in Tambolthadindum Amphore Chaibadarn Lopburi Province. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 10(1), 238-248. (in Thai)
- Department of Industrial Promotion. (2020). *Meaning and knowledge about innovation*. [Online]. Retrieved March 20, 2020, from: http://innovation.dip.go.th/innovation/?page_id=1088
- Inthamon, C., and Lersphoottharak, S. (2019). The management model of homestay innovation business in the community for tourists. *Silpakorn University Journal*, 39(6), 86-103. (in Thai)
- Karoowancharn, T. (2011). innovation for Production Potential Development of Tumbon Kound inneun Aumpur Bankaud Bureerum Province's farmer. *Chandrakasem Rajabhat University Journal*, 17(33), 21-30. (in Thai)
- Kalasin Province Office. (2020). *Kalasin Provincial Development Plan 2018 – 2021*. [Online]. Retrieved March 25, 2020, from: http://www.kalasin.go.th/t/index.php?option=com_content&view=article&id=419:2561-2564-2562&catid=20&lang=th&Itemid=245
- Kitpridabrisut, B. (2010). *Techniques for creating tools and collecting data for research*. 7th ed. Bangkok: Si Anan Printing.

- Khetpiyarat, P. (2017). The Causal Relationship among Core Value of Production, Market Orientation and Innovativeness of the Furniture Business in the Sung Men District Area, Phrae Province. *Nakhon Phanom University Journal*, 6(1), 44-53. (in Thai)
- Neuman, W.L. (2007). *Basics of Social Research : Qualitative and Quantitative Approaches*. 2nd ed. Boston: Pearson.
- Phon-ngam, P. (2019). Adding Value from Culture and Local Wisdom of Loincloth in Loei Province Toward Creative Economy. *KKU Research Journal of Humanities and Social Sciences (Graduate Studies)*, 7(3), 146-158. (in Thai)
- Prommaboon, T., Ketsanoi, S., Vanaporn, S. (2019). The Community Participation of Potential Development and Conservation of Historical Tourist Attractions of Surin Province. *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences*, 19(2), 94-109. (in Thai)
- Pooripakdee, S. (2018). The Development of Knowledge for Product Value Creation to Enhance Competitiveness for OTOP Entrepreneurs in Phetchaburi, Prachuap Khiri Khan, Samut Songkhram and Samut Sakhon. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 10(2), 2153-2168. (in Thai)
- Rodyoo, P., and Boonmeesrisa-nga, M. (2019). The Value Added in Service and Service Innovation Development of Nikanti Golf Club, Muang District Nakhon Pathom. *Burapha University Journal of Business Management*, 8(2), 103-117. (in Thai)
- Sae-bang, W., and Iamratanakul, S. (2017). The Market Survey to Know the Factors That Affect the Creation of Value Added Products “Ready to Eat Salad Tray” of the Royal Project Foundation. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 10(2), 1885-1901. (in Thai)
- Sasong, C. (2017). The role of OTOP producers in Mae Hong Son province in building economic value, with the participation of other stakeholders, in communities through the use of production innovation. *Academic Journal Bangkokthonburi University*, 6(1), 24-36. (in Thai)
- Sumransat, T., Numchey, S., and Nakthong, A. (2019). The value added by using innovation Marketing communication and Marketing Strategies of Preserve fruit Community Enterprise Bang khonthi District Samut Songkhram Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 12(1), 755-777. (in Thai)