



รายงานการวิจัยฉบับร่างสมบูรณ์

เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาด

วิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

Guidelines for the development of prototype products

and marketing mechanisms for Tan Muang Phet

community enterprises

โดย

ดร.อนุชา พลทะกุล

พระสมุห์อาคม อาคมธีโร, ดร.

ดร.ดาวนภา เกตุทอง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๗

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



รายงานการวิจัยฉบับร่างสมบูรณ์

เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาด

วิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

Guidelines for the development of prototype products
and marketing mechanisms for Tan Muang Phet
community enterprises

โดย

ดร.อนุชา พละกุล

พระสมุห์อาคม อาคมธีโร, ดร.

ดร.ดาวนภา เกตุทอง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๗

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

(ลิขสิทธิ์เป็นของวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Complete research report

Guidelines for the development of prototype products and marketing mechanisms for Tan Muang Phet community enterprises

By

Dr. Anucha Bhalakula

Phrasamu Arkom Arkamatheero, Dr.

Dr. Dawnapa Ketnotg

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

B.E. 2024

Research Project Funded by

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

ว.043/2567

MCU RS 800767043

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานวิจัย : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

ผู้วิจัย : ดร.อนุชา พลทะกุล, พระสมุห์อาคม อาคมธีโร, ดร., ดร.ดาวนภา เกตุทอง

ส่วนงาน : วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ปีงบประมาณ : ๒๕๖๗

ทุนอุดหนุนการวิจัย : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร ๒) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และ ๓) เพื่อพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก และการลงพื้นที่ปฏิบัติการ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๘ คน ผู้ร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ๑๕ คน ผลการวิจัยพบว่า

๑. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร ได้แก่ ๑. ประเภทต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ลูกตาล ๒) จาวตาล ๓) ผลตาล ๔) เมล็ดตาล ๕) เปลือกตาล ๖) ใบตาล ๗) ทางตาล และ ๘) ลำต้นตาล ๒. รูปแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ทำน้ำตาล ชั้น-สด-ไซรับ ๒) ทำตาลเถาะ เต้าตาลอ่อน ๓) ทำตาลยี่ ๔) ทำจาวตาล ๕) ทำไม้ตัดเท้า ๖) ทำโต๊ะเฟอร์นิเจอร์ ๗) แกะทำตัวหนังสือ ๘) นำใบมาบดผง ๙) ทำน้ำส้มสายชูไซเดอร์ ๑๐) ทำไม้กวาดหรือทำหมวกโดยใช้เส้นใบจากาบตาล ๑๑) ใบอ่อนนำมาสานเป็นตะกร้า ๑๒) ต้นนำไม้มาทำโต๊ะเก้าอี้ ทำโครงบ้านหรือพื้นรับน้ำหนัก ๑๓) ทำยาสมุนไพร ๑๔) หัวตาล นำมาทำแกงหัวตาล ๑๕) สร้างอาชีพทำโคมบายสวยงามตุ๊กตาจากเมล็ด ๑๖) นำมาเผาเป็นถ่านเช่นเมล็ดแห้ง ๑๗) ทำกระแจะ ๑๘) การทำกล้าตาล ๑๙) เศษถ่านจากเตานำมาฝังกลบเพื่อได้ดูดน้ำให้พืชในฤดูแล้ง และ ๒๐) นำถ่านอัดแท่งจากถ่านที่เคี้ยวตาล ๓. วัสดุต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้นตาลในจังหวัดเพชรบุรีแบ่งออกได้เป็น ๒ พันธุ์ ได้แก่ ๑) ตาลบ้าน มีจำนวนเต้าตาลในแต่ละผล ๑-๔ เต้า แบ่งสายพันธุ์ย่อยได้อีก ๓ พันธุ์ คือ (๑) ตาลหม้อ มีผลขนาดใหญ่ ผิวดำคล้ำ (๒) ตาลไซ มีผลสีขาวเหลือง ผลขนาดเล็กกว่า แต่เต้าตาลใหญ่ขนาดใกล้เคียงกับตาลหม้อ (มีเนื้อหุ้มเต้าตาลบาง) และ (๓) ตาลจาก มีผลในทะลายแน่นคล้ายทะลายจาก และ ๒) ตาลป่า มีผลเล็กขนาดตาลไซ มีผลเขียวคล้ำ มีเต้า ๑-๒ เต้า ลำต้นสีเขียวสด ก้านใบยาว (บางคนเรียกว่า ตาลก้านยาว) พบแถบเขาแด่น อำเภอบ้านลาด และในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ตาลป่ายังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก เพราะมักขึ้นอยู่ในป่า ๔. กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล การนำภูมิปัญญาชาวบ้านแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ หรือเพิ่มนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการเพิ่มผลการผลิต และคงสภาพอัตลักษณ์ของเดิมเอาไว้ ต้องมีอาคารที่สร้างขึ้นโดยมีการถ่ายเทของอากาศได้ดี การใช้

วัสดุที่ทำ หรือบรรจุ มีมาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ต้องให้ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคตั้งแต่คนขึ้น คนเคี้ยว และที่สำคัญต้องสร้างนวัตกรรมเครื่องกวนตาลใช้แทนกำลังคน และ๕. การอนุรักษ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้องจัดเป็นพิพิธภัณฑ์เรื่องตาลเมืองเพชร ควรมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาโชว์หรือแสดงพร้อมมีคำบรรยาย หรือทำรูปแบบของภาพยนตร์ในเรื่องของฤดูกาลทุกอย่าง พร้อมทั้งหาแนวทางที่จะรวบรวมคนที่เคยทำอาชีพตาลมาตลอดชีวิต มาพูดคุยก่อนที่จะตายไปพร้อมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัว

๒. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรได้แก่

๑. แนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การนำสิ่งที่มีอยู่จำนวนมากและบางบ้านไม่ได้นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ และออกแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จากวิจัยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์จากต้นตาลได้แก่ ๒ ได้แก่ ๑) ผลิตภัณฑ์บอนไซตาล และ ๒) ผลิตภัณฑ์ต้นกล้าตาล ๒. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่มกิ่งไม้ตาลเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ของทางราชการ อาทิ กรมพัฒนาชุมชน สหกรณ์ชุมชน เป็นต้น เป็นหน่วยงานที่ช่วยส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มกิ่งไม้ตาลมีความรู้ในการพัฒนางาน การทำธุรกิจ และให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนสนับสนุน เพื่อให้การทำงานของกลุ่มกิ่งไม้ตาลเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรคในด้านเงินทุนสำรองจัดซื้อวัตถุดิบ การพัฒนา กลยุทธ์การตลาด อันดับแรกต้องผลิตผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานด้วย โดยใช้ช่องทางโซเชียล ออนไลน์ ออฟไลน์ การจัดงานวิถีตาม วิถีตาลการจัดกิจกรรมแข่งขัน Adventure โดยใช้หุ่นยนต์ ๓. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การคิดค้นตัวสินค้าใหม่ ๆ โดยขอคำปรึกษาหรืออ้างอิงจากการทดสอบผลิตภัณฑ์นั้น โดยใช้สถาบันการศึกษาท้องถิ่น อาทิ อาชีวะ วิทยาลัยการอาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ส่วนราชการของจังหวัด อาทิ พาณิชย อุตสาหกรรม อาจมีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตมีมาตรฐานซึ่งจะมีประโยชน์ต่อยอดการจำหน่ายและมีแนวทางสร้างนวัตกรรมตัวใหม่ขึ้นมาเป็นที่ยอมรับและปลอดภัยต่อผู้บริโภค และ๔. แนวทางการทดสอบตลาดต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ กลยุทธ์การตลาดสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย (๑) รูปแบบของกิจกรรมที่จัดขึ้นต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเจ้าของวัฒนธรรมกับ นักท่องเที่ยว (๒) การส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคาหรือการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram และ Twitter (๓) ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวควรเผยแพร่ผ่าน เว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดีย (๔) กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องมีความน่าสนใจ สามารถปรับและเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายช่วงอายุ (๕) สร้างจุดเด่นหรือความเป็นเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้เกิดกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ และ (๖) สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็น โดยเฉพาะควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทางและการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น

๓. การพัฒนา กลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร ประกอบด้วย ๑. วิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนา กลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร ต้องสร้างแนวทางการนำวิสัยทัศน์ vision ในการพัฒนา กลไกการตลาดแจ้งให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมตัวกันในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ดีจะทำให้เพิ่มรายได้จากผู้ซื้อสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญลำดับต้นๆ ซึ่งต้องสอดคล้องกับการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” คือ “เป็นเมืองต้นแบบที่ก่อให้เกิดรายได้จากตาลโตนดอย่างมั่นคงและยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชรเมืองตาลโตนด” ใน ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๑) การส่งเสริมการปลูกตาลโตนด ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตาลโตนด ๓) การวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากตาลโตนด และ ๔) ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” ๒. พันธกิจ (Mission) การพัฒนา กลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร ได้แก่ ๑) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของจังหวัด โดยระดมพลังการมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว และประชาชนอยู่ดีมีสุข และ ๒) เสริมสร้างสมรรถนะและความเข้มแข็งของหมู่บ้าน/ชุมชน เพื่อให้ใช้แผนชุมชนที่มีคุณภาพเป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนา และการกำหนดตำแหน่งตามศักยภาพภูมิสังคม และทุนทางสังคม โดยให้หมู่บ้าน/ชุมชน เป็นศูนย์กลางการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพและตลาดชุมชน ๑) เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ๒) ส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๓) รับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และ ๔) ประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ ๓. วัตถุประสงค์ (Objective) การพัฒนา กลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร ได้แก่ ๑) กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร ๒) การกระจายสินค้าของผู้ผลิตมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำเพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรง และใช้ระยะเวลาสั้น ๓) ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด มาใช้กับสินค้าเกษตรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ และ ๔) ต้นทุนการกระจายสินค้ามิได้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด แต่ปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับจังหวัด ลดปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ๔. เป้าหมาย (Target) การพัฒนา กลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร ได้แก่ ๑) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่พบส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนรูปแบบของเชิงเทียนเป็นหลัก ๒) แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งที่มีผู้ที่สนใจจะไปมาได้อย่างสะดวกและเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง ๓) การกำหนด

ราคาของผลิตภัณฑ์มาจากการประเมินราคาต้นทุนในการผลิตและผลกำไร ที่สมาชิกกลุ่มกล้วยไม้ตาล จะได้รับ ผู้นำกลุ่มกล้วยไม้ตาลจะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม โดยต้องคำนึงถึงกำลังการซื้อ ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป็นสำคัญประกอบด้วย ๔) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดมีลักษณะเป็น กล่องสี่เหลี่ยมทำจากกระดาษสา มีรูปทรงแบบเรียบง่าย มีฝาปิดด้านบน และ ๕) ทางด้านการส่งเสริม การการขายมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนด โดยการประชาสัมพันธ์เป็นสินค้าผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต โฆษณาผ่านวิทยุชุมชน ผ่านโทรทัศน์และแผ่นพับใบปรีว และ ๕. กลยุทธ์ (Strategy) การ พัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ต้องสร้างกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการตลาด ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ๑) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การที่เป็นกลุ่มดั้งเดิมที่ขายผลิตภัณฑ์มันทอดใน ชุมชนตั้งแต่ช่วงแรก ๆ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค และมีเพจของกลุ่มที่สามารถเป็นช่องทาง ให้กับลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมและสั่งซื้อสินค้า ๒) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ การที่ผู้ผลิตใน ชุมชนแข่งขันกันเอง ต่างคนก็ต่างผลิต ต่างคนก็ต่างขาย ส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างน้อย เนื่องจาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องถิ่น แต่กิจการมีตัวแทนเพื่อช่วยกระจายสินค้าทำให้ได้ผลกำไรค่อนข้างมาก ในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา ๓) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค แต่ มีการแข่งขันค่อนข้างสูงภายในกลุ่ม ผู้ผลิตต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้เหนือกว่า คู่แข่งขัน และ ๔) กลยุทธ์เชิงรับ คือ การมีต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างสูง และเป็นวัตถุดิบที่ได้ จากธรรมชาติ อาจเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่น

Research Title : Guidelines for the development of prototype products and marketing mechanisms for Tan Muang Phet community enterprises

Researchers : Dr. Anucha Bhalakula, Phrasamu Arkom Arkamatheero, Dr., Dr. Dawnapa Ketnotg

Department : Phetchaburi Buddhist College
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Fiscal Year : 2567/2024

Research

Scholarship Sponsor : Thailand Science Research and Innovation (TSRI)

Abstract

This study has the objectives 1) to study the prototype palm products of the Mueang Phet Community Enterprise, 2) to develop creative palm products of the Tan Mueang Phet Community Enterprise, and 3) to develop the marketing mechanism of the Tan Mueang Phet Community Enterprise. It is a mixed methods research. action research Using the in-depth interview method and visiting operational areas There were 8 key informants and 15 people who participated in the workshop activities. The research results found that

1. Model sugar products of the Muang Phet Community Enterprise include:

1. Types of prototype sugar products include 1) palm fruit, 2) palm nuts, 3) palm fruit, 4) palm seeds, 5) palm peel, 6) palm leaves, 7) palm kernels, and 8) palm trunks.
2. Models of sugar palm products include: 1) making sugar, thick-fresh-syrup, 2) making peeled sugar palm, young sugar palm, 3) making palm yee, 4) making palm sugar, 5) making foot curlers, 6) making furniture tables, 7) carving and making. Letters 8) Leaves are used for roofing. 9) Make cider vinegar. 10) Make brooms or hats using leaves from palm leaf sheaths. 11) Young leaves are woven into baskets. 12) Trees are used to make tables and chairs. Make a house frame or weight-bearing floor. 13) Make herbal medicine. 14) Palmyra heads are used to make palmyra curry. 15) Create a career in making beautiful mobiles and dolls from seeds. 16) Burn them into charcoal like dried

seeds. 17) Make Krachae 18) Making sugar palm saplings, 19) scraps from the kiln to landfill to absorb water for plants in the dry season, and 20) making charcoal briquettes from charcoal that has been chewed sugar palm.

3. Model material for sugar palm products. Palm trees in Phetchaburi Province can be divided into 2 varieties: 1) Ban palm palm, with 1 - 4 palm buds on each fruit. It can be further divided into 3 subspecies: (1) Pot palm, with large fruits and dark-skinned skin (2) Khai palm has white-yellow fruits. smaller fruit But the large palm tree is similar in size to the palm palm. (has a thin flesh covering the palm) and (3) palm palm has fruit in tight bunches similar to palm palm and 2) wild palm has small fruit the size of an egg palm. It has a dark green fruit with 1-2 breasts, a bright green trunk, and long leaf stalks (some people call it a long palm tree). It is found in the Khao Daen area, Ban Lat District, and in the Kaeng Krachan National Park. Wild palm is not yet very well known. Because it often grows in the forest.

4. Process for producing prototype sugarcane products. Applying traditional folk wisdom or adding new innovations to increase production results and maintain its original identity. There must be a building built with good air ventilation. The use of materials that are made or packaged is up to standard and safe for consumers. Safety for consumers must be ensured from stirring, stirring, and most importantly, creating innovative sugarcane agitators to use in place of manpower. And

5. Preserving prototype sugarcane products. It must be classified as a museum about the Tan Muang Phet story. There should be examples of products that can be displayed or displayed with descriptions. Or make a movie format about every season. along with finding a way to bring together people who have worked as a vocationalist throughout their lives Let's talk before we die with the knowledge we have inside us.

2. The development of creative palm products of the Tan Mueang Phet Community Enterprise includes:

1. Guidelines for producing creative palm products. Taking things that are available in many ways and that some houses do not create into products. and designed to meet the needs of customers From the research, two products can be created from palm trees: 1) palm bonsai products and 2) palm seedling products.

2. Guidelines for developing marketing strategies for creative palm tree products. The agencies that support the palm tree turning group are various government agencies such as the Community Development Department, community

cooperatives, etc. They are agencies that help promote the palm tree turning group members to have knowledge in developing their work. Doing business and providing assistance with funding In order for the work of the Tan Wood Lathe Group to go smoothly. There are no obstacles in terms of reserve funds for purchasing raw materials and developing marketing strategies. First, the product must meet standards. Using social channels, online, offline, organizing events according to Palm way of organizing adventure competition activities using robots. 3. Guidelines for developing creative palm tree products. Inventing new products by asking for advice or based on testing of the product. By using local educational institutions such as vocational and vocational colleges. Rajabhat University Government agencies of the province, such as commerce and industry, may use machinery for production that has standards which will be beneficial to sales and have guidelines for creating new innovations that are acceptable and safe for consumers and 4. Guidelines for testing the market. creative palm tree Marketing strategies for creative tourist attractions in the study area include: (1) The format of the organized activities must create learning or exchange of experiences between the owners of the culture and Tourists (2) Marketing promotions such as price reductions or travel packages. through social media Facebook, Instagram and Twitter (3) Information about tourist attractions should be disseminated through Website or social media (4) Activities organized must be interesting. Can adjust and change to suit the situation. and reach groups of tourists of various ages (5) create distinctive points or uniqueness of tourist attractions To develop activities that are new and interesting and (6) create necessary basic facilities. In particular, safety should be considered when traveling and participating in organized activities.

3. Development of the marketing mechanism of the Tan Mueang Phet Community Enterprise consists of 1. Vision Development of the marketing mechanism of the Tan Mueang Phet Community Enterprise. Must create guidelines for bringing vision in developing marketing mechanisms to inform members of community enterprises that have come together to produce good products or services, which will increase income from buyers of products or services, something that must be given importance. First order This must be consistent with the vision of the creative economy model city in Phetchaburi Province. “Mueang Phet, Palmyra City” is “a model city that

generates stable and sustainable income from palmyra palm” with Strategic issues in driving the creative economy model city in Phetchaburi Province “Muang Phet Muang Palmyra Palmyra” in 4 strategic issues for sustainable development, consisting of 1) promotion of palmyra palm plantation, 2) creating added value from palmyra palm, 3) research and development on the use of palmyra palm, and 4) publicizing the city.

Model of the creative economy "Mueang Phet, Muang Tan Tanod" 2. Mission: Development of marketing mechanisms for the Tan Mueang Phet community enterprise, including: 1) increasing the efficiency of management in the province By mobilizing the power of integrated participation of all sectors. To develop the province into a livable, tourist-friendly city where the people live happily and 2) strengthen the capacity and strength of villages/communities. To use quality community plans as a strategy to drive development. and determining positions according to geo-social potential and social capital By giving the village/community It is a center of development according to the Sufficiency Economy guidelines. By taking the community as the center for developing and promoting careers and the community market 1) strengthening the learning process in community capital management 2) promoting and supporting community enterprises and community enterprise networks 3) certifying the status of community enterprises and community enterprise networks and 4) Coordinate cooperation with the government, private sector, and communities in order to promote and support community enterprises in unity. 3. Objectives Development of marketing mechanisms for Tan Mueang Phet community enterprises, including 1) Strategies for product distribution formats that is appropriate and is most consistent with the physical characteristics of the product. Selective Distribution 2) The distribution of the manufacturer's products has low transportation costs because it is a direct sale. and for a short period of time. 3) Entrepreneurs cannot use methods of distributing palm sugar products. can be used with other agricultural products that have similar characteristics; and 4) distribution costs are not a major problem for palm sugar products. But the main problem is the shortage of raw materials. To increase income for the province Reduce social and environmental problems and improve the quality of life of the people. 4. Target Development of the marketing mechanism of the Tan Mueang Phet Community Enterprise includes: 1) The characteristics of the

products found are mainly household products in the form of candlesticks. 2) Product distribution source It is a store with a location where people can walk around easily and is a center for palm sugar products that are widely known to the general public. 3) The product pricing is based on cost estimation. in production and profits that members of the palm lathe group will receive The leader of the palm lathe group will consider appropriateness. It is important to take into account the purchasing power of the customer, consisting of 4) Product packaging from Palmyra wood looks like a rectangular box made from mulberry paper. It has a simple shape. There is a lid on the top and 5) in terms of sales promotion, products from Palmyra wood are presented. By publicizing the product through the internet. Advertising through community radio Through television and leaflets and 5. Strategy development of marketing mechanisms for the Tan Mueang Phet community enterprise. A strategy must be created to develop the marketing of community products, including: 1) Proactive strategy, which is to be the original group that sold fried potato products in the community from the early days, which received good response from consumers. And there is a group page that can be a channel for customers in different areas to come visit and order products. 2) A corrective strategy is where producers in the community compete with each other. Different people produce different things. Different people sell different things. Relatively small market share Because it is a product sold locally But the business has agents to help distribute the products, making quite a profit over the past 3 years. 3) Preventive strategy is that the product has received good response from consumers. But there is quite high competition within the group. Manufacturers must adapt strategies in various areas. In order to be superior to competitors and 4) defensive strategy is to have relatively high raw material costs in production. and is a raw material obtained from nature There may be a shortage of materials due to purchasing raw materials from other places.

กิตติกรรมประกาศ

กราบขอบพระคุณพระวิสุทธีวรกิจ ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี พระพิพิธพัชรโรดม, ดร. รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ฝ่ายบริหาร พระครูวัชรสุวรรณาทร, ผศ.ดร. รองผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ฝ่ายวิชาการ พระครูวิรุฬห์วัชรธรรม ผู้อำนวยการสำนักงานวิชาการ วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี และพระสมุห์อาคม อาคมธีโร, ดร. ผู้อำนวยการสำนักงานวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ประกอบด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า เพื่อร่วมสัมภาษณ์ตามข้อเท็จจริง ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเพื่อการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง และขอบคุณนิสิตวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ที่ร่วมลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยเชิงปฏิบัติการ

ขอขอบคุณเอกสารประกอบการวิจัยทุกฉบับและเจ้าของผลงานอย่างยิ่ง ที่คณะผู้วิจัยนำมาอ้างอิงทุกส่วนของการวิจัยนี้

อนึ่ง หากผลการวิจัยนี้เกิดความผิดพลาด บกพร่อง และการนำเสนอข้อมูลคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ และข้อเท็จจริงในการทำวิจัยครั้งต่อไป

คณะผู้วิจัย

ดร.อนุชา พลทะกุล

พระสมุห์อาคม อาคมธีโร, ดร.

ดร. ดาวนภา เกตุทอง

๑๑ เมษายน ๒๕๖๗

สารบัญ

| เรื่อง | หน้า |
|-----------------------------------------------------|----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ค |
| กิตติกรรมประกาศ | จ |
| สารบัญ | ฉ |
| สารบัญภาพ | ฌ |
| สารบัญแผนภาพ | ฎ |
| คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ | ฏ |
| บทที่ ๑ บทนำ | ๑ |
| ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | ๑ |
| ๑.๒ คำถามการวิจัย | ๔ |
| ๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย | ๕ |
| ๑.๔ ขอบเขตการวิจัย | ๕ |
| ๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย | ๖ |
| ๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย | ๘ |
| บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | ๙ |
| ๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ | ๙ |
| ๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | ๑๒ |
| ๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน | ๑๕ |
| ๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย | ๑๙ |
| ๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออนไลน์ | ๒๗ |
| ๒.๖ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค | ๒๙ |
| ๒.๗ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย | ๓๐ |
| ๒.๘ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | ๓๗ |

สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง | หน้า |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| ๒.๙ กรอบแนวคิดในการวิจัย | ๔๗ |
| บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย | ๔๙ |
| ๓.๑ รูปแบบการวิจัย | ๔๙ |
| ๓.๒ ขั้นตอนดำเนินการวิจัย | ๕๐ |
| ๓.๓ ผู้ให้ข้อมูลการวิจัย | ๕๑ |
| ๓.๔ เครื่องมือการวิจัย | ๕๒ |
| ๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล | ๕๓ |
| ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล | ๕๔ |
| ๓.๗ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย | ๕๔ |
| บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | ๕๖ |
| ๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นแบบผลิตภัณฑ์तालของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร | ๕๖ |
| ๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์तालเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนतालเมืองเพชร | ๗๐ |
| ๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนतालเมืองเพชร | ๗๗ |
| บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | ๘๔ |
| ๕.๑ สรุป | ๘๔ |
| ๕.๒ อภิปรายผล | ๘๗ |
| ๕.๓ ข้อเสนอแนะ | ๙๖ |
| บรรณานุกรม | ๙๘ |
| ภาคผนวก | ๑๐๔ |

สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ภาคผนวก ก ขอความอนุเคราะห์ให้สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย | ๑๐๕ |
| ภาคผนวก ข ขอความอนุเคราะห์ให้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการวิจัย | ๑๐๗ |
| ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร | ๑๐๙ |
| ภาคผนวก ง กำหนดการ กิจกรรมภาคปฏิบัติการ (Action) | ๑๑๗ |
| ภาคผนวก จ รายนามผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก | ๑๑๙ |
| ภาคผนวก ฉ ภาพประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก | ๑๒๒ |
| ภาคผนวก ช ประวัตินักวิจัย | ๑๒๔ |

สารบัญตาราง

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|------------|------|
| ๔.๑ | ลูกตาล | ๕๘ |
| ๔.๒ | จาวตาล | ๕๙ |
| ๔.๓ | ผลตาล | ๖๐ |
| ๔.๔ | เมล็ดตาล | ๖๑ |
| ๕.๔ | เปลือกตาล | ๖๒ |
| ๔.๖ | ใบตาล | ๖๓ |
| ๔.๗ | ทางตาล | ๖๔ |
| ๔.๘ | ลำต้นตาล | ๖๕ |
| ๔.๙ | บอนไซตาล | ๗๑ |
| ๔.๑๐ | ต้นกล้าตาล | ๗๑ |

สารบัญแผนภาพ

| แผนภาพที่ | หน้า |
|------------------------|------|
| ๒.๑ กรอบแนวคิดการวิจัย | ๔๘ |
| ๓.๑ ขั้นตอนการวิจัย | ๕๕ |

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

๑.๑.๑ ความเป็นมา

ตาลเป็นต้นไม้ที่ชุมชนมีวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางการเกษตรทั้งการปลูก ดูแล การเก็บผลผลิตจากตาลโตนด และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาล การพัฒนาสินค้าเกษตรสินค้าแปรรูปจากลูกตาล คือ ไข่มุกกลอนตาล และกิจกรรมและฐานการเรียนรู้ประกอบด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ ข้อมูลเบื้องต้นของต้นตาล กิจกรรมการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากกะลามะพร้าว และกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกลอนตาล โดยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและต่อยอดกิจกรรมให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพ^๑ งานหัตถกรรมไม้ตาลภาคกลางสะท้อนในรูปแบบของภูมิปัญญาพื้นบ้าน คือ งานไม้ตาลเป็นงานกลึง ประโยชน์ใช้สอยพบว่าผลิตเป็นครก สาก จานรองแก้ว เป็นต้น รูปแบบทำตามความต้องการของลูกค้า ลวดลายใช้ลวดลายไทย วัสดุใช้ไม้ตาลที่มีอายุ ๕๐ ปีขึ้นไป เครื่องมือใช้เครื่องกลึงและอุปกรณ์งานกลึงไม้ การบำรุงรักษา มีการดูแลรักษาเครื่องมือกลึงไม้อยู่เสมอ กระบวนการผลิต ใช้วิธีการกลึงให้เป็นรูปทรงตามที่ต้องการ และการอนุรักษ์ มีการรักษารูปแบบดั้งเดิม ส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ตาล คือ พัฒนาเป็นรูปแบบคอมพิวเตอร์ลาย ๑๒ นักกษัตริย์เขียนลายรดน้ำ^๒

การแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด ส่วนใหญ่ดำเนินงานภายในครอบครัว กระบวนการผลิตยังคงรักษาภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณและการส่งเสริมการตลาดจากภาครัฐ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อน้ำตาลสดพร้อมดื่มด้วยตนเอง ชอบที่ความหอมหวานรสชาติแท้จากธรรมชาติ ชอบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดแก้ว ขนาด ๒๕๐ มล. ชอบน้ำตาลสีอ่อนโดยให้ความสำคัญในเรื่องของราคาและคุณภาพ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาล

^๑ รัฐพิพัทธ์ ธนรัชต์ธำรงกุล กชมาศ แซ่เตียว บุษราคัม กลั่นน้ำทิพย์ สุรพงษ์ เพิ่มพล และชุตติกาญจน์ นาคนพคุณ การพัฒนาสินค้าแปรรูปจากลูกตาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว หมู่บ้านน้ำตาลสด จังหวัดฉะเชิงเทรา. The ๔th BAs National Conference ๒๐๒๒ การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๔ (ในความร่วมมือ ๕ สถาบัน), ๒๕๖๕, หน้า ๓๙.

^๒ บุญเรือง สมประจบ. หัตถกรรมไม้ตาลภาคกลาง : การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการผลิตและการพัฒนาเชิงพาณิชย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๕๐.

สดพร้อมดื่ม แตกต่างกัน ผลผลิตภัณฑ์ควรแสดงฉลากที่สื่อความเป็นเอกลักษณ์ของเพชรบุรีบ่งบอกว่า เป็นน้ำตาลสดแท้เมืองเพชร บรรจุในขวดแก้วใส แสดงราคา และมาตรฐานรับรองผลผลิตภัณฑ์^๓

ดังนั้น การพัฒนาผลผลิตภัณฑ์ทำให้กลุ่มมีศักยภาพในการยกระดับมาตรฐานผลผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพของผลผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ระบบบัญชี และการตลาด ส่วนการพัฒนาคุณภาพผลผลิตภัณฑ์ด้านเวชสำอางของสบู่มุมนไพรตาลโตนด ในการทดสอบฤทธิ์ Anti-microbial activity พบว่าสบู่มุมนไพรตาลโตนดมีฤทธิ์ต้านเชื้อรา สำหรับ การพัฒนากระบวนการผลิตและผลการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ^๔

๑.๑.๒ ความสำคัญของปัญหา

ตาลเป็นพืชเศรษฐกิจ และเป็นสมบัติตกทอดมาตั้งแต่สมัยโบราณกาล ขึ้นอยู่ทั่วไปและถือเป็นสัญลักษณ์ของชุมชน หากมองจากแง่มุมด้านสังคมวัฒนธรรม ตาลเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต วัฒนธรรมการบริโภค เป็นรากฐานของความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชนมาเป็นเวลาช้านาน ความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือเกื้อกูลกันของคนในหมู่บ้าน และความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างผู้ผลิต พ่อค้า และผู้บริโภค ในด้านของระบบการผลิต ความสมบูรณ์ของทุนทางสังคมดังกล่าว ทำให้ชุมชนมีการผลิตสินค้าจากต้นตาลโตนดแทบทุกครัวเรือน ควบคู่กับการประกอบอาชีพทำนาเป็นวัฒนธรรมภูมิปัญญาที่เป็นเศรษฐกิจชุมชน ทั้งนี้จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ผลผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดเป็นอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้โดยตรง แต่ปัจจุบันมีครัวเรือนที่ประกอบอาชีพนี้ เริ่มลดลงไปเป็นจำนวนมาก ชาดผู้สืบทอดความรู้ ไม่เห็นคุณค่าทรัพยากรตาลโตนดในฐานะทุนทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในชุมชนหันไปประกอบอาชีพอื่น แต่อย่างไรก็ตามปัญหาในการดำเนินงานของชาวบ้านที่ประกอบอาชีพตาลโตนด ยังมีความต้องการในด้านการพัฒนาและคิดค้นวิธีการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ คือ ชาดความรู้ในด้านการผลิตและแปรรูปผลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากตาลโตนดในชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าอันเป็นการสร้างองค์ความรู้จากการต่อยอดองค์ความรู้ ด้านภูมิปัญญาของคนในชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนา

^๓ โสภภาพร กล่ำสกุล และคงขวัญ ศรีสะอาด. การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ กรณีศึกษา น้ำตาลสดเมืองเพชรบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๐) : ๑๙๑-๑๙๒.

^๔ จารุวรรณ ชูสงค์ และไพฑูริย์ ศิริรักษ์. การพัฒนาผลผลิตภัณฑ์สบู่มุมนไพรจากตาลโตนดของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการ มทร.สุวรรณภูมิ, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗) : ๑๖๕.

ธุรกิจชุมชน^๕ อุตสาหกรรมของผลิตภัณฑ์ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบุรี ต้นตาลซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญยังไม่ได้รับการศึกษาการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นคุณค่าอัตลักษณ์ และชี้แนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นตาล และประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ด้วยวัฒนธรรมชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นอย่างแท้จริง สำหรับผลิตผลจากตาลโตนดมีหลายอย่าง แต่ที่ทำรายได้ให้ชาวบ้านจากนักท่องเที่ยวคือลูกตาลอ่อน ในสมัยก่อนน้ำตาลจากตาลโตนดเป็นสินค้าส่งออกจากเพชรบุรีไปทั่วประเทศหรือแม้ส่งออกต่างประเทศโดยมีหลักฐานเป็นหม้อตาลโบราณมากมายหลงเหลือให้ศึกษาโดยดูได้ที่ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรีตาลโตนดให้ประโยชน์หลายประการ เช่นการทำน้ำตาล ขนตาล ไม้ตาลของที่ระลึก ตาลเชื่อม เป็นต้น นักท่องเที่ยวสามารถชมการทำน้ำตาลได้ในบางหมู่บ้านแต่ต้องติดต่อล่วงหน้า หรือเยี่ยมชมเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้คณะผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากต้นตาล และสร้างความรู้จัก โดยพัฒนารูปแบบการตลาดจากอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดเพชรบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตเศรษฐกิจของชุมชน จากทุนทางสังคมวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่มีอยู่ในชุมชน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้ร่วมกันส่งเสริมและสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่สืบไป^๖

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาลต้องเริ่มต้นที่การใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based model) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) และการจัดการความรู้ (Knowledge management) เนื่องจากกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มุ่งเสริมสร้างการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนชาวบ้าน ผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด แต่ยังคงขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญา เนื่องจากเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น ทำให้คนรุ่นหลังขาดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งส่งผลต่อการสร้างวิสาหกิจชุมชนอีกด้วย ดังนั้นจึงมุ่งผลในการนำรูปแบบและผลงานการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มาประยุกต์ให้กับผู้ที่ต้องการสืบทอดภูมิปัญญาด้านนี้ เพราะประโยชน์จากตาลโตนดไม่เพียงแต่เฉพาะทำน้ำตาลสดเท่านั้น ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการแปรรูปและสร้างผลิตภัณฑ์ในการใช้สอยและสามารถเพิ่มมูลค่าในสินค้าที่ ผลิตขึ้นมาใหม่ได้ จากเดิมในพื้นที่มีเพียงการผลิตน้ำตาลสดจากต้นตาลโตนดเพียงอย่างเดียวจนทำให้ภูมิปัญญาอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับตาลโตนดหายไปและจากการดำเนินกิจกรรมพัฒนารูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด

^๕ อุทัยวรรณ ภูเทศ, การพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น, วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๙) : ๑๘๗.

^๖ พระครูวัชรสุวรรณาทธ. (ลูกซูป เกตุเขียว) พระอาคม กุญแจนาค และอนุชา พละกุล. การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวัฒนธรรมชุมชน, รายงานการวิจัย, สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๒.

ร่วมกับประชาชนชาวบ้านและผู้รับการถ่ายทอด พบว่า ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการ ถ่ายทอดภูมิปัญญา ๒ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระจ่างต้นไม้ตาลโตนด และไม้ตาลคล้ายเส้น จากผลการวิจัยครั้งนี้ ก่อให้เกิดการรวมตัวของสมาชิกหรือชุมชนสามารถต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้ครอบครัว ชุมชนและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีไทยได้อย่างเหมาะสม นำมาซึ่งการพัฒนา เศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนให้สามารถที่จะพึ่งพาตนเอง และสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับตนเอง ครอบครัว ท้องถิ่นและประเทศชาติต่อไปในอนาคต^๗

เมืองเพชรเป็นพื้นที่ที่มีต้นตาลเป็นจำนวนมาก ถือว่าเป็นต้นไม้ที่สร้างเอกลักษณ์ สร้างความจดจำ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนและชุมชนชาวเพชรบุรีมาอย่างยาวนาน สามารถนำตาลมาแปรรูปเป็นอาหารหลากหลายทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน ส่วนลำต้นสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ อาทิ เพอร์นิเจอร์ไม้ตาล แจกัน ไม้ตัดค้ายกถ้ำมณี โดยเฉพาะน้ำตาลสด น้ำตาลโตนด ขนมันชั้น โตนดทอด (ตาลทอด) ข้าวแต่น้ำตาลโตนด กาแฟสดน้ำตาลโตนด ข้าวเกรียบโปร่งตาลโตนด ไอศกรีมน้ำตาลโตนด ทองม้วนน้ำตาลโตนด ขนมหาล้าน้ำตาลโตนด ขนมหาลาเคลือบน้ำตาลโตนด ขนมหองพับน้ำตาลโตนด สินค้าและผลิตภัณฑ์เหล่านี้ล้วนเป็นสินค้าขึ้นชื่อของเมืองเพชร ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจในผลิตภัณฑ์จากต้นตาลที่มีจำนวนมากในจังหวัดเพชรบุรี โดยจะพัฒนาตาลให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าและสามารถสร้างรายได้ อาทิ ศูนย์เพาะและขยายพันธุ์ตาล บอนไซต้นตาล งานศิลปะจากตาล การท่องเที่ยวสวนตาล และธุรกิจจากตาล

ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร คือ การใช้แนวคิดการประกอบสัมมาชีพเชิงพุทธในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาล อาทิ การเพาะต้นกล้า การจำหน่ายต้นกล้านอกพื้นที่ จากสร้างบอนไทรตาล การแกะสลัก เป็นต้น เพื่อให้เกิดการตระหนักคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

๑.๒ คำถามการวิจัย

๑.๒.๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรควรดำเนินการอย่างไร

๑.๒.๒ การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรควรมีแนวทางอย่างไร

^๗ พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ, สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ และจินตนา กำแพงศิริชัย, รูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตาลโตนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา, วารสารการศึกษาศึกษาและการพัฒนาสังคม, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (๒๕๖๒).

๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ๑.๓.๑ เพื่อศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร
- ๑.๓.๒ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร
- ๑.๓.๓ เพื่อพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” ในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

คณะผู้วิจัย ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร จากหนังสือรายงานการวิจัย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และการพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร จากนั้นจึงสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ดังนี้

๑. ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหนังสือรายงานการวิจัย และเอกสารอื่น ๆ โดยอาศัยแนวคิดต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร

๒. ดำเนินการศึกษากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๓. ดำเนินการศึกษากการพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ศูนย์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และกลุ่มผู้พัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยจำแนกเป็น ๒ กลุ่ม ดังนี้

๑. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่วิจัยเพราะสามารถใช้ความเห็นที่สอดคล้องกับหลักการ และพฤติกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรับทราบ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ประกอบด้วย นักวิชาการเกษตรจังหวัดเพชรบุรี ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร กรรมการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร กลุ่มละ ๒ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๑๐ คน ดังนี้

- ๑) นักวิชาการเกษตรจังหวัดเพชรบุรี
- ๒) ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร
- ๓) กรรมการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร
- ๔) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร
- ๕) ผู้ประกอบการเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร

๒. ผู้ร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ร่วมประชุมกลุ่มย่อยจากการปรึกษาที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ ที่ดำเนินการอยู่ในวิสาหกิจชุมชนตัวอย่าง ที่มีทั้งประธานศูนย์ กรรมการและสมาชิก รวมทั้งสิ้นจำนวน ๑๕ คน ดังนี้

- ๑) สวนตาลลุงถนอม จำนวน ๕ คน
- ๒) ตาล เมืองเพชร จำนวน ๕ คน
- ๓) สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี) จำนวน ๕ คน

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

ทำการศึกษาและคัดเลือกกลุ่มที่ทำสวนตาลต้นแบบของสวนตาลลุงถนอม อำเภอเมืองบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่องที่วิจัย คือ ผู้ดำเนินการทำเกษตรอินทรีย์ หรือมีลักษณะสอดคล้องกัน จำนวน ๓ ตัวอย่าง ได้แก่

- ๑) สวนตาลลุงถนอม
- ๒) ตาล เมืองเพชร
- ๓) สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี)

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร เริ่มดำเนินการวิจัยตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ ถึง ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล หมายถึง การใช้ตาลเป็นต้นแบบในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการทดสอบ ที่พัฒนาขึ้นจากกระบวนการ วิจัย พัฒนา หรือการปรับปรุงกระบวนการเดิมด้วย

องค์ความรู้ด้านนวัตกรรม ประกอบด้วย ด้านประเภท ด้านรูปแบบ ด้านวัสดุ ด้านกระบวนการผลิต และด้านการอนุรักษ์ โดยมีนิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

๑) **ด้านประเภท** หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์จากตาลให้มีความหลากหลาย โดยจัดเป็นประเภทตามความเชี่ยวชาญของผู้ออกแบบ

๒) **ด้านรูปแบบ** หมายถึง การสร้างผลิตภัณฑ์ตาลให้มีลักษณะเฉพาะ ตามดีไซน์ที่เจ้าของผลงานต้องการนำเสนอ โดยอาจมีมูลค่าแตกต่างจากผลิตภัณฑ์รูปแบบเดียวกัน ซึ่งสามารถรับรู้ได้ด้วยการมอง สัมผัส

๓) **ด้านวัสดุ** หมายถึง การใช้อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์มาประยุกต์กับตาลในส่วใดส่วนหนึ่ง เพื่อให้เกิดมูลค่าและความน่าสนใจต่อผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้น อาทิ มูลค่ากระดาษ คุณภาพดิน พันธุ์ตาล

๔) **ด้านกระบวนการผลิต** หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตาลที่ใช้ความประณีต บำรุงรักษา การดูแล ตลอดจนการแสวงหาอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์

๕) **ด้านการอนุรักษ์** หมายถึง การดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ตาลอย่างรอบด้านในทุกมิติ ทั้ง การตั้งศูนย์เรียนรู้ การถ่ายทอดความรู้ การพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ในสถานศึกษา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การนำตาลมาสร้างเป็นรูปแบบต่าง ๆ โดยอาศัยตาลแต่ละช่วงวัย โดยงานวิจัยนี้ใช้ต้นกล้าตาลเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการทดสอบตลาด โดยมีนิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

๑) **ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง การนำตาลมาออกแบบสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตามที่ผู้ประกอบการสนใจ หรือตามที่ลูกค้าสนใจ ซึ่งอาจจะเป็นประเภทอาหาร เครื่องประดับ หรือไม้ประดับ ที่สร้างมูลค่า

๒) **ด้านกลยุทธ์การตลาด** หมายถึง การสร้างความสนใจต่อสินค้าและผลิตภัณฑ์ตาลที่ส่งออกไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ทั้งรูปแบบหน้าร้าน เพจ ราคา การไลค์สด ของฝาก ของชำร่วย การออกบูธ การประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ

๓) **ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์** หมายถึง การนำต้นกล้าตาลอายุประมาณ ๑ ปี หรือมีความสูงประมาณ ๕๐ เซนติเมตร มาสร้างผลิตภัณฑ์บอนไซตาล และการนำลูกตาลแก่และแห้งที่มีสภาพสมบูรณ์มาเพราะต้นกล้าตาล

๔) **ด้านการทดสอบตลาด** หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์ตาลออกไปจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้ซื้อ และอาจสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ตามคำแนะนำ

การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์ตาลไปจำหน่ายตามแหล่งต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ซึ่งอาจเกิดแรงจูงใจต่อความต้องการบางช่วงเวลา อาทิ การเดินทาง ร้านอาหาร ของที่ระลึก ประกอบด้วย ด้านวิสัยทัศน์ (Vision) ด้านพันธกิจ (Mission) ด้านวัตถุประสงค์ (Objective) ด้านเป้าหมาย (Target) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) โดยมีนิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

๑) **ด้านวิสัยทัศน์ (Vision)** หมายถึง ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตาลให้มีความหลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทุกประเภทและทุกช่วงอายุ รวมถึงการมีแนวคิดใหม่ ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์จากตาล

๒) **ด้านพันธกิจ (Mission)** หมายถึง การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ผลิตตาลทุกประเภท ที่ซึ่งต้องการอนุรักษ์ตาลให้คงอยู่กับวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของชาวเพชรบุรี อาจดำเนินการในรูปแบบการรวมกลุ่ม การแลกเปลี่ยนวิทยาการ การสร้างนักอนุรักษ์ตาลรุ่นใหม่

๓) **ด้านวัตถุประสงค์ (Objective)** หมายถึง การกำหนดแนวทางการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตตาลให้มีความชัดเจนตามความเชี่ยวชาญ อาทิ สวนตาลเพื่อการท่องเที่ยว สวนตาลเพื่อการผลิตน้ำตาลโตนด สวนตาลเพื่อการทำน้ำตาลสด สวนตาลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ สวนตาลการเพื่อการเพาะเลี้ยงและขยายพันธุ์

๔) **ด้านเป้าหมาย (Target)** หมายถึง การมุ่งสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นจากการผลิตตาล โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์และการขยายพื้นที่การตลาดทุกรูปแบบ

๕) **ด้านกลยุทธ์ (Strategy)** หมายถึง การสร้างช่องทางใหม่ ๆ เพื่อนำผลิตภัณฑ์ตาลไปสู่ท้องตลาดทุกรูปแบบ ทั้งตลาดออนไลน์ ตลาดประจำ บูธ หน้าร้าน

๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๖.๑ ทราบถึงต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร

๑.๖.๒ ทราบถึงผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๑.๖.๓ ทราบถึงกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๑.๖.๔ สามารถสร้างรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มุ่งศึกษาเฉพาะเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” โดยมีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร ๒) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และ ๓) เพื่อพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยจะนำเสนอรายละเอียดตามหัวข้อต่อไปนี้

- ๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- ๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย
- ๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออนไลน์
- ๒.๖ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- ๒.๗ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย
- ๒.๘ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ๒.๙ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๒.๑.๑ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มี ๘ ขั้นตอน^๑ มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นที่ ๑ การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Idea Generation) เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการค้นหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นความคิดที่มองเห็นช่องทางที่จะขายผลิตภัณฑ์นั้น ในขั้นนี้จึงเข้าไปเกี่ยวข้องกับการค้นหาแหล่งความคิดและวิธีการในการค้นหาความคิด

^๑ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์, (กรุงเทพมหานคร: สบายดี, ๒๕๕๓) หน้า

ขั้นที่ ๒ การกลั่นกรองและการประเมินความคิด (Screening and Evaluation of Idea) เป็นการพิจารณาการกลั่นกรองความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากขั้นหนึ่งว่า ความคิดใดที่จะนำมาวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นต่อไป

ขั้นที่ ๓ การพัฒนาแนวความคิดและการทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) เป็นงานที่จะต้องกระทำหลังจากผ่านกระบวนการกลั่นกรองความคิดจากขั้นที่ ๒ แล้วในขั้นที่ ๓ นี้เป็นการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตได้สร้างขึ้นและการสร้างความคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ให้เกิดกับผู้บริโภครวมทั้งภาพลักษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมองผลิตภัณฑ์จริง ๆ ส่วนการทดสอบความคิด (Concept Testing) หมายถึงการนำความคิดไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภค เพื่อดูความรู้สึกนึกคิดและการยอมรับความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถ้า ความคิดนั้นมีความเป็นไปได้ก็จะนำไปสู่ขั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ ๔ การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development) เป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ (๑) ขนาดโครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย (Target Market's Size, Structure and Behavior) (๒) การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) (๓) ยอดขายและกำไรตามเป้าหมายในระยะยาว (Long - run Sales and Profit Goods) และกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Mix Strategies)

ขั้นที่ ๕ การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) เป็นการพิจารณาว่าความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือกไว้จะมีความเป็นไปได้เพียงใดในทางธุรกิจ งานในขั้นนี้ประกอบด้วย (๑) กำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ (๒) คาดคะเนความต้องการซื้อของตลาด (๓) คาดคะเนต้นทุนและกำไร (๔) กำหนดภาระความรับผิดชอบเพื่อศึกษาความเป็นไปได้สำหรับผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ ๖ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการเปลี่ยนความคิดที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปเป็นร่าง (Physical Product) ขึ้นมาประกอบด้วย การพัฒนาต้นรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Product Prototype) และการพัฒนาหน้าที่การทำงานของผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ ๗ การทดสอบตลาด (Market Testing) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปทดสอบการยอมรับของลูกค้าเป้าหมายในอาณาเขตที่จำกัด โดยมีการใช้โปรแกรมการตลาดที่กำหนดให้ในขั้นนี้จะทำให้ทราบข้อบกพร่องที่จะต้องแก้ไขปรับปรุงต่างๆ

ขั้นที่ ๘ การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจริงตามแผนการตลาดที่กำหนดไว้

๒.๑.๒ กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น

การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึง การทำให้เกิดความเจริญเติบโตและการเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างของสถาบัน

ในระบบเศรษฐกิจ สังคม และการบริการตลอดทั้งค่านิยม ทักษะคติ เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ดีขึ้นอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยมุ่งขจัดปัญหาความยากจนและความ เหลื่อมล้ำทางรายได้ เป็นการเพิ่มรายได้ต่อคนหรือผลผลิตซึ่งรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างชั้นพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจและการพัฒนาทางด้านอื่น ๆ อีกด้วยลักษณะการพัฒนาเศรษฐกิจ มีลักษณะสำคัญ ๆ คือ

๑. เป็นการพัฒนาที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ทั้ง ความต้องการด้านวัตถุ การแสดงออก ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความเสมอภาคเท่าเทียม ความต้องการที่จะทำความเข้าใจ และควบคุมชะตากรรมของชีวิตตนเอง

๒. เป็นการพัฒนาที่เกิดมาจากเนื้อในสังคมนั่นเอง (Endogenous) โดยก่อตัว มาจากระบบคุณค่าและจินตภาพของสังคม นั้นเนื่องจากการพัฒนาไม่ใช่สูตรสำเร็จ ดังนั้นการพัฒนาจึงไม่ใช่สินค้าส่งออกที่จะใช้การได้ในทุก ๆ แห่ง โลกเราต้องมีการพัฒนาหลายรูปแบบตามลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น^๒

๓. เป็นการพัฒนาที่มีลักษณะพึ่งตนเอง (Self-reliance) หมายถึง สังคมแต่ละสังคมต้องพึ่งพาความแข็งแกร่งและทรัพยากรของตนเองเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นด้านพลังของผู้คน ทรัพยากรธรรมชาติหรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมก็ตาม การพึ่งตนเองนี้มีใช่เรื่องของปัจเจกบุคคลแต่เป็นเรื่องของส่วนรวม (Collective Self-reliance) มิใช่เรื่องของการแยกตัวโดดเดี่ยวด้วยการปิดหมู่บ้านหรือปิดประเทศแต่เป็นการสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ที่เสมอภาคกับโลกภายนอก

๔. เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงผลกระทบและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สามารถใช้ได้อย่างยั่งยืน ยาวนาน ทั้งนี้โดยต้องตระหนักถึงขีดจำกัดที่ระบบนิเวศน์ (Ecosystem) จะสามารถรองรับได้รวมทั้งต้องเป็นการวางแผนพัฒนาที่เอื้อเพื่อต่อสิ่งมีชีวิตอย่างอื่น ๆ ในโลกด้วย

๕. เป็นการพัฒนาที่มุ่งด้านการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้าง ทั้งในด้านความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ โดยต้องส่งเสริมเงื่อนไขเพื่อการจัดการด้วยตนเอง (Self Management) และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาเศรษฐกิจต้องเป็นการพัฒนาที่มีจุดหมาย เพื่อกำหนดทิศทางและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ จึงต้องการรัฐบาลที่สามารถชี้แนะในเรื่องการพัฒนาและภาคเอกสาร ที่สามารถดำเนินงานตามแนวทางชี้แนะจากภาครัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่สลับซับซ้อน การพัฒนาเศรษฐกิจยังมีความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆ ภายในระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งได้แก่ เศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสถาบันต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ต่อกันยากที่จะแยกออกจากกันได้ การพัฒนาเศรษฐกิจ

^๒ กิติพัฒน์ นนทปัทมะตุล, การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีการวิจัย, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐), หน้า ๕๓.

ต้องทำหน้าที่เป็นแกนนำในการพัฒนาประเทศ เพื่อยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น^๓

๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๒.๒.๑ กระบวนการเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กระบวนการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการสร้างเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมให้คนมีความคิดสร้างสรรค์ อาทิ เสถียรภาพการเมืองมั่นคง ความเป็นประชาธิปไตย รวมทั้งการศึกษาและความเข้าใจของคนอย่างทั่วถึง และที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากันคือความเป็นอิสระทางความคิดและการแสดงออก และนอกจากโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวแล้ว ยังต้องมีโครงสร้างพื้นฐานของการสร้างสรรค์ (Creative Infrastructure) เพื่อรองรับการขยายตัวและเติบโตของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นภาพรวมของการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นรูปธรรม ทั้งนี้โครงสร้างพื้นฐานของการสร้างสรรค์ประกอบด้วย

๑. พื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Space) เป็นเวทีทางความคิดสร้างสรรค์ที่รวมนักสร้างสรรค์ (Creative Talent) ให้มาพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดที่หลากหลายมุมมองและแบ่งปันประสบการณ์กันอย่างเสรีเป็นพื้นที่เปิดกว้างทางความคิด ที่นอกจากจะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ได้รับการปรุงแต่งขัดเกลาจากความหลากหลาย และต่อยอดไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) และธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Business) ร่วมกันได้อีกมากมาย

๒. นักสร้างสรรค์ (Creative Talent) เป็นตัวจักรสำคัญและมีค่าที่สุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นักสร้างสรรค์ในพื้นที่สร้างสรรค์แบ่งเป็น ๔ กลุ่ม ดังนี้

๒.๑) ศิลปินพื้นบ้าน (Artist Culture) ซึ่งเป็น ผู้ที่มีความ รู้ประสบการณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

๒.๒) บุคคลจากสถาบันการเรียนรู้ต่างๆ (Academic) ได้แก่ นักออกแบบ นักวิทยาศาสตร์ นักวิชาการ ครูอาจารย์ เป็นต้น เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ทั้งภาควิชาการและภาคปฏิบัติ

๒.๓) นักธุรกิจ (Entrepreneur) ได้แก่ นักธุรกิจ นักลงทุน ผู้ประกอบการ เป็นต้น ปัจจุบันนักธุรกิจไม่ได้ขาดแคลนเงินทุน แต่ขาดความคิดและบุคลากรสร้างสรรค์ที่จะมาช่วยสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ อีกทั้งมีวิสัยทัศน์และกำลังแสวงหาธุรกิจแห่งอนาคต ทั้งนี้กลุ่มนักธุรกิจ

^๓ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔, (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วน จำกัดวี.เจ.พรีนติ้ง, ๒๕๕๐), หน้า ๑๘๒.

จะเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น ถ่ายทอดประสบการณ์ทางธุรกิจให้แก่ผู้สร้างสรรค์กลุ่มอื่น ได้เรียนรู้ร่วมเป็นผู้ประเมินความคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ และเป็นผู้นำความคิดของนักสร้างสรรค์ไปลงทุนผลิตเป็นสินค้า และบริการออกจำหน่ายหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นแหล่งทุนที่สำคัญของโครงสร้างพื้นฐานของการสร้างสรรค์

๒.๔) ผู้จัดการสร้างสรรค์ (Creative Manager) ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานให้นักสร้างสรรค์ต่างสาขาวิชาชีพ ต่างความคิดให้มาทำงานร่วมกันได้เป็นผู้ช่วยในการเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ของผู้คนที่หลากหลาย ผู้จัดการสร้างสรรค์ได้แก่ นักบริหารจัดการ นักโฆษณา นักสื่อสารการตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ผู้จัดการสร้างสรรค์จะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๒.๔.๑) ต้องบริหารจัดการคนที่มาจากหลากหลายวิชาชีพอย่างเหมาะสมให้ร่วมมือกันเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ทั้งแรงจูงใจและแรงบันดาลใจ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จ

๒.๔.๒) สามารถประสานความคิดที่แตกต่างทั้งในวงการวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ให้สามารถเรียนรู้และต่อยอดซึ่งกันและกันได้

๒.๔.๓) ต้องทำให้ศิลปินรู้จักความต้องการของลูกค้า เข้าใจความสำคัญของการตรงต่อเวลา

๒.๔.๔) ต้องทำให้นักวิทยาศาสตร์วิศวกรทั้งหลายยอมรับว่าอารมณ์ความรู้สึกอันละเอียดอ่อนของมนุษย์ก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและประสิทธิภาพในแบบของตนเช่นเดียวกับเครื่องยนต์กลไก

๒.๔.๕) สามารถดึงดูดนักสร้างสรรค์ให้เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนกันได้อย่างต่อเนื่อง

๒.๔.๖) ต้องเป็นคนเปิดกว้างและรู้รอบ นักสร้างสรรค์จะใช้พื้นที่การสร้างสรรคในการผลิตความคิดสร้างสรรค์ (Creative Idea) ที่ผสมผสานสุนทรีย์ (Aesthetics) และความเป็นไทย (Thai Originality) ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ไทย และจากสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้จะนำไปสู่ธุรกิจที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ (Creative Business) หรืออุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) ซึ่งหากประเทศไทยสามารถมีธุรกิจหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำนวนมากขึ้น ก็จะเป็นการพัฒนาระบบเศรษฐกิจจากที่เน้นผลิตจำนวนมาก

๒.๒.๒ การจัดการผลิตภัณฑ์ตาลให้มีมูลค่า

(๑) ด้านการเติบโตของต้นตาลโตนต ปัญหาที่เกิดขึ้นในการสืบทอดอาชีพการทำน้ำตาลโตนต ปัจจัยแรกคือต้นตาลเป็นพืชที่ต้องใช้ระยะเวลาในการปลูก และต้องมีอายุกว่า ๑๐ ปีจึงจะสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ได้นอกจากนี้ เรื่องเพศของต้นตาลโตนตที่มีความแตกต่างในการให้ผล

ผลิตก็ส่งผลต่อความต้องการตาลตัวเมียมากกว่าตาลตัวผู้ เพราะสามารถเก็บได้ทั้งน้ำตาลและลูกตาล แต่ปัญหาคือต้องรอจนกว่าต้นตาลโตจนจะโตพอที่ให้ผลผลิต จึงจะทราบเพศของต้นตาลโตได้ ที่สำคัญต้นตาลเป็นพืชที่มีความสูงมาก ยิ่งมีอายุเพิ่มมากขึ้นก็ยิ่งสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ข้อจำกัดเหล่านี้ จึงทำให้ชาวนาเลือกที่จะทำนาเป็นหลัก ซึ่งเป็นการเก็บเกี่ยวพืชที่ใช้ระยะเวลาสั้นกว่าและความเสี่ยงในเรื่องความสูงที่น้อยกว่าการทำน้ำตาลโตนด

(๒) ด้านการขาดแคลนคนทำตาลโตนดที่มีความรู้และการถ่ายทอด ต้นตาลโตนดยังคงมีอยู่และเกิดต้นใหม่ขึ้นหมุนเวียนแทนต้นเก่าที่หมดอายุไป แต่ปัญหาสำคัญอยู่ที่คนทำตาลมากกว่าที่นับวันยิ่งลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ เพราะคนเก่าแก่ที่เคยทำมาก็มีอายุมากขึ้น ขณะที่เด็กรุ่นใหม่ไม่ได้รับการถ่ายทอดการทำตาล แม้ว่าจจะขึ้นตาลได้และก็ไม่มีทักษะในการทำตาล เนื่องจากการฝึกทักษะการทำตาลต้องฝึกตั้งแต่เด็กยังอายุไม่มาก หากเด็กเรียนหนังสือระดับปริญญาตรีแล้ว โอกาสที่จะขึ้นตาลและมีทักษะการทำตาลด้วยแทบไม่มี

(๓) ด้านความปลอดภัยในการประกอบอาชีพ เนื่องจากการทำตาลโตนดเป็นอาชีพที่ต้องขึ้นไปที่สูง ต้องใช้ความแข็งแรงของร่างกาย ต้องใช้ความชำนาญและภูมิปัญญาประกอบกัน ดังนั้นการขึ้นต้นตาลโตนดทุกครั้งจึงหมายถึง ความพร้อมที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความพลาดผลงที่อาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บ หรือแม้กระทั่งเสียชีวิตได้ตลอดเวลา ซึ่งมีข้อมูลการโรงพยาบาลบ้านลาด รายงานว่า มีคนที่ตกจากต้นตาลโตนดหรือได้รับอุบัติเหตุจากการทำตาลเป็นจำนวนมาก บางครั้งแม้ว่าคนขึ้นตาลจะระวังแล้ว แต่ตัวก็มีปัจจัยอื่น เช่น พะองพุพัง (ไม้ค้ำยันบันไดแนบกับความสูงของต้นตาล) ซึ่งปกติจะมีอายุการใช้งานประมาณ ๒ ปีก็ต้องเปลี่ยน แต่เหตุที่เกษตรกรไม่ได้เปลี่ยน ส่วนหนึ่งเพราะไม่ไผ่ราคาแพง จึงทำให้คิดว่าใช้ได้จึงใช้ไปก่อน จึงเกิดอุบัติเหตุขึ้นในที่สุด

(๔) รูปแบบของการใช้ประโยชน์จากต้นตาลโตนด สมัยก่อนความต้องการน้ำตาลโตนดมีมาก ผู้ผลิตจึงผลิตน้ำตาลโตนดออกมาเป็นจำนวนมาก และยังไม่มีความหลากหลายด้านความต้องการเหมือนปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่ทำให้คนทำตาลโตนดต้องมีการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ทำให้เกิดรูปแบบการใช้ประโยชน์การตาลโตนดหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

๑) ความต้องการต้นตาลเพื่อเป็นไม้ประดับไว้จัดสวน จัดบ้าน จัดสำนักงาน จัดที่พัก จัดรีสอร์ท ต้นตาลโตนดมีราคาตั้งแต่ ๑,๐๐๐-๑๐,๐๐๐ บาทตามขนาดของต้นตาล

๒) การนิยมเก็บลูกตาลอ่อน คนนิยมเช่าตาลตัวเมียเพื่อเก็บลูกตาลอ่อน ส่วนตาลตัวผู้ก็ตัดทำไม้ตาลมีราคาต้นละประมาณ ๒,๐๐๐-๓,๐๐๐ บาท มักโค่นต้นที่มีอายุ ๕๐ ปีขึ้นไป ผลตาลอ่อนได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยผู้ซื้อผลตาลอ่อน จะมารับถึงที่และนำไปแปรรูปในโรงงานผลไม้กระป๋อง โดยจะมารับทุก ๆ ๗ วัน ครั้งละประมาณ ๓ ต้น

- ๓) ความต้องการจาวตาลมีเพิ่มขึ้น จึงมีการปล่อยให้ลูกตาลร่วงหล่นไป เพื่อนำผลแก่มาแกะเมล็ดและนำไปเพาะ เพื่อให้เกิดจาวตาล แล้วนำไปขายให้กลุ่มคนทำขนมหวาน อาทิ ตาลเชื่อม
- ๔) การแปรรูปเป็นน้ำตาลผง เพื่อให้น้ำตาลโตนดได้ขึ้นโต๊ะ อาทิ ผลิตภัณฑ์น้ำตาลชงกาแฟ

๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

๒.๓.๑ ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นธุรกิจของคนในชุมชน เปรียบเสมือนเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาให้เศรษฐกิจชุมชน มีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน (Community enterprise) ดังต่อไปนี้

อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ ได้ให้ความหมายว่า กิจกรรมของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน และเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางสังคมของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน^๔

สมศักดิ์ สุริโย ได้ให้ความหมายว่า กิจกรรมที่สร้างรายได้อย่างมั่นคงรูปแบบหนึ่ง ที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อย (Small enterprise) สร้างผลผลิตของกิจการ ซึ่งเกิดจากสินทรัพย์ของชุมชน ที่มีรูปแบบการบริหารจัดการสมัยใหม่ โดยคนในชุมชนเป็นกิจการของคนในชุมชนที่ปลูกฝังภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ฟื้นขึ้นมาเป็นพลังให้กับชุมชน ในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากของประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินกิจการคือการพึ่งตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชน^๕

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ ได้ให้ความหมายไว้ว่า กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและร่วมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่า จะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน^๖

^๔ อารี วิบูลย์พงศ์, ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, นันทมน ธีระกุล, กฤษฎา แก้วมณี, ทินรัตน์ พิทักษ์พงศ์ เจริญ, พิมพ์มล แก้วมณี, พิรพงษ์ ปราบริปู, รัตนา แก้วเสน และนารีรัตน์ ทนดี. **ร้อยแปดวิสาหกิจ (ใน) ชุมชน แนวการวิจัยกลยุทธ์กรณีศึกษา.** (เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์และคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ๒๕๔๙), หน้า ๕.

^๕ สมศักดิ์ สุริโย. **การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.** (กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาการเกษตรกรรมส่งเสริมการเกษตร. ๒๕๔๗), หน้า ๒.

^๖ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘. **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘.** (กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๔๘), หน้า ๑.

วิชิต นันทสุวรรณ ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย^๗

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความหมายไว้ว่า กิจการของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการบริการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคล ที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกัน ประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่า จะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัวในชุมชนและระหว่างชุมชน โดยใช้ทรัพยากรผลิต ความรู้ภูมิปัญญาวัฒนธรรม วิถีตนเองโดยยึดเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง เพื่อเป็นส่วนต่อยอดให้เศรษฐกิจข้างบนที่แข็งแรงเพราะมีรากฐานที่แข็งแรง^๘

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการ “ทุน” ของชุมชนในชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน ผสมผสานกับความรู้สากล เพื่อตอบสนองการพึ่งพาตนเองและความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน^๙

๒.๓.๒ องค์ประกอบวิสาหกิจชุมชน

จินตนา กาญจนวิสุทธิ์ ได้เสนอองค์ประกอบวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญดังนี้

๑. ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก อาจมีบุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในลักษณะของการถือหุ้นได้ เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่ผู้ถือหุ้นใหญ่ที่จะทำให้อำนาจในการตัดสินใจ

๒. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด แต่อาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

๓. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน ชุมชนมีความรู้ มีภูมิปัญญา หากชุมชนมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม ชุมชนจะเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง และริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ โดยไม่เลียนแบบ หรือแสวงหาสูตรสำเร็จจากแหล่งอื่นๆ ซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพของชุมชน

^๗ วิชิต นันทสุวรรณ, **แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจ**. (กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์. ๒๕๔๔), หน้า ๒๘.

^๘ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **วิสาหกิจชุมชนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด**. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.spx> ค้นวันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๕

^๙ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. **เศรษฐศาสตร์ การเมือง วิสาหกิจชุมชน**. (กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๔๕), หน้า ๑๘๕.

๔. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยประยุกต์ให้ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากล

๕. มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ คือ มีการประสานและผนึกกำลังและเกื้อกูลกัน

๖. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ ซึ่งการเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดความคิดเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เป็นวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้^{๑๐}

๗. มีการพึ่งพาตนเอง เป็นเป้าหมายสำคัญที่สุดของการประกอบการ

๒.๓.๓ รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร กล่าวว่า รูปแบบวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามขอบข่ายของกิจการที่ประกอบการกำหนดไว้ ๒ รูปแบบ^{๑๑} ดังนี้

๑. วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยวหรือครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการที่มีการบริหารจัดการ โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียวโดยมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือหนึ่งบริการ

๒. วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับกิจการอื่นๆ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้นมี ๒ ประเภท คือ

๒.๑ เครือข่ายภายในเป็นเครือข่ายที่มีการจัดการความสัมพันธ์ในระดับหมู่บ้านและตำบล

๒.๒ เครือข่ายภายนอกเป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ในระดับจังหวัดภูมิภาคเครือข่าย

๒.๓.๔ ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ประเภทวิสาหกิจชุมชนมีนักวิชาการได้ให้คำนิยามไว้ดังนี้

จินตนา กาญจนวิสุทธิ์ กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท^{๑๒} ดังนี้

๑. วิสาหกิจชุมชนผลิตผลสด ไม่ใช่การเชื่อมโยงที่ถูกต้องพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อใช้ในท้องถิ่น มีการผลิตหลักอยู่ ๕ ชนิด คือ ข้าวอาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ที่ขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไป และผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน

^{๑๐} จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งพาตนเอง. (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ๒๕๕๘), หน้า ๕-๖.

^{๑๑} ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน. (สงขลา: สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. ๒๕๕๖), หน้า ๓.

^{๑๒} จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งพาตนเอง. (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ๒๕๕๘), หน้า ๖.

๒. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัวมีเอกลักษณ์ท้องถิ่นบางอย่าง หรืออาจมีสูตรเคล็ดลับหรือมีคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าทั่วไปได้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑. ระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการที่จะนำไปใช้ เพื่อการอุปโภค บริโภค มุ่งเน้นการลดรายจ่ายการประหยัดและออม เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียง ทั้งระดับชุมชน ครัวเรือน และระหว่างชุมชน หรือเรียกว่าวิสาหกิจแบบพอเพียง

๒. ระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น จากชุมชนตนเองไปยังชุมชนอื่น มีการประกอบเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการ เพื่อการลดรายจ่ายและมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปันแลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่ม

๓. ระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นไปยังตลาดขายสินค้าทั่วไป มีการประกอบการทั้งภาคการผลิตและการบริการ มุ่งการเพิ่มรายได้ไปสู่การลงทุน ลดการนำเข้า เพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ขยายกิจการ ขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชน หรือเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์สร้างความมั่งมีศรีสุขของครอบครัว ชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชน นำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป^{๑๓}

๒.๓.๕ การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเกษตร

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และสามารถทำนายการมีส่วนร่วม ในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพ ได้แก่ แรงจูงใจและแรงสนับสนุนทางสังคม ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพในภาพรวม อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐและชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพร่วมกัน เพื่อพัฒนาและจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น ได้แก่ การนวดแผนไทย การปลูกพืชสมุนไพร การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพแบบโฮมสเตย์ หรือฟาร์มสเตย์อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นศูนย์การเรียนรู้ในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพที่สมคุณภาพและยั่งยืน^{๑๔} โดยเจ้าของพื้นที่การเกษตรแต่ละรูปแบบต้องพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้แต่ความพร้อมของพื้นที่แตกต่างกัน

^{๑๓} อ่างแล้ว, ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน. ๒๕๕๖ หน้า ๕.

^{๑๔} สุรีย์ จันทรมอสิ วิราสิริรี วสิวีร์สิวี ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม และศิริวรรณ วิเศษแก้ว, การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพ อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. วารสารกรมการแพทย์, ปีที่ ๔๓ ฉบับที่ ๖ (พฤศจิกายน - ธันวาคม ๒๕๖๑) : ๑๒๖.

กันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของพื้นที่ ลักษณะอาชีพ เอกลักษณะ ความชำนาญของแต่ละแห่ง ปัจจัยและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวคือการบริหารจัดการ การประสานงาน การประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงพื้นที่ให้สะดวก สะอาด ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การให้ความรู้ การมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตลอดฤดูกาล ความแตกต่างของประเภทนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจ ดังนั้นแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระยะเริ่มต้นสำนักงานเขตสายไหมจะเป็นศูนย์กลางหลักในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ โดยกำหนดแนวทางการบริหารกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มเยี่ยมชมพื้นที่ราชการและกลุ่มเยี่ยมชมพื้นที่เอกชนกับส่วนบุคคล โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่เขตสายไหมออกมาในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใน ๑ วันที่แตกต่างกันใน ๓ โปรแกรม เพื่อให้นักท่องเที่ยว ผู้สนใจสามารถเลือกได้ตามความต้องการที่แตกต่างกันไป^{๑๕} ดังนั้นแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประกอบด้วยองค์ประกอบสามส่วนสำคัญ ได้แก่ บุคคล ชุมชนและสังคม โดยบุคคลต้องมีความเข้มแข็งมีความรู้ ภูมิปัญญาในการถ่ายทอดอาชีพเกษตรกรรม เรียนรู้และพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ชุมชนต้องให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว สังคม ต้องเข้าใจและเข้าถึงวิถีชีวิตเกษตรและต้องการเรียนรู้อย่างแท้จริง^{๑๖}

๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย

๒.๔.๑ องค์ประกอบสำคัญของแผนกลยุทธ์

องค์ประกอบสำคัญของแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการและแนวทางปฏิบัติของผู้นำประกอบด้วย ๑) วิสัยทัศน์ (Vision) ๒) พันธกิจ (Mission) ๓) วัตถุประสงค์ (Objective) ๔) เป้าหมาย (Target) และ ๕) กลยุทธ์ (Strategy)^{๑๗}

กลยุทธ์ต้องประกอบด้วยองค์ประกอบด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ เป้าหมายขององค์กร และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน^{๑๘}

องค์ประกอบของกลยุทธ์ ประกอบด้วย ๘ องค์ประกอบ ดังนี้

^{๑๕} วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ, รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเขตสายไหม. วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก, ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๓ (กันยายน – ธันวาคม ๒๕๖๑) : ๑๒-๑๓.

^{๑๖} จินดา ขลิบทอง, แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดนนทบุรี. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๒ (๒๕๕๙) : ๖๐.

^{๑๗} Gill, R. *Theory & Practice of Leadership*. (London: SAGE Publications, 2006). P 12.

^{๑๘} ราตรี ศรีไพรวรรณ. การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนมาตรฐานสากลระดับประถมศึกษา. (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๑๙.

๑. วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นข้อความที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นเกี่ยวกับทิศทางและสถานะที่ต้องการจะเป็นในอนาคตตามช่วงเวลาที่กำหนด เป็นจุดหมายปลายทางร่วมกันของคนในสังคมที่จะดำเนินการผลักดันให้เกิดขึ้น หรืออาจสรุปความหมายของวิสัยทัศน์ ว่าหมายถึง ภาพอนาคตของสังคมหรือสิ่งที่อยากให้สังคมไปให้ถึงหรือการคิดไปข้างหน้าสัก ๓ ถึง ๕ ปี หรือสิ่งที่อยู่บนพื้นฐานของความ เป็นจริงในปัจจุบัน

๒. พันธกิจ (Mission) เป็นข้อความที่แสดงให้เห็นถึงหลักการพื้นฐานจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งและขอบข่ายการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ ซึ่งมีที่มาจากอำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ หรือวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งองค์กรนั้น ๆ ซึ่งมีคุณลักษณะ ได้แก่ การวิเคราะห์จากภารกิจประจำ มีความเชื่อมโยงกับพันธกิจ วิสัยทัศน์ชัดเจนไม่คลุมเครือ เป็นกรอบให้กับหน่วยงานถัดไป ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นระบบและถ่ายทอดสู่พันธสัญญาทุกระดับ

๓. ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue) เป็นตัวปิดช่องว่างระหว่างจุดที่องค์กรอยู่ ณ ปัจจุบันกับจุดมุ่งหมายหรือทิศทางที่ต้องการจะบรรลุ โดยมีแนวทางการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ คือ ๑) ไม่ควรมีมากเกินไป เพราะจะทำให้ประเด็นยุทธศาสตร์กระจัดกระจาย ไม่มีจุดเน้น หรือบางประเด็นที่เลือกขึ้นมาอาจไม่ใช่ประเด็นหลักขององค์กร ๒) มีการตั้งคำถามว่า อะไรคือปัญหาที่สำคัญที่ทำให้ไม่บรรลุวิสัยทัศน์และจะแก้ปัญหานั้นอย่างไร อะไรคือสิ่งที่องค์กรต้องมุ่งเน้นการพัฒนาหรือให้ความสำคัญเพิ่มเติมเพื่อที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ และ ๓) แต่ละประเด็นควรมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงเป็น ผลกัน อาทิ วิสัยทัศน์ หากคำตอบอยากเป็นอย่างไร พันธกิจ หากคำตอบว่าจะทำอะไรเพื่อให้วิสัยทัศน์ เป็นจริง และประเด็นยุทธศาสตร์ หากคำตอบว่าจะเลือกทำอย่างไรภายใต้พันธกิจหนึ่ง

๔. เป้าประสงค์ (Goal) เป็นการกำหนดสิ่งที่ต้องการจะบรรลุในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ แสดงเป้าหมายความสำเร็จที่มุ่งมั่นให้เกิดผล เพื่อแสดงว่าได้บรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ หรือเป็นการนำ ประเด็นยุทธศาสตร์แต่ละด้านมากำหนดจุดมุ่งหมายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อความชัดเจนควรจะเป็น เป้าประสงค์ในรูปแบบของคำกริยา การกำหนดเป้าประสงค์ ลักษณะของเป้าประสงค์ที่ดี ได้แก่ ความ เฉพาะเจาะจง สามารถวัดผลได้ความเห็นพ้องต้องกัน ความสามารถในการบรรลุผลได้ ระยะเวลาที่ ชัดเจน ความสำคัญของเป้าประสงค์ ได้แก่ ทำให้ทราบถึงทิศทางและขอบเขตของกิจกรรมที่ชัดเจน ทำให้ทราบเป้าหมายระดับพันธกิจที่มีความชัดเจนขึ้น ทำให้ทราบเป้าหมายขององค์กรในอนาคตได้ ชัดเจน และเป็นกลไกที่มีประสิทธิผลต่อการประเมินผลและการควบคุมระดับของเป้าหมาย

๕. ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก (Key Performance Indicator : KPI) คือเครื่องมือ หรือดัชนีที่ใช้ในการวัดความก้าวหน้าของการบรรลุแต่ละเป้าประสงค์ ต้องสามารถวัดและกำหนด เป้าหมายของความสำเร็จได้ โดยทุกเป้าประสงค์ต้องมีตัวชี้วัดเพื่อให้เห็นความสำเร็จอย่างเป็น รูปธรรม ประเภทตัวชี้วัดเชิงปริมาณเป็นการวัดผลผลิตหรือความสำเร็จว่ามีจำนวนหรือปริมาณตรง ตามแผนที่วางไว้หรือไม่ด้วยค่าที่วัดเป็นตัวเลขโดยใช้หลักสถิติเบื้องต้น อาทิ ร้อยละ อัตราส่วน

สัดส่วน จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนตัวชี้วัดเชิงคุณภาพเป็นการวัดความสำเร็จด้านคุณภาพที่บอกคุณลักษณะหรือความรู้สึก อาทิ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตัวชี้วัดด้านต้นทุน โดยการพิจารณามูลค่าทรัพยากรที่ลงทุนในการดำเนินกิจกรรม และตัวชี้วัด ด้านเวลาเป็นการวัดความสำเร็จของการดำเนินงานว่าแล้วเสร็จภายในระยะที่กำหนดหรือไม่ คุณลักษณะของตัวชี้วัดที่ดี ได้แก่ วัดผลได้ชัดเจน อย่างเป็นรูปธรรม วัดผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงาน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ เก็บข้อมูลได้ หน่วยงานควบคุมได้ มีความเชื่อมโยงเหตุผล มีเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวชี้วัด ต้องเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับตัวชี้วัด เน้นการบูรณาการร่วมกัน ต้องสอดคล้องกับแผนที่มีอยู่ ประกอบด้วยตัวชี้วัดที่เป็นเหตุเป็นผล และแปลงตัวชี้วัดจากระดับองค์การไปยังผู้บริหารระดับต่าง ๆ

๖. เป้าหมาย (Target) เป็นการแสดงผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวัง เป้าหมายหรือตัวเลขที่องค์การต้องการที่จะบรรลุของตัวชี้วัดแต่ละประการ

๗. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แนวคิด วิธีการ หรือสิ่งที่องค์การต้องทำ หรือดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยกลยุทธ์เป็นภาพใหญ่ที่มองถึงสิ่งที่จะทำให้บรรลุเป้าประสงค์ แต่ยังไม่ลงไปในรายละเอียดถึงขั้นโครงการ

๘. กิจกรรมและโครงการ (Initiative) คือ แผนงานเบื้องต้นที่ต้องทำ เพื่อบรรลุเป้าหมายตามความต้องการ^{๑๔}

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของกลยุทธ์การบริหารเครือข่าย ประกอบด้วย ๑) วิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง สิ่งมุ่งหวังจะให้มีหรือให้เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นการกำหนดทิศทางของภารกิจให้เป็นไปตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ๒) พันธกิจ (Mission) หมายถึง การกำหนดกรอบหรือขอบเขตการดำเนินงานให้ครอบคลุมหน้าที่ของการบริหารงานในสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๓๕ ๓) วัตถุประสงค์ (Objective) หมายถึง สิ่งที่คาดหวังว่าจะบรรลุผลสำเร็จจากการปฏิบัติตามภารกิจในทุกหน้าที่ของการบริหาร การจัดการ การสั่งการการบริหารบุคคล ๔) วิธีปฏิบัติกลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง วิธีการหรือแผนงานการดำเนินงานสถานศึกษาที่กำหนดขึ้นมาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยผ่านการวิเคราะห์จากบริบทของสถานศึกษา ผ่านการคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบและคัดเลือกอย่างเหมาะสม ๕) โครงการ/กิจกรรม (Project) หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมแผนงานที่มี รายละเอียดในการปฏิบัติงานชัดเจน โดยมีวิธีการดำเนินงานอย่างมีระบบระเบียบมีงบประมาณและระยะเวลาดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด และ ๖) ตัวชี้วัด (Key Performance Indicator) หมายถึง การกำหนดตัวบ่งบอกหรือหน่วยวัดที่สะท้อนความสำเร็จของการปฏิบัติงานซึ่งกำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์

^{๑๔} กุสุมาลวดี ศิริโกมุต. กลยุทธ์การพัฒนาศรีเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. (มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๕๘), หน้า ๑๕.

๒.๔.๒ กระบวนการพัฒนากลยุทธ์การบริหารเครือข่ายความร่วมมือ

นันทยา หุตานุกวัตร และณรงค์ หุตานุกวัตร เสนอว่า กระบวนการสร้างกลยุทธ์ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน คือ

๑. การกำหนดภารกิจ กล่าวคือ ภารกิจเป็นการระบุว่าต้องทำอะไร โดยเปลี่ยนการมองการณ์ไกลให้เป็นรูปธรรมของการปฏิบัติ

๒. การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย สามารถวัดความก้าวหน้าการปฏิบัติงาน โดยการเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ การกำหนดวัตถุประสงค์จะต้องสอดคล้องกับภารกิจ และสอดคล้องกับสภาพภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก

๓. การประเมินสภาพภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกการประเมินสภาพภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกทำให้รู้ว่า ขณะนี้มีสภาพเป็นอย่างไรซึ่งมีวิธีการและเทคนิคในการวิเคราะห์หลายวิธีด้วยกัน หนึ่งในวิธีการเหล่านี้ คือกระบวนการวิเคราะห์แบบ SWOT ซึ่งเป็นวิธีการที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย

๔. การสร้างกลยุทธ์ แบ่งเป็น ๓ ขั้นตอน คือ

๔.๑ ขั้นการหาข้อมูล (Input Stage) ประกอบด้วยการประเมินปัจจัยภายนอกและภายใน โดยมีคำถาม อาทิ อะไรคือจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่สำคัญ อะไรคือความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เป็นต้น

๔.๒ ขั้นการจับคู่ (Matching stage) เป็นขั้นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อนและโอกาส (WO) จุดอ่อนและอุปสรรค (WT) จุดแข็งและโอกาส (SO) จุดแข็งและอุปสรรค (ST) เพื่อสร้างกลยุทธ์ โดยใช้เทคนิคที่เรียกว่า SWOT Matrix

๔.๓ ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage) การพิจารณากลยุทธ์ควรคำนึงถึงการเติบโตขององค์กรและกระบวนการมีส่วนร่วม กระบวนการสร้างSWOT นอกจากจะเป็นเครื่องมือสำหรับคิดกลยุทธ์ที่เป็นกระบวนการอันเป็นระบบและทรงพลังแล้ว ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาบุคลากรในองค์กรอีกด้วยเพราะ SWOT เป็นกระบวนการที่เอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมจากทุกระดับ เกิดการเรียนรู้ในการแสวงหาข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล เกิดการใช้ข้อมูลในการคิดอย่างจริงจังและเป็นเวทีอภิปรายโต้แย้งเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีการใช้เหตุผลในการคิดและตัดสินใจ ด้วยเหตุแห่งการใช้ความคิดและการโต้แย้ง กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จะกระตุ้นการคิด การมองและการสร้างความเข้าใจในแง่มุมใหม่ ๆ ในการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติที่เพิ่มโอกาสในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร วิธีการทำ SWOT Analysis นั้น ค่อนข้างตรงไปตรงมาไม่ซับซ้อน ความเรียบง่ายในการใช้วิธีวิเคราะห์เชิง SWOT ทำให้ SWOT Analysis กลายเป็นเครื่องมือที่มีการนำไปใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์กันอย่างแพร่หลายทั้งนี้เนื่องจาก SWOT เป็นแนวคิดหลักที่เอื้อประโยชน์ให้

สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างต่อเนื่องในลักษณะสร้างสรรค์ต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกได้เป็นอย่างดี^{๒๐}

วิชิต อุ๋อัน กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก จะเป็นการวิเคราะห์เพื่อทำให้ทราบว่ามีโอกาสและอุปสรรคอะไรบ้าง และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะเป็นการวิเคราะห์เพื่อทำให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนว่ามีอะไรบ้าง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเปรียบเทียบทั้งหมด ที่จะทำให้ทราบถึงผลการดำเนินงานในปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร ดังแผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอก^{๒๑}

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กล่าวถึง กระบวนการพัฒนากลยุทธ์ในแง่มุมมองของการนำมาใช้ในหน่วยงานทางการศึกษา ดังนี้

๑. การจัดทำวางกลยุทธ์ (Strategy Formulation)

๑.๑ การศึกษาสภาพของหน่วยงาน เป็นการศึกษาวเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อหน่วยงานทั้งในเชิงบวกและเชิงลบซึ่งแยกปัจจัยที่วิเคราะห์ ออกเป็นการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน จะทำให้ทราบถึงบริบทปัจจุบันของหน่วยงานว่าเราอยู่ ณ จุดใด (Where are we now?)

๑.๒ การกำหนดทิศทางของหน่วยงาน เป็นการกำหนดทิศทางที่หน่วยงานต้องการมุ่งไปสู่ เปรียบเสมือนผลลัพธ์ปลายทางที่หน่วยงานต้องการบรรลุ ประกอบด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์หลัก ซึ่งการกำหนดทิศทางของหน่วยงานเปรียบเสมือนการตอบคำถามที่สำคัญคือ หน่วยงานของเราต้องการไปสู่จุดไหน (Where do we want to go?)

๑.๓ การกำหนดกลยุทธ์ เป็นการนำข้อมูลและปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพของหน่วยงานและการกำหนดทิศทางของหน่วยงานจัดทำเป็นกลยุทธ์ในระดับต่าง ๆ รวมทั้งประเมินและคัดเลือกกว่ากลยุทธ์ใดที่มีความเหมาะสมกับหน่วยงาน ซึ่งกำหนดเป็นประเด็นกลยุทธ์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าหมายกลยุทธ์ เพื่อตอบคำถามที่ว่าเราจะไปสู่จุดหมายที่ต้องการได้อย่างไร (How do we get there?)

๒. การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Implementation) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากในการบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเมื่อหน่วยงานได้วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ กำหนดทิศทางการพัฒนา และจัดทำกลยุทธ์แล้วต้องนำกลยุทธ์ที่ได้วางแผนไว้มา ดำเนินการประยุกต์ใช้เพื่อ

^{๒๐} นันทยา หุตานุกัฏ และณรงค์ หุตานุกัฏ. **คิดกลยุทธ์ด้วย SWOT.** (พิมพ์ครั้งที่ ๗). (อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ๒๕๕๑), หน้า ๑๕.

^{๒๑} วิชิต อุ๋อัน. **การจัดการเชิงกลยุทธ์.** (พิมพ์ครั้งที่ ๓). (ปทุมธานี: พรินต์แอมมี่ (ประเทศไทย), ๒๕๕๑), หน้า ๓๑.

ปฏิบัติให้เกิดผลผลิตและผลลัพท์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เพื่อตอบคำถามที่ว่าเราจะต้องทำหรือเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง เพื่อไปถึงจุดนั้น (What do we have to do or change?)

๓. การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์ (Strategic Control and Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การติดตามตรวจสอบความก้าวหน้า ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นกลยุทธ์ของหน่วยงานในการติดตามประเมินผล โดยเฉพาะการติดตามประเมินผลให้เป็นไปตามตัวชี้วัดความสำเร็จที่ได้กำหนดไว้ เพื่อตอบคำถามที่ว่าเราจะวัดความก้าวหน้า และรู้ว่าเราได้ไปถึงที่หมายได้อย่างไร (How do we measure our progress and know we've gotten there?)^{๒๒}

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา ได้เสนอรายละเอียดกระบวนการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ ไว้ดังนี้

๑. การกำหนดทิศทาง (Establishing Organizational Direction) และวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis) คือ การวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์ทัศนคติ ค่านิยมวัฒนธรรมองค์การ รวมถึงความคาดหวังจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ทั้งนี้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นโอกาส หรืออุปสรรคต่อองค์การและสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นจุดเด่นและจุดด้อยขององค์การ นอกจากนี้การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ยังต้องคำนึงความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดทิศทางขององค์การ ทั้งนี้เพราะทิศทางขององค์การต้องได้จากความคาดหวังของหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เป้าหมายการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อนำไปสู่การกำหนดหรือจัดทำกลยุทธ์

๒. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) ภายหลังจากได้มีการวิเคราะห์กลยุทธ์แล้วขั้นตอนต่อมา คือ กำหนดหรือจัดทำกลยุทธ์ ซึ่งกลยุทธ์ขององค์การภาครัฐบาลแบ่งออกเป็น ๓ ระดับ ภาครัฐ คือระดับนโยบาย (Policy Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ตอบสนองแผนงานหลักขององค์การระดับโครงการ (Project Purpose) เป็นกลยุทธ์ที่สนองตอบวัตถุประสงค์หลักของโครงการ และระดับกิจกรรม (Activity) เป็นกลยุทธ์ตอบสนองผลผลิตหลักที่เกิดจากกระบวนการทำงานแต่ระดับ กิจกรรมอาจไม่ใช่กลยุทธ์ เพราะไม่ได้ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่จะเป็นการจัดการทรัพยากรระดับปฏิบัติการ (Action Plan) ในองค์การจะพิจารณาภารกิจขององค์การ (Organization Objectives) ซึ่งเน้นประโยชน์ที่ได้จากการมีองค์การ

๓. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) และการควบคุมกลยุทธ์ (Strategic Control) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างมากในการจัดการกลยุทธ์ เมื่อองค์การได้วิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ กำหนดทิศทางขององค์การและเลือกกลยุทธ์แล้ว จะต้องนำเอากลยุทธ์มา

^{๒๒} สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, การพัฒนาการศึกษาในพื้นที่ภูเขาสูงและถิ่นทุรกันดาร. (กรุงเทพมหานคร: สำนักนโยบายและแผนการศึกษาขั้นพื้นฐาน, ๒๕๕๔), หน้า ๔๒.

ดำเนินการประยุกต์ปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งต้องมีการเสริมสร้างทักษะความสามารถของบุคลากร ทั้งในระดับบริหารและปฏิบัติการให้เหมาะสมกับกลยุทธ์องค์การ นอกจากนี้ยังต้องมีการจัดโครงสร้างองค์การและวัฒนธรรม ให้สอดคล้องและสนับสนุนกลยุทธ์ และสุดท้ายการตรวจสอบ ประเมินและควบคุมการดำเนินกลยุทธ์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้^{๒๓}

เมตต์ เมตต์การุณจิต ได้กล่าวถึง กระบวนการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

๑. ขั้นตอนกำหนดพันธกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ (Identifying the Organization's Current Mission, Objective and Strategies) เป็นขั้นตอนแรกของการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยเริ่มด้วยการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อกำหนดพันธกิจที่สำคัญขององค์กร จากนั้นจึงนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ ที่เสมือนเป็นเป้าหมายขององค์กรที่จะเดินไปตามจุดมุ่งหวัง ซึ่งอาจแสดงมาในรูปของกำไร ความพึงพอใจ หรือจำนวนการผลิตส่วนในระบบราชการวัตถุประสงค์นั้น ได้แก่ ความพึงพอใจคุณภาพ การให้บริการสาธารณะ เป็นต้น ซึ่งทั้งพันธกิจและวัตถุประสงค์ต้องสอดคล้องสัมพันธ์กัน แต่การที่จะเดินไปสู่เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์นั้น ต้องมีการกำหนดแนวทางหรือวิธีการดำเนินการให้ชัดเจน ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้บริหารจะต้องมองถึงภาพขององค์กร

๒. ขั้นตอนวิเคราะห์บริบทสิ่งแวดล้อม (Analysis the Environment) เป็นที่ยอมรับกันว่า การบริหารจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว ไม่ใช่แต่ภายในองค์กรมีความเข้มแข็งเท่านั้น แต่สถานการณ์ภายนอกที่เป็นบริบทสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญไม่น้อยกว่ากัน ได้แก่ นโยบาย การเมือง กฎระเบียบ กระแสการเงิน ตลาดหุ้น เป็นต้น ผู้บริหารจึงไม่ควรมองข้ามความสำคัญเท่ากับบริบทภายในองค์กร เนื่องจากสิ่งแวดล้อมภายนอก อาจเป็นภัยคุกคามโดยที่มองไม่เห็นและไม่คาดคิดมาก่อน ดังนั้นการวิเคราะห์บริบทจึงเป็นสิ่งที่จะใช้ในการแก้ไขและปรับปรุงกลยุทธ์กับคู่แข่งและลูกค้าภายนอกได้เป็นอย่างดี

๓. ขั้นระบุโอกาสหรือภัยคุกคามที่เป็นอุปสรรค (Identifying the Opportunities and Threats) ขั้นนี้เป็นขั้นที่ต่อจากการดำเนินการในขั้นที่ ๒ กล่าวคือ เมื่อสรุปผลการวิเคราะห์ได้แล้วก็สามารถมองเห็นโอกาสหรือภัยคุกคามที่เป็นอุปสรรค ซึ่งทั้ง ๒ ปัจจัยจะเป็นข้อมูลนำมาประกอบการตัดสินใจ อาทิ สิ่งใดเป็นโอกาสที่จะต้องเติมเต็มขยายผลเพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพ สิ่งใดเป็นอุปสรรคก็จะสามารถแก้ไขในระหว่างดำเนินการได้ทันทั่วทั้ง

๔. ขั้นวิเคราะห์ทรัพยากรขององค์กรและความสามารถขององค์กร (Analyzing the Organization's Resources and Capabilities) ทรัพยากรการบริหารเป็นปัจจัยที่สำคัญของการ

^{๒๓} ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. การจัดการเชิงกลยุทธ์. (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๑๔.

ปฏิบัติ จำเป็นต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ทรัพยากรที่มีอยู่ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด ที่จะสนับสนุนการบริหารกลยุทธ์ให้ประสบผลสำเร็จเพียงใด

๕. ขั้นระบุจุดอ่อนจุดแข็ง (Identifying Strengths And Weaknesses) จากขั้นตอนที่ ๑ - ๔ ที่ได้ดำเนินการเป็นขั้น ๆ จะเป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้บริหารมองเห็นภาพของการปฏิบัติ กล่าวคือ จะสามารถระบุว่าองค์กรมีจุดอ่อนจุดแข็งหรือไม่ อย่างไร เมื่อมองเห็นจุดอ่อนจุดแข็งขององค์กรได้แล้ว ก็สามารถกำหนดทิศทางในการก้าวไปสู่วัตถุประสงค์ได้อย่างราบรื่น โดยอาศัยเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT

๖. ขั้นกำหนดเป็นสูตรกลยุทธ์ (Identifying Strengths And Weaknesses) ขั้นนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ก็คือการกำหนดกลยุทธ์ที่เป็นแบบลงตัว ซึ่งอาจจะเป็นหลักการหรือการจัดทำแผนกลยุทธ์แล้วแต่กรณี ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจให้พันธกิจที่กำหนดไปสู่ความสำเร็จ

๗. ขั้นนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Implementation Strategy) มีนักวิชาการบางท่านกล่าวว่า “การกำหนดกลยุทธ์นั้นง่ายกว่าการนำกลยุทธ์นั้นไปปฏิบัติ” กล่าวคือ แม้องค์กรจะมีกลยุทธ์ที่ดีเลิศเพียงใด หากขาดความสามารถหรือไม่มีการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ภารกิจ หรือโครงการที่สวดยหรืออาจประสบความล้มเหลว การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติจึงมีความสำคัญที่จะต้องใช้หลักการบริหาร อาทิ ภาวะผู้นำการวางแผน การอำนวยความสะดวก การบริหารงบประมาณที่ดีเลิศในลักษณะที่เป็นมืออาชีพ

๘. ขั้นประเมินผลกลยุทธ์ (Evaluation Results) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่จะขาดไม่ได้ ซึ่งวัฒนธรรมการบริหารในสังคมไทยมักให้ความสำคัญในเรื่องนี้น้อย ขั้นตอนนี้จะส่งผลให้พันธกิจบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือในระหว่างการดำเนินการหากไม่มีการควบคุมติดตามผล เมื่อเกิดปัญหาอุปสรรคก็ไม่สามารถแก้ไขได้อย่างทันท่วงที อนึ่งแม้ว่าภารกิจเสร็จสิ้นแบบเบ็ดเสร็จก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งต้องมีการประเมินผลในภาพรวมว่าการลงทุนนั้นมีข้อดี จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค และผลที่ได้คุ้มค่าหรือไม่ อันจะเป็นข้อมูลย้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นของการบริหาร เพื่อทบทวนหรือปรับปรุงกลยุทธ์ใหม่^{๒๔}

ดังนั้นสรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนากลยุทธ์การบริหารเครือข่ายความร่วมมือ คือ วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์โอกาส ปัญหาและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบ เพื่อนำไปสู่การจัดทำกลยุทธ์ (Strategy Formulation) มี ๔ ขั้น คือ ๑) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ๒) การกำหนดกลยุทธ์ ๓) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และ ๔) การประเมินผลและการควบคุมกลยุทธ์

^{๒๔} เมตต์ เมตต์การุณจิต, ยุทธศาสตร์การพัฒนา : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก. (นนทบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย, ๒๕๕๖), หน้า ๑๘.

๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคลองค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ^{๒๕} ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อสินค้า การขายสินค้า การจัดส่งสินค้าการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ หรือสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต^{๒๖} และเริ่มเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยตั้งแต่ปี ๒๕๔๐ เป็นต้นมา^{๒๗} การปฏิวัติเทคโนโลยีต่างๆ ให้อยู่ในรูปของดิจิทัล ทำให้ทุกวันนี้โลกเราสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เราสามารถสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ทั่วทุกมุมโลกได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น อีกทั้งหน้าที่ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตทุกวันนี้จะเป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสาร เป็นแหล่งของความบันเทิง เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เป็นช่องทางในการทำธุรกรรม รวมทั้งเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย กล่าวคือ คนทั่วไปสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่สำหรับจับจ่ายซื้อหรือซื้อปิ้ง สามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ^{๒๘}

ปัจจุบันการตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นกับธุรกิจ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค การเลือกใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม จึงเป็นสิ่งที่คุณประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญ เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

๑. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (Email) เป็นระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับรับและส่งจดหมายทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ แฟ้มข้อมูล โดยผ่านระบบไปยังเครือข่ายคอมพิวเตอร์อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก สะดวกปลอดภัย สามารถส่งและรับได้ตลอดเวลา และสามารถส่งจดหมายให้บุคคลที่ต้องพร้อมกันได้ โดยไม่

^{๒๕} ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce). (กรุงเทพมหานคร: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์, ๒๕๕๒).

^{๒๖} วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ๒๕๖๐).

^{๒๗} บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. การตลาดทางตรง. (ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๖๑).

^{๒๘} สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. (กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๕๖).

จำกัดจำนวนผู้รับ ทำให้ประหยัดแรงงาน ทรัพยากร และเงินทุน^{๒๙} การทำการตลาดด้วยอีเมล เป็นเครื่องมือการตลาดที่สามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเก่าเพื่อสร้างผลกำไรที่ยั่งยืนให้กับองค์กร โดยทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งยังง่าย สะดวก และรวดเร็วในการดำเนินการอีกด้วย อีเมลมีประสิทธิภาพในการส่งจำนวนมากต่อการส่งหนึ่งครั้ง รูปแบบมีสีสันสวยงาม และตกแต่งให้เพิ่มความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดภาพพจน์ดีต่อองค์กรได้ไม่ยาก^{๓๐}

๒. เว็บไซต์ เป็นส่วนที่สำคัญที่บริษัทต้องจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค ดังนั้นการทำการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเสียก่อน^{๓๑} การขายสินค้าในระบบ E-Commerce จะใช้เว็บไซต์เป็นหน้าร้านในการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบหน้าเว็บให้มีความประทับใจ น่าสนใจและสะดวกตาผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งเทคนิคในการออกแบบเว็บไซต์ที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ ได้แก่ รูปลักษณ์ เนื้อหา ชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร การปรับแต่ง การติดต่อสื่อสาร การเชื่อมต่อเว็บไซต์ และการทำธุรกรรม^{๓๒}

๓. การตลาดเชิงเนื้อหา เป็นการตลาดในรูปแบบที่นำเสนอเนื้อหาที่ตรงจุด สร้างเนื้อหาหรือข่าวสารให้โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มคุณค่า ความน่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า/บริการและเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า และ/หรือ อยากใช้บริการ นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่ตรงประเด็นดึงดูดความสนใจ เกิดการบอกต่อในโลกออนไลน์ และสามารถสร้างความต้องการ สร้างแรงจูงใจ เพิ่มทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า/บริการ การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) นิยมใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และจดหมายข่าว หรือ E-newsletter, VDO, Blog Post, Image/ Info graphic ผู้บริโภคชอบการทำ การตลาดเชิงเนื้อหาเพราะมีประโยชน์มากกว่า ผู้บริโภคอยากซื้อสินค้าจากองค์กรที่สร้างการตลาดเชิงเนื้อหา

๔. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นตัวช่วยในการโปรโมทเว็บไซต์ของกิจการ และช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของกิจการขยับไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการท

^{๒๙} อธิธิวัฒน์ รัตนพองปู่. E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. (กรุงเทพมหานคร: วิดีทัศน์, ๒๕๕๕).

^{๓๐} เรื่องเดียวกัน, บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ การตลาดทางตรง. ๒๕๖๑.

^{๓๑} อ่างแล้ว,

^{๓๒} เรื่องเดียวกัน, ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce). ๒๕๕๒.

การตลาดบนสังคมออนไลน์ คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็ว ทันใจและช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่คนได้อย่างง่ายดาย^{๓๓}

๕. การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เว็บไซต์ของเราปรากฏเป็นอันดับต้นๆ เมื่อมีคนใช้ keyword ต่างๆ ค้นหาใน search engine ถ้าเว็บไซต์ของเราอยู่ในอันดับดีมาเท่าไร คนก็จะเข้าถึงธุรกิจของเราได้ง่ายขึ้นเท่านั้น เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก^{๓๔} ซึ่งคำสำคัญ (Keyword) คือ กุญแจสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ ได้จากการค้นหาข้อมูล ในประเทศไทยนิยมค้นหาข้อมูลผ่านทาง Google เป็นหลัก

๒.๖ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นกระบวนการปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ^{๓๕} ซึ่งมีลำดับขั้นในการตัดสินใจซื้อ ๕ ขั้นตอน ได้แก่การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลก่อนการซื้อ การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อโดยในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เพราะความเจริญก้าวหน้าทางการสื่อสาร และเครื่องมือในการนำเสนอสินค้าและบริการมีความหลากหลายมากขึ้น การนำเสนอขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือทางอินเทอร์เน็ต ก็เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป^{๓๖} ผู้บริโภคไม่ซื้อของโดยบังเอิญอีกต่อไปแล้ว คนจะมีความต้องการซื้อสินค้าอยู่ในใจและหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะวิ่งเข้าหาสินค้าที่เชื่อว่าจะเต็มเต็มความต้องการได้ รับผิดชอบต่อโฆษณาที่ไม่เกินจริงและให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างยุติธรรม^{๓๗} พฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตมีแนวโน้มที่จะสนใจและใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์มากขึ้น เนื่องจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวก และใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในการค้นหาสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การค้นหาความคิดเห็นจากผู้ที่มีประสบการณ์จากการใช้สินค้า เป็นต้น และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีเวลาจำกัด และเห็นความสำคัญของเวลา จึงมักเลือกซื้อสินค้า หรือสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์หรือ

^{๓๓} เรื่องเดียวกัน, วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์. ๒๕๖๐.

^{๓๔} ณัฐวศา สุทธิธาดา. ONLINE MARKETING ใครๆ ก็ทำได้ชนะใจลูกค้า เหนือกว่าคู่แข่ง. (กรุงเทพมหานคร: วิดีทัศน์, ๒๕๕๙).

^{๓๕} เกษศิริรินทร์ ภิญญาคง. หลักการตลาด (Principle of Marketing). (ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ๒๕๕๔).

^{๓๖} เรื่องเดียวกัน, อธิวิวัฒน์ รัตนพองปู่. E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. ๒๕๕๕.

^{๓๗} เรื่องเดียวกัน, บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. การตลาดทางตรง. ๒๕๖๑.

โทร ศัพท์มือถือหรือการให้บริการส่งสินค้าถึงบ้านเพื่อช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง^{๓๘} แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตว่า ผู้บริโภคในอนาคตจะมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการในเรื่องคุณค่าของตัวเองมากขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการข่าวสารข้อมูลของสินค้าหรือบริการมากขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีความง่าย สะดวกและปลอดภัยมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพและการมีชีวิตที่มีคุณภาพมากขึ้นในปี ๒๕๖๑^{๓๙} สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย (องค์การมหาชน) (สพธอ.) ได้ออกมาเปิดเผยผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยในปี ๒๕๖๑ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า คนไทยมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น โดยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนานขึ้นเป็น ๑๐ ชั่วโมง ๕ นาทีต่อวันเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๓ ชั่วโมง ๔๑ นาทีต่อวัน อีกทั้งยังนิยมใช้ Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook Instagram หรือ Twitter ในระยะเวลาที่สูงมากถึง ๓ ชั่วโมง ๓๐ นาทีต่อวัน

๒.๗ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย

๒.๗.๑ สวนตาลลุงนอม^{๔๐}

ทุ่งนาที่เต็มไปด้วยต้นตาล

“ตาลโตนด” หรือ “ต้นตาล” นับเป็นต้นไม้ที่เป็นสัญลักษณ์ของเพชรบุรีก็ว่าได้ เพราะเมื่อเดินทางผ่านจังหวัดเพชรบุรีคราใด ภาพที่คุ้นเคยก็จะทุ่งนาเขียวขจีที่มีต้นตาลขึ้นอยู่เรียงรายทั้งต้นใหญ่ต้นเล็กทั่วบริเวณ ๒ ข้างทาง และผลิตผลจากต้นตาลโดยเฉพาะน้ำตาลโตนดยังเป็นส่วนผสมที่สำคัญในการทำขนมหวานเมืองเพชร ที่มีชื่อเสียงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนกล่าวได้ว่า “เมื่อนึกถึงเพชรบุรี ต้องนึกถึงต้นตาล”

ปัจจุบันต้นตาลของเมืองเพชรบุรีมีจำนวนลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากต้นตาลนั้นเป็นต้นไม้ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ทำให้ชาวบ้านหันมาตัดต้นตาลขายเพิ่มรายได้มากขึ้น ตลอดจนไม่มีใครคิดที่จะอนุรักษ์ต้นตาลที่เป็นต้นไม้คู่เมืองเพชรบุรีให้คงอยู่ดังเดิม

ต้นตาลแผ่ใบร่มรื่น

^{๓๘} ปณิศา มีจินดา, ๒๕๕๓ อ่างในวุฒิ สุขเจริญ. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior). (พิมพ์ครั้งที่ ๒). (กรุงเทพมหานคร: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์, ๒๕๕๙).

^{๓๙} เกษศิริรินทร์ ภิญญาคง. หลักการตลาด (Principle of Marketing). (ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ๒๕๕๔).

^{๔๐} MGR Online. “ตาลเมืองเพชร” หวานลิ้นไม่สิ้นซาก ด้วยวิถีอนุรักษ์จากฝีมือ “ดร.ป.สี”. <https://mgronline.com/travel/detail/๙๕๖๐๐๐๐๒๐๘๓๒> (๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖)

ลุงณอม ภูเงิน อายุ ๗๔ ปี อดีตกำนัน ต.ถ้ำรงค์ ผู้เป็นเจ้าของ “สวนตาลลุงหนอม” ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด หรือกลุ่มอนุรักษ์และสืบสานตาลโตนด วิทยาการเรื่องต้นตาลหนึ่งเดียวของจังหวัดเพชรบุรี อีกทั้งยังเป็นผู้บุกเบิกในการปลูกต้นตาล กล่าวว่า “ในอนาคตวันหน้าถ้าไม่ตื่นตัว อีกหลายร้อยปีจะเหลือแต่ตำนานต้นตาลเมืองเพชร ต้นตาลจะหมดไป เพราะต้นตาลรุ่นหลังไม่มีแทน” และด้วยความคิดนี้เอง ลุงณอมจึงเริ่มปลูกสวนตาลเพื่อเป็นการอนุรักษ์ตาลเมืองเพชรเอาไว้ให้ชนรุ่นหลังเรียนรู้ และตระหนักถึงคุณค่า อีกทั้งยังต้องการปลูกสวนตาลไว้ให้ครอบครัวลูกหลานเกิดมาได้มีงานทำ ตลอดจนมองถึงอนาคตว่าวันข้างหน้าพืชพวกนี้จะมีราคาแพงขึ้นมา

โคนต้นตาลที่อวบใหญ่

ลุงณอมได้เริ่มปลูกสวนตาลเมื่อวันที่ ๑๒ สิงหาคม ๒๕๓๔ โดยปลูกต้นตาลไว้ทั้งหมด ๔๕๐ ต้น บนพื้นที่กว่า ๑๐ ไร่ ของ ต.ถ้ำรงค์ อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี พันธุ์ที่ปลูกส่วนมากจะเป็นตาลพันธุ์ไข่ ซึ่งมีลักษณะเด่นอยู่ที่โคนต้นตาลจะอ้วน ขนาดใหญ่กว่าต้นตาลทั่วไป เพราะพอต้นตาลเริ่มโตหรือที่ภาษาชาวสวนตาลเรียกว่า “ตั้งครก” หรือ “ตั้งสะโพก” ลุง

ณอมจะใช้มีดสับตรงกาบที่หุ้มกับต้นแล้วลอกออก จากนั้นปล่อยให้ทิ้งไว้ ๗-๘ วัน จะเห็นได้ว่าเกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้น คือต้นตาลจะพองตัวและขยายออกหลายเซนติเมตร

ลุงณอมเล่าให้ฟังว่า ในสมัยก่อนการปลูกต้นตาลนับเป็นเรื่องยาก เพราะใน ๑๐๐ คน มีเพียง ๒ คนเท่านั้นที่คิดจะปลูกต้นตาล ส่วนมากแล้วต้นตาลที่เราเห็นขึ้นอยู่มากมายในเมืองเพชรนั้นเป็นต้นตาลที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยลูกตาลที่สุกหล่นสะสมอยู่ที่โคนต้น เมื่อถึงหน้าน้ำเมืองเพชรจะเกิดน้ำท่วมเกือบทุกปี เมื่อน้ำมาก็จะพัดพาลูกตาลเหล่านั้นกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆ และเมื่อน้ำแห้งต้นตาลก็จะเติบโตขึ้นเป็นต้นสูงต่อไป

ลุงณอม ภูเงิน ได้ฉายาว่า ดร.ป.สี

ลุงณอมเองคงเป็นคนหนึ่งในไม่กี่คนที่คิดปลูกสวนตาล โดยในสวนของลุงณอมนั้นก็ปลูกต้นตาลอย่างเป็นระเบียบ เป็นแถวเป็นแนว แลดูสวยงามสบายตา นอกจากนั้นภายในสวนตาลยังมีบรรยากาศร่มรื่น ลมพัดเย็นสบาย เมื่อเดินดูรอบๆ ก็ยังได้ยินเสียงนกร้องรับกันไม่ขาดสาย

ลุงณอมเล่าให้ฟังถึงสาเหตุที่ต้นตาลเมืองเพชรลดลงจากธรรมชาติว่าเป็นเพราะกลายเป็นธุรกิจซื้อขาย ความต้องการของตลาดมีมากขึ้น มีการซื้อขายต้นตาลเพื่อทำประโยชน์อย่างอื่น ประกอบกับคนที่ทำอาชีพสวนตาลเริ่มน้อยลง และที่สำคัญคือคนส่วนมากไม่ตระหนักถึงคุณค่า รวมถึงไม่มีการอนุรักษ์ต้นตาลไว้ บ้างโค่นไปขาย บ้างโค่นทิ้งเพราะคิดว่าเกะกะ ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้ และสาเหตุอีกอย่างคือภัยธรรมชาติจากลมพายุ ฟ้าผ่า รวมทั้งอายุของต้นตาลที่มากขึ้นก็ทำให้ต้นตาลหักโค่นได้ง่ายเช่นกัน

ชาวบ้านยี่तालโตนดภายในสวนตาล

ในการปลูกสวนตาลกว่า ๔๕๐ ต้นนี้ลุงถนอมไม่ได้คิดเพียงต้องการอนุรักษ์ต้นตาลเมืองเพชรไว้ให้อยู่คู่ลูกคู่หลานเท่านั้น แต่ยังมองไกลถึงอนาคตในการสร้างรายได้ให้ครอบครัวและชุมชน เพื่อให้ชาวบ้านได้เรียนรู้วิถีชีวิตการทำสวนตาล สำหรับผู้ที่ต้องการสร้างรายได้หรือหาอาชีพเสริมสามารถมาที่สวนตาลนี้ได้ จะมีการฝึกอาชีพให้ ไม่ว่าจะเป็นการทำน้ำตาล รวมไปถึงงานหัตถกรรมจากต้นตาล เช่น การทำไม้กวาด การสานหมวก การทำตุ๊กตา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นเหมือนการช่วยเหลือให้เกิดเป็นกิจกรรมชุมชนที่สมบูรณ์ และจะทำให้มีรายได้ตามมา และในอนาคตยังมองไปถึงการส่งออก เพราะตอนนี้ต่างประเทศมีความต้องการเมล็ดตาลอ่อน ที่นำไปใช้แทนเงาะกระป๋อง หรือลำไยกระป๋องได้อีกด้วย

จากแนวคิดที่ว่า “ต้นตาล คือ ครูของเรา” ที่ลุงถนอม ภูเงิน ได้ยึดถือมาโดยตลอด รวมถึงความพยายามที่จะสร้างสรรค์และอนุรักษ์ต้นตาลให้อยู่คู่เมืองเพชรบุรีมาเป็นเวลาหลายสิบปี แม้ไม่ได้ร่ำเรียนสูงๆ แต่สังคมก็ยกย่องว่าลุงถนอมเป็นผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องต้นตาล จนได้รับพระราชทานปริญญาคุณวุฒิบัณฑิตกิตติมศักดิ์ สาขาเกษตรศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จนได้รับฉายาเป็น “ดร.ป.๔” นั่นเอง

ทะเลายตาลและลูกตาลสด

ปัจจุบัน สวนตาลของลุงถนอมเป็นแหล่งเรียนรู้และศึกษาดูงานด้านการทำตาล ซึ่งมีเยาวชน นักท่องเที่ยว และผู้สนใจเข้ามาศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก จนทำให้ต้นตาลเมืองเพชรบุรีโด่งดังไปทั่วประเทศ ตามความตั้งใจของลุงถนอมที่ว่า “ลุงอยากปลูกตาลโตนดให้ลูกหลานได้เรียนรู้และช่วยกันอนุรักษ์ภูมิปัญญานี้ไว้ ไม่อยากให้มันเลือนหายไป ให้อยู่คู่เมืองเพชรตลอดไป”

ที่ตั้ง

“สวนตาลลุงถนอม” ตั้งอยู่ที่ ม.๔ ต.ถ้ำรงค์ อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี ผู้ที่สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่ องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ โทร. ๐ ๓๒๔๙ ๑๔๖๗

๒.๗.๒ ตาล เมืองเพชร (ชุมชนถ้ำรงค์ เพชรบุรี)

ชุมชนถ้ำรงค์ ตำบลถ้ำรงค์ เป็นชุมชนเก่าแก่ ซึ่งตำนานเล่าว่า เจ้าเมืองหนึ่งเสด็จประพาสมาที่ตำบลนี้ มีหญิงสาวชาวบ้านนำน้ำใส่ขันและมีใบหญ้าคาลอยอยู่มาถวาย เจ้าเมืองได้พระราชทานอัมรงค์ (แหวน) เป็นการตอบแทน ต่อมาชาวบ้านจึงเรียกชุมชนนี้ว่า “บ้านอัมรงค์” และกลายมาเป็น “ถ้ำรงค์” มาจนทุกวันนี้ ชาวตำบลถ้ำรงค์รวมตัวกันอนุรักษ์การดำเนินชีวิตทั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับตาลโตนด ด้วยศักยภาพของชุมชนแห่งนี้จึงได้รับเลือกเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๔ ภายในพื้นที่มีจุดท่องเที่ยว ได้แก่ วัด ถ้ำรงค์ มีอุโบสถลอยตลายนูนปั้นงดงามฝีมือช่างเมืองเพชร ถ้ำรงค์ ประดิษฐาน หลวงพ่อดำ เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่คู่ชุมชน แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด หรือ สวนตาลลุงถนอม ปลูกตาลเรียง

เป็นแนวเหมือนสวนผลไม้ โดยตั้งใจอนุรักษ์ต้นตาลซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเพชรบุรีที่นับวันจะน้อยลงไป บ้านอีโตนด ทำขนมตาล และเคี้ยวน้ำตาล สืบสานตาลเมืองเพชร ซึ่งเป็นบ้านทรงไทยหลังใหญ่ที่มีกลุ่มผู้สูงอายุสานใบตาลเป็นรูปทรงต่าง ๆ หมู่บ้านสานไม้ เป็นการนำไม้ไผ่สานเป็นเครื่องใช้นานาชนิด วัตถุประสงค์ของเก่า จัดแสดงเครื่องมือเครื่องใช้วิถีชีวิตในอดีตของชุมชนนี้ ชุมชนบ้านรงค์ได้รับรางวัลด้านการสร้างความปลอดภัยการจราจรบนถนนของชุมชน และได้ผนวกจัดเป็นเส้นทางขี้อจักรยานท่องเที่ยวที่จะได้เพลิดเพลินกับบรรยากาศชุมชน และเรียนรู้คุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น นักท่องเที่ยวที่สนใจชมการป็นตาล เคี้ยวตาลโตนด การทำอาหารและขนมหวานที่ใช้ผลิตผลจากต้นตาล ชมสวนชมพูเพชรสุพรรณ และทั้บทีมจันทร์ โดยมีรถบริการพร้อมมีวิทยากรบรรยาย สอบถามข้อมูลได้ที่ องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำรงค์ โทร. ๐ ๓๒๔๙ ๑๔๖๗ การเดินทาง จากอำเภอเมืองเพชรบุรีไปตามถนนเพชรเกษม กิโลเมตรที่ ๑๗๖-๑๗๗ เข้าทาง วัดถ้ำรงค์ หรือจากอำเภอบ้านลาดใช้ทางหลวงหมายเลข ๖๐๒๐ เข้าถนนโยธาธิการเพชรบุรี หมู่ที่ ๓ ไปทางตำบลท่าเสา ประมาณ ๑๔ กิโลเมตร^{๔๑}

๒.๗.๓ ศูนย์การเรียนรู้เตาตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี)

๑. ประวัติวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี สังกัด มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแห่งคณะสงฆ์ไทย เป็นสถาบันบันการศึกษาชั้นสูงของคณะสงฆ์ ซึ่งสมเด็จพระบรมบพิตร พระราชสมภารเจ้า สมเด็จพระปรมินทรมหาจุฬาลงกรณ์ พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงสถาปนาขึ้นเมื่อ พ.ศ. ๒๔๓๒ มีชื่อเดิมว่า “มหาธาตุวิทยาลัย” และมีพระบรมราชโองการเปลี่ยนนามใหม่ว่า “มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย” เมื่อ วันที่ ๑๓ กันยายน พ.ศ. ๒๔๓๙ โดยมีพระราชประสงค์จะให้เป็นอนุสรณ์เฉลิมพระเกียรติยศของพระองค์สืบไป โดยมีปณิธานคือ “ศึกษาพระไตรปิฎกและวิชาชั้นสูง สำหรับพระภิกษุ สามเณรและคฤหัสถ์”

วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ถือกำเนิดเริ่มต้น นับแต่วันที่ ๑๗ กรกฎาคม ๒๕๔๙ คณะกรรมการและชาวบ้านได้ปรึกษาหารือถึงความน่าจะเป็นไปได้ในการจัดตั้งหน่วยวิทยบริการคณะสังคมาศศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ วัดต้นสน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เหตุผลมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมบ้านเกิดเมืองนอนของตน จึงเห็นสมควรให้ เป็นวิชารัฐศาสตร์หรือเกี่ยวกับการบริหารการเมืองเป็นดีที่สุดในวันที่ ๑๙ มกราคม ๒๕๔๐ ได้รับความเมตตาอนุเคราะห์จาก พระราชสุวรรณหมุนี เจ้าคณะจังหวัดเพชรบุรี มาเป็นประธานการประชุม พร้อมด้วยคณะกรรมการวัดต้นสน เรื่อง การจัดตั้งหน่วยวิทยบริการฯ มจร. ณ วัดต้นสน เป็นครั้งแรกของการประชุมอย่างเป็นทางการในส่วนท้องถิ่น วันที่ ๒๒ พฤศจิกายน ๒๕๔๐ นายสยมพร ลิมไทย ผู้ว่าราชการจังหวัด

^{๔๑} การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). **ชุมชนถ้ำรงค์**. <https://shorturl.asia/B6Sww> (วันที่ ๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖)

เพชรบุรี พร้อมด้วยข้าราชการและประชาชนทั่วไปจำนวน ๒๖ ท่านได้ร่วมประชุมรับทราบ การจัดตั้งหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ วัดต้นสน จังหวัดเพชรบุรี จากพระครูพัชรคุณาทร พร้อมคณะกรรมการดำเนินงานจาก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย นับเป็นครั้งแรกที่ท่านผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรีได้ให้เกียรติเข้าร่วมประชุมวันที่ ๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑ นายไกร บุญบันดาล นายอำเภอบ้านแหลม นายกเทศมนตรีเทศบาลบ้านแหลม พร้อมผู้นำชุมชนในเขตอำเภอบ้านแหลม ได้เข้าร่วมประชุมกับพระครูพัชรคุณาทร ถึงการดำเนินงานเตรียมตัวรับคณะกรรมการ ตรวจสอบ ความพร้อมฯ จากคณะกรรมการ มจร. วันที่ ๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑ นายสยามพร ลีมีไทย ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี พร้อมด้วยข้าราชการ ผู้นำชุมชนในเขตอำเภอบ้านแหลมและเขตใกล้เคียง และผู้ให้การ สนับสนุนให้เกียรติมาร่วมประชุมต้อนรับคณะกรรมการตรวจสอบความพร้อม จาก มจร.(ส่วนกลาง) วันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑ คณะกรรมการตรวจสอบความพร้อมฯ ได้รายงานผลการตรวจสอบความพร้อม ต่อสภาวิชาการและวันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑ คณะกรรมการสภาวิชาการได้เรียนเชิญพระครูพัชรคุณาทร เจ้าอาวาสวัดต้นสน เข้าร่วมชี้แจงในสภาวิชาการ พร้อมมีมติเห็นชอบให้เสนอต่อสภามหาวิทยาลัย วันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑ คณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย ได้มีมติสภามหาวิทยาลัยออกประกาศ “ให้มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เปิดหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ วัดต้นสน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยเริ่มดำเนินการจัดการศึกษา ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๑ เป็นต้น” ประกาศ ณ วันที่ ๑๐ มีนาคม พุทธศักราช ๒๕๕๑ ลงนาม (พระธรรมสุธี) นายกสภามหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วันที่ ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๕๑ พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) อธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นประธานในพิธีเปิดหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ วัดต้นสน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยมีพระราชสุวรรณมุนี เจ้าคณะจังหวัดเพชรบุรี นายเกียรติศักดิ์ ธนวัฒนากุล รองผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี นายไกรบุญ บันดาล นายอำเภอบ้านแหลม ข้าราชการประชาชนทั่วไปและนิสิตใหม่ จำนวน ๖๐ คน ได้เข้าร่วมในพิธีถือเป็นเกียรติประวัติและประวัติศาสตร์แก่วัดต้นสนและอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี เป็นอย่างยิ่งพร้อมกันนี้ สภามหาวิทยาลัย ได้มีมติอนุมัติ ในคราวประชุม ครั้งที่ ๒/๒๕๕๑ เมื่อวันที่ ๒๘ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๕๑ ให้เปิดสอนหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ ตั้งแต่ปีการศึกษา ๒๕๕๑ เป็นต้นไป

ต่อมาในปี๒๕๕๒ ถือเป็นก้าวสำคัญของคณะสงฆ์จังหวัดเพชรบุรี เมื่อพระเดชพระคุณท่านเจ้าคุณ พระพิพิธพัชโรดม เจ้าคณะจังหวัดเพชรบุรี เจ้าอาวาส วัดพระรูป ซึ่งในขณะนั้นได้ดำรงสมณศักดิ์ในพระราชทินนาม “พระครูอนุกุลวชิรกิจ” เจ้าคณะอำเภอเมืองเพชรบุรี ซึ่งมีความสนใจในใฝ่รู้ด้านการศึกษาทั้งทางโลกและทางธรรม มีแนวคิดที่จะพัฒนาความรู้ความสามารถให้แก่คณะสงฆ์จังหวัดเพชรบุรีโดยเฉพาะพระสังฆาธิการ จึงปรึกษหาแนวทางในการจัดการศึกษาสำหรับ

พระสงฆ์กับ ดร.พิเชฐ ทังโต ผู้อำนวยการหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ มจร. วัดต้นสน จังหวัดเพชรบุรีในขณะนั้นโดยได้ประสานงานไปยัง ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ เพื่อขอเปิดสอนในหลักสูตรประกาศนียบัตรบริหารกิจการคณะสงฆ์ (ป.บส.) โดยได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจาก พระเทพสุวรรณโมลี ที่ปรึกษาเจ้าคณะภาค ๑๕ เจ้าอาวาสวัดมหาธาตุวรวิหาร (พระอารามหลวง) ซึ่งขณะนั้นดำรงสมณศักดิ์ในพระราชทินนาม ที่ “พระราชสุวรรณมุนี” หลังจากนั้นจึงได้รับอนุมัติจาก สภาวิชาการมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในคราวประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๕๒ เมื่อวันที่ ๒๔ เมษายน พ.ศ.๒๕๕๒ ให้คณะสงฆ์จังหวัดเพชรบุรี เปิดการเรียนการสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรการบริหารกิจการคณะสงฆ์ (ป.บส.) ณ วัดพระรูป อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี โดยได้รับความสนใจจาก เจ้าคณะ พระสังฆาธิการของจังหวัดเพชรบุรี เข้าศึกษาเป็นจำนวนมาก

และหลังจากที่ คณะพระสังฆาธิการที่ได้ศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบริหารกิจการคณะสงฆ์ ณ วัดพระรูป ตำบลช่องสะแก อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี สำเร็จการศึกษา ได้เห็นสมควรว่า เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาของคณะสงฆ์จังหวัดเพชรบุรี จึงได้มีฉันทามติร่วมกันให้ดำเนินการเปิดสอนหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ ดังนั้น เมื่อวันที่ ๑๙ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๕๒ คณะสงฆ์จังหวัดเพชรบุรี โดยพระราชสุวรรณมุนี เจ้าคณะจังหวัดเพชรบุรี (ในขณะนั้น) ได้มีหนังสือถึงมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อขออนุมัติเปิดสอนหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ ที่หน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ วัดต้นสน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี โดยสภาวิชาการมหาวิทยาลัย ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบและอนุมัติ โดยใช้ ห้องเรียน วัดพระรูป ตำบลช่องสะแก อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เป็นสถานศึกษา และในปีการศึกษา ๒๕๕๓ ได้มีมติคณะกรรมการประจำคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในคราวประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๕๓ เมื่อวันที่พฤหัสบดีที่ ๑๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๓ อนุมัติเปิดสอนหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ ของหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ ณ วัดต้นสน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี และมีมติสภาวิชาการ ครั้งที่ ๒/๒๕๕๓ วันพฤหัสบดี ที่ ๑๑ มีนาคม ๒๕๕๓ โดยสภาวิชาการมหาวิทยาลัย ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบและอนุมัติ

ด้วยเหตุผลด้านความพร้อมทั้งในสถานที่ และในการบริหารจัดการ ปีการศึกษา ๒๕๕๖ สภามหาวิทยาลัย จึงมีมติอนุมัติ ในความประชุม ครั้งที่ ๘/๒๕๕๖ เมื่อวันที่พุธที่ ๒๕ กันยายน พ.ศ.๒๕๕๖ ให้ย้ายสถานที่ตั้งหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ จังหวัดเพชรบุรี เดิมตั้งอยู่ ณ วัดต้นสน อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ไปยังสถานที่ตั้งใหม่ ณ วัดพระรูป อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ตั้งแต่วันที่ ๒๕ กันยายน พ.ศ.๒๕๕๖ เป็นต้นไปหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วัดพระรูป ตำบลช่องสะแก มีนโยบายทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแก่พระภิกษุสามเณรและคฤหัสถ์ ได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่เปิด

กว้างเพื่อพัฒนาตนและสังคมมากยิ่งขึ้น ภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่เอื้อต่อการจัดการศึกษาในระดับวิทยาลัยมีฐานะเทียบเท่าคณะ จึงเสนอโครงการจัดตั้งวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ในช่วงแผนพัฒนามหาวิทยาลัย ระยะที่ ๑๑ (พ.ศ.๒๕๕๕ – ๒๕๕๙) เพื่อให้เป็นไปตามข้อบังคับ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการจัดตั้งวิทยาลัยสงฆ์สงฆ์ พุทธศักราช ๒๕๔๗ ซึ่งดังกล่าวหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัยได้พิจารณาให้ความเห็นชอบและอนุมัติตามลำดับดังนี้

๑) ปีการศึกษา ๒๕๕๘ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ได้ดำเนินการตรวจประเมินการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้ง ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ณ วัดพระรูป จังหวัดเพชรบุรี หลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ และหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ เมื่อวันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๕๘ แล้วนั้น คณะกรรมการการอุดมศึกษาในคราวประชุมครั้งที่ ๑๐/๒๕๕๘ เมื่อวันที่ ๙ กันยายน ๒๕๕๘ มีมติเห็นชอบผลการตรวจประเมินในหลักสูตรทั้งสองหลักสูตรมีผลการประเมินระดับ “ต้องปรับปรุง”

๒) ในปีการศึกษา ๒๕๖๐ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ได้ดำเนินการตรวจประเมินซ้ำการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้ง เมื่อวันที่ ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๐ ทั้ง ๒ หลักสูตร คณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ในการประชุมครั้งที่ ๕/๒๕๖๐ เมื่อวันที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๖๐ ได้มีมติเห็นชอบผลการตรวจประเมินซ้ำในหลักสูตรดังกล่าว โดยมีผลการประเมินระดับ “ผ่าน” ตั้งแต่วันที่ ๑/๒๕๕๕

๓) คณะกรรมการศึกษาข้อมูลและตรวจความพร้อมการจัดตั้งวิทยาลัย มีมติเห็นชอบโครงการจัดตั้งวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการจัดตั้งวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๔๗ เมื่อวันที่ ๑๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๒

๔) สภาวิชาการให้ความเห็นชอบให้ยกฐานะหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ วัดพระรูป จังหวัดเพชรบุรี เป็นวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ในคราวประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๗ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๒

๕) สภามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีมติอนุมัติให้หน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ วัดพระรูป จังหวัดเพชรบุรี เป็น วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ในคราวประชุมครั้งที่ ๒/๒๕๖๒ เมื่อวันที่จันทร์ที่ ๔ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

๖) สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ประกาศข้อกำหนดมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง การจัดตั้งวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี พุทธศักราช ๒๕๕๒ เมื่อวันที่ ๒๖ เมษายน เล่มที่ ๑๓๖ ตอนพิเศษ ๑๐๔ ง ไว้ดังนี้

“ให้จัดตั้งหน่วยวิทยบริการคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งตั้งอยู่ ณ วัดพระรูป เลขที่ ๖๕/๑ หมู่ ๖ ตำบลช่องสะแก อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี เป็นวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๔ มีนาคม พ.ศ.๒๕๖๒ เป็นต้นไป”

๒. ศูนย์การเรียนรู้เตาตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี)

ต้นตาลเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรี นอกจากจะให้ประโยชน์ในการทำน้ำตาล และขนมหวานที่ขึ้นชื่อของเมืองเพชรบุรีแล้ว ส่วนต่างๆ ของต้นตาลยังมีประโยชน์อีกมากมาย อีกทั้งตำบลช่องสะแกมีต้นตาลเป็นจำนวนมาก และชาวบ้านช่องสะแกก็ประกอบอาชีพทำน้ำตาลโตนดเป็นอาชีพรอง หลังจากฤดูกาลเกี่ยวข้าว พระพิพิธพัชรโรดม (อานวย อินทวณฺโณ) เจ้าอาวาสวัดพระรูป ตำบลช่องสะแก อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี จึงมีความเห็นว่า ควรอนุรักษ์อาชีพทำน้ำตาลไว้ให้ชาวชนรุ่นหลังได้เรียนรู้ จึงจัดทำ “ศูนย์การเรียนรู้เตาตาล” โดยการดูแลของวัดพระรูป ขึ้นไว้ ณ บริเวณวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี เพราะในพื้นที่ดังกล่าวมีต้นตาลอยู่จำนวนหนึ่ง และมีพื้นที่เหมาะสมในการจัดทำศูนย์การเรียนรู้เป็นอย่างดี^{๔๖} จึงได้สร้างเตาตาลขึ้น โดยวันที่ ๒๙ มกราคม พ.ศ.๒๕๖๔ เวลา ๐๙.๐๐ น. ได้ฤกษ์งามยามดี ในการทำขวัญตาล หรือแรกดตาล ก่อนเริ่มฤดูกาลทำตาล เพื่อเอาน้ำตาลโตนด โดยเป็นการสืบสาน อนุรักษ์วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ของชาวบ้านในถิ่นนี้แต่เก่าก่อน เพราะขณะนี้การทำน้ำตาลโตนดเริ่มที่จะหาคนทำได้น้อยลง และเตาตาลก็น้อยลง และเพื่อให้คนรุ่นใหม่ได้เห็นและอนุรักษ์ สืบสาน ทางวิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี จึงได้ริเริ่มทำขึ้น เพื่อขยายต่อไปให้เป็นศูนย์เรียนรู้ชุมชนสืบต่อไป

๒.๘ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐิติพัชร ธนรัชต์ธำรงกุล กชมาศ แซ่เตียว บุษราคัม กลั่นน้ำทิพย์ สุรพงษ์ เพิ่มพล และ ชุตติกาญจน์ นาคนพคุณ ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาสินค้าแปรรูปจากลูกตาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว หมู่บ้านน้ำตาลสด จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางการเกษตรในด้านการปลูก ดูแล และเก็บผลผลิตจากตาลโตนดและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาล การพัฒนาสินค้าเกษตรสินค้าแปรรูปจากลูกตาล คือ ไข่มุกกลอนตาล และกิจกรรมและฐานการเรียนรู้ประกอบด้วย ๓ ฐานกิจกรรม ได้แก่ ๑) ฐานกิจกรรมการเรียนรู้ข้อมูลเบื้องต้นของต้นตาล ๒) ฐานกิจกรรมการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากกะลามะพร้าว และ ๓) ฐานกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกลอนตาล ผลการทดสอบกิจกรรมท่องเที่ยวনার่อง พบว่า ผลการปฏิบัติงานภาพรวมมีคุณภาพดีมาก ผลสำเร็จของการพัฒนาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในภาพรวมที่ดี

^{๔๖} มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. ศูนย์การเรียนรู้เตาตาลวัดพระรูป. U๒T มหาวิทยาลัยสู่ตำบล มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. ม.ป.ป.

นักท่องเที่ยวนำร่องมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่เข้าร่วมทดสอบ และมีข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน โดยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและต่อยอดกิจกรรมให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพ^{๔๓}

บุญรัตน์ บุญรัมย์ และคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดของชุมชนในพื้นที่จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มมีทักษะความเป็นนวัตกรรมที่สามารถพัฒนาต่อยอดผลจากงานวิจัยได้ ในการศึกษาเริ่มจากการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ ของกลุ่มอาชีพและวิสาหกิจชุมชน พัฒนานวัตกรรมเครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแปรรูปผลิตภัณฑ์ตาลโตนด และพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ตาลโตนด พัฒนานวัตกรรมชุมชน และการสร้าง Learning and Innovation Platform ซึ่งผลจากการดำเนินการวิจัยพบว่า สามารถสร้างชุมชนนวัตกรรม ๔ ชุมชนมีนวัตกรรมเครื่องจักรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ๔ นวัตกรรม มีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ๒ นวัตกรรม มีนวัตกรรมชุมชน ๒๑ คน มี Learning and Innovation Platform ที่เป็นคู่มือการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมจำนวน ๖ คู่มือ มีแหล่งเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ตาลโตนด ๒ แหล่ง และเมื่อมีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด แต่ละชุมชน พบว่ามีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เพิ่มขึ้นทุกชุมชนโดยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรม โหนด นา ไร่ คน และแปรรูปผลผลิตการเกษตรบ้านราแดง มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ ๖๔.๙๗ วิสาหกิจชุมชนโหนดศิลป์บ้านทองลิ่งมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ ๑๖๐.๙๗ วิสาหกิจชุมชนบ้านคลองฉนวนมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ ๗๑.๐๘ และกลุ่มแปรรูปตาลโตนดคลองรี มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ ๗๓.๘๓^{๔๔}

บุญเรือง สมประจบ ได้ทำวิจัยเรื่อง หัตถกรรมไม้ตาลภาคกลาง : การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการผลิตและการพัฒนาเชิงพาณิชย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ประวัติความเป็นมางานหัตถกรรมไม้ตาลภาคกลางพบว่าเกิดขึ้นที่ตำบลหนองปรัง อำเภอยะย้อย จังหวัดเพชรบุรี ในส่วนของภูมิปัญญาพื้นบ้าน พบว่า ด้านประเภทของงานไม้ตาลเป็นงานกลึง ด้านลักษณะของประโยชน์ใช้สอยพบว่าผลิตเป็นครก สาก จานรองแก้ว เป็นต้น ด้านรูปแบบพบว่าทำตามความต้องการของลูกค้าด้านลวดลายพบว่าใช้ลวดลายไทย ด้านวัสดุพบว่าใช้ไม้ตาลที่มีอายุ ๕๐ ปีขึ้นไปด้านเครื่องมือใช้เครื่องกลึงและอุปกรณ์งานกลึงไม้ ด้านการบำรุงรักษาพบว่า มีการดูแลรักษา

^{๔๓} รัฐพิพัชร์ ธนรัชต์ธำรงกุล กษมาศ แซ่เตียว บุษราคัม กลั่นน้ำทิพย์ สุรพงษ์ เพิ่มพล และชุตติกาญจน์ นาคณพคุณ การพัฒนาสินค้าแปรรูปจากลูกตาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว หมู่บ้านน้ำตาลสด จังหวัดฉะเชิงเทรา. The ๔th BAs National Conference ๒๐๒๒ การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๔ (ในความร่วมมือนับ ๕ สถาบัน), ๒๕๖๕, หน้า ๓๙.

^{๔๔} บุญรัตน์ บุญรัมย์ และคณะ. การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดของชุมชนในพื้นที่จังหวัดสงขลา. รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๒๕๖๕, หน้า ๑๘๕-๑๙๑.

เครื่องมือกลึงไม้อยู่เสมอ ด้านกระบวนการผลิตพบว่าใช้วิธีการกลึงให้เป็นรูปทรงตามที่ต้องการ และด้านการอนุรักษ์พบว่ามีการรักษารูปแบบดั้งเดิมในส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ตาลพบว่าพัฒนาเป็นรูปแบบโคมไฟไม้ตาลวดลาย ๑๒ นักกษัตริ์เขียนลายรดน้ำและผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคพบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=๔.๕๕$, S.D.=๐.๔๙)^{๔๕}

ธนิทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ ได้ทำวิจัยเรื่อง กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ๑) กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร ๒) การกระจายสินค้าของผู้ผลิตมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำเพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรง และใช้ระยะเวลาสั้น ๓) ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด มาใช้กับสินค้าเกษตรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ และ ๔) ต้นทุนการกระจายสินค้ามีได้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด แต่ปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบ ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงด้านการกระจายสินค้าเป็นกลยุทธ์ที่จะส่งเสริมให้สามารถปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน และการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น^{๔๖}

พระครูวัชรสุวรรณาทร (ลูกชูป เกตุเขียว) พระอาคม ภูมฺจแนนาค และอนุชา พละกุล ได้ทำวิจัยเรื่อง การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น: คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวัฒนธรรมชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการสืบสานวิถีวัฒนธรรมตาลเมืองเพชร เป็นการสะท้อนให้เห็นความซับซ้อนทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นและช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงบ้านเรือนที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้เกิดการรักษาความสำคัญวัฒนธรรมตาลเมืองเพชรนั้น ควรมาจากการรู้หรือการตระหนักในคุณค่าของที่อยู่อาศัยของประชาชนหรือเจ้าของสวนเอง การเปลี่ยนแปลงนี้จึงจะสามารถเกิดการสร้างสรรค์และรักษาวัฒนธรรมตาลเมืองเพชรให้คงคุณค่ากับท้องถิ่นต่อไป จึงควรส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากตาลให้คุ้มค่า อาทิ งานหัตถกรรมจากตาล เพื่อสร้างรายได้และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่ต่างจากชุมชนอื่นจนเป็นผลิตภัณฑ์ติดตลาด สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงแล้วจึงขยายเป็น

^{๔๕} บุญเรือง สมประจบ. หัตถกรรมไม้ตาลภาคกลาง : การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการผลิตและการพัฒนาเชิงพาณิชย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๕๐.

^{๔๖} ธนิทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๒๙๒-๒๙๓.

แบบอย่างสู่ชุมชนอื่นต่อไป ตลอดจนมีการสร้างความตระหนักรู้ด้านการรักษาสภาพแวดล้อมด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติแทนวัสดุสังเคราะห์ประเภทโฟมและพลาสติก^{๔๗}

รชานา แวดอเลาะ ได้ทำวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์จากตาลโตนด สู่นวัตกรรมวัสดุตกแต่งผนังใยตาลโตนด ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบลวดลายผนังได้แนวคิดจากภูมิปัญญาเชิงช่างในพื้นที่ ซึ่งมีความเรียบง่าย (Simplify) เหมาะสมกับเทคโนโลยีที่ชาวบ้านในพื้นที่สามารถทำได้ ซึ่งการได้มาซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ข้อสรุปจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participate) จากผลการประเมินรูปแบบลวดลายชุมชนมีความพึงพอใจ และนวัตกรรมวัสดุตกแต่งผนังใยตาลโตนด ชุมชนสามารถทำได้ในกระบวนการผลิตเส้นใย ซึ่งเป็นกระบวนการที่ไม่ซับซ้อน^{๔๘}

ธีรรัตน์ มงคลโสฬศ ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดเพื่อเพิ่มมูลค่า : กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรกรในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการน้ำตาลโตนด เกษตรกรและผู้บริโภค มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนด ในด้านกลยุทธ์โดยการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ดังนี้ รูปร่างของผลิตภัณฑ์ มีรูปร่างลักษณะที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน เป็นการสร้างความแตกต่างด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์^{๔๙}

ณัฐพร ทองฤทธิ์นุ่น, วรรณกานต์ พุทธิรักษ์, ชลมี แคมมา และชลลดา แสงมณีศิริสาธิตกิจ ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มเปาเปา ตำบลวัดจันทร์ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรชุมชน โดยมีการดำเนินงาน ๔ กิจกรรม ได้แก่ ๑) กิจกรรมการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ๒ กิจกรรมย่อย ได้แก่ กิจกรรมการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม ได้แก่ ซาลาเปา และกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ โดนัทจีวตาลโตนด วาฟ

^{๔๗} พระครูวัชรสุวรรณาทร. (ลูกซุบ เกตุเขียว) พระอาคม กุญแจนาค และอนุชา พละกุล. การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น: คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวัฒนธรรมชุมชน, รายงานการวิจัย, สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๒, หน้า ๙๙-๑๐๒.

^{๔๘} รชานา แวดอเลาะ. การใช้ประโยชน์จากตาลโตนด สู่นวัตกรรมวัสดุตกแต่งผนังใยตาลโตนด. การประชุมวิชาการระดับชาติ วันที่ ๙-๑๑ สิงหาคม ๒๕๖๕, หน้า ๑.

^{๔๙} ธีรรัตน์ มงคลโสฬศ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดเพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรกรในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี, งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการสาธารณสุข) วิทยาลัยพณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๐, หน้า ๗๓-๗๔.

เฟลตาลโตนด และกล้วยฉาบน้ำตาลโตนด ๒) กิจกรรมการพัฒนาโลโก้กลุ่ม ๓) กิจกรรมการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ และ ๔) กิจกรรมการสร้างเพจสินค้า^{๕๐}

พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ และจินตนา กำแพงศิริชัย ได้ทำวิจัยเรื่องรูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตาลโตนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า การหาแนวทางพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดความรู้และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มั่นคงและยั่งยืนนั้นควรมีการถ่ายทอดใช้หลัก ๓ ประการ คือ การใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based model) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) และการจัดการความรู้ (Knowledge management) เนื่องจากกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มุ่งเสริมสร้างการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนชาวบ้าน ผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด แต่ยังขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญา เนื่องจากเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น ทำให้คนรุ่นหลังขาดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งส่งผลต่อการสร้างวิสาหกิจชุมชนอีกด้วย ดังนั้นจึงมุ่งผลในการนำรูปแบบและผลงานการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มาประยุกต์ให้กับผู้ที่ต้องการสืบทอดภูมิปัญญาด้านนี้ เพราะประโยชน์จากตาลโตนดไม่เพียงแต่เฉพาะทำน้ำตาลสดเท่านั้น ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการแปรรูปและสร้างผลิตภัณฑ์ในการใช้สอยและสามารถเพิ่มมูลค่าในสินค้าที่ผลิตขึ้นมาใหม่ได้ จากเดิมในพื้นที่มีเพียงการผลิตน้ำตาลสดจากต้นตาลโตนดเพียงอย่างเดียวจนทำให้ภูมิปัญญาอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับตาลโตนดหายไปและจากการดำเนินกิจกรรมพัฒนารูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดร่วมกับประชาชนชาวบ้านและผู้รับการถ่ายทอด พบว่า ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการ ถ่ายทอดภูมิปัญญา ๒ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระถางต้นไม้ตาลโตนด และไม้ตาลคลายเส้น จากผลการวิจัยครั้งนี้ ก่อให้เกิดการรวมตัวของสมาชิกหรือชุมชนสามารถต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้ครอบครัว ชุมชนและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีไทยได้อย่างเหมาะสม นำมาซึ่งการพัฒนา เศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนให้สามารถที่จะพึ่งพาตนเอง และสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับตนเอง ครอบครัว ท้องถิ่นและประเทศชาติต่อไปในอนาคต^{๕๑}

โสภภาพร กล่ำสกุล และคงขวัญ ศรีสอาด ได้ทำวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ กรณีศึกษา น้ำตาลสดเมืองเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า การแปรรูป

^{๕๐} อนุรักษ์ ทองฤทธิ์นุ่น, วรรณกานต์ พุทธิรักษ์, ชลมี แคมะ และชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรชุมชนกรณีศึกษา กลุ่มเปาเปา ตำบลวัดจันทร์ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ , ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม – ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๑๔.

^{๕๑} พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ และจินตนา กำแพงศิริชัย. รูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตาลโตนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม, ปี ที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๒๗

ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด ส่วนใหญ่ดำเนินงานภายในครอบครัว กระบวนการผลิตยังคงรักษาภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณและการส่งเสริมการตลาดจากภาครัฐ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อน้ำตาลสดพร้อมดื่มด้วยตนเอง ชอบที่ความหอมหวานรสชาติแท้จากธรรมชาติ ชอบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดแก้ว ขนาด ๒๕๐ มล. ชอบน้ำตาลสีอ่อน โดยให้ความสำคัญในเรื่องของราคาและคุณภาพ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดพร้อมดื่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ (ค่า Sig. = .๐๑๑) ผลิตภัณฑ์ควรแสดงฉลากที่สื่อความเป็นเอกลักษณ์ของเพชรบุรีบ่งบอกว่า เป็นน้ำตาลสดแท้เมืองเพชร บรรจุในขวดแก้วใส แสดงราคา และมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์^{๕๒}

วัลลภา พัฒนา และอันธิกา ทิพย์จำนงค์ ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลท่าข้าม ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ๑) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การที่เป็นกลุ่มดั้งเดิมที่ขายผลิตภัณฑ์มันทอดในชุมชนตั้งแต่ช่วงแรก ๆ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค และมีเพจของกลุ่มที่สามารถเป็นช่องทางให้กับลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมและสั่งซื้อสินค้า ๒) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ การที่ผู้ผลิตในชุมชนแข่งขันกันเอง ต่างคนก็ต่างผลิต ต่างคนก็ต่างขาย ส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างน้อย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องถิ่น แต่กิจการมีตัวแทนเพื่อช่วยกระจายสินค้าให้ได้ผลกำไรค่อนข้างมากในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา ๓) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค แต่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงภายในกลุ่ม ผู้ผลิตต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง และ ๔) กลยุทธ์เชิงรับ คือ การมีต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างสูง และเป็นวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ อาจเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่น^{๕๓}

อุทัยวรรณ ภูเทศ ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีการปรับตัวเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่ยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยชุมชนได้มีการจัดการตนเองเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง โดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อสร้างรายได้เสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ปกป้องรักษารัฐธรรมนูญและวัฒนธรรม ทั้งยังสามารถเป็นรูปแบบการบริการการท่องเที่ยว และเป็นทางเลือกในการพัฒนาแก่ชุมชนอื่นๆ ต่อไป ข้อค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยนี้

^{๕๒} โสภภาพร กล่ำสกุล และคงขวัญ ศรีสะอาด. การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ กรณีศึกษา น้ำตาลสดเมืองเพชรบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๐) : ๑๙๑-๑๙๒.

^{๕๓} วัลลภา พัฒนา และอันธิกา ทิพย์จำนงค์. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลท่าข้าม. (รายงานการวิจัย), สงขลา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๒๕๖๓, หน้า ๒๑๙-๒๒๐.

สามารถจำแนกได้เป็นประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ๑. ชุมชนเกษตรกรรมมีศักยภาพทั้งทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและด้านวัฒนธรรม ในด้านศักยภาพการของชุมชนด้านอาชีพผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด แต่พบปัญหาคือ ประชาชนและเยาวชนไม่รู้ศักยภาพองค์ความรู้ของชุมชนเกษตรกรรม ขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ตาลโตนดและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการประกอบอาชีพผลิตภัณฑ์ตาลของชุมชน ส่วนปัญหาของชุมชน พบว่า ชาวบ้านขาดการพัฒนาความสามารถในการประกอบอาชีพจากผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด ขาดการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีความหลากหลาย ๒. การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเกิดขึ้นจากการผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมกับองค์ความรู้ใหม่ได้จากการศึกษาดูงาน และการทดลองปฏิบัติ โดยที่ชาวบ้านและนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการคิด ปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด ผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพของชุมชนด้านอาชีพผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด ชุมชนความพึงพอใจมาจนถึงมากที่สุดต่อผลที่เกิดขึ้นกับชุมชนของตนเองทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ในด้านเศรษฐกิจชาวบ้านมีโอกาสสร้างรายได้มากขึ้น ในด้านสังคมชาวบ้านมีความพึงพอใจที่ได้มีโอกาสพบเพื่อนใหม่ๆ และสร้างมิตรภาพภายในชุมชน ความสัมพันธ์ชุมชนดีขึ้น มีความภูมิใจในคุณค่าและวัฒนธรรมของตนเองมากขึ้นในด้านสิ่งแวดล้อมชาวบ้านมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น ๓. บทบาทของตาลโตนดในชุมชนเกษตรกรรมได้เพิ่มเติมจากเดิมที่เป็นสินค้าสำหรับบริโภคซึ่งสร้างรายได้หลักแก่ทุกครัวเรือนให้สามารถเป็นสินค้าสำหรับพัฒนาระบบเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งสร้างรายได้เสริมแก่ชุมชน ทั้งนี้ถือได้ว่าเป็นการสร้าง “มูลค่า” ให้เกิดขึ้นในระบบ “คุณค่า” ของระบบนิเวศ และ “มูลค่า” ที่เกิดขึ้นยังส่งผลให้ชุมชนเกิดความตระหนักในคุณค่าของทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น และ ๔. ภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดเป็นมิติทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าสังคมจะอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนนั้นด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองจะช่วยลดความเสี่ยงต่อการล่มสลายของครอบครัว ชุมชนโดยส่วนรวมในที่สุด และยังช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้^{๕๔}

ณปภัช จันทร์เมือง ได้ทำวิจัยเรื่อง การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของเทคโนโลยีสามมิติในปัจจุบันนี้มีหลากหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบก็มีวิธีการใช้งานและข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกัน นักออกแบบต้องมีการศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนั้น อาทิ ด้านกระบวนการทำงาน ด้านวัสดุที่ใช้หรือข้อจำกัดของเทคโนโลยีแต่ละประเภท เพื่อให้สามารถใช้งานได้เหมาะสมไม่เกิดอุปสรรคในการทำงาน ทั้งนี้การพิมพ์สามมิติ

^{๕๔} อุทัยวรรณภูเทศ การพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น, วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๙) : ๑๙๓.

โดยการฉีควัสดุผ่านหัวฉีดที่นำเสนอในบทความนี้มีข้อดีในการใช้งานหลายประการ คือ สามารถผลิตชิ้นงานได้หลายรูปแบบ เลือกใช้วัสดุได้หลากหลาย และสามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่มีค่าดำเนินการไม่สูง มีการพัฒนาเครื่องพิมพ์ เพื่อการใช้งานระดับบุคคลทำให้การเข้าถึงเทคโนโลยีง่ายมากขึ้น การทำงานไม่ซับซ้อน แต่มีข้อเสียคือชิ้นงานที่ได้จะมีพื้นผิวไม่เรียบเนียนเป็นเนื้อเดียวกัน มีลักษณะเป็นชั้นบันไดจึงต้องนำมาขัดตกแต่งพื้นผิวอีกครั้ง ทั้งนี้การสั่งพิมพ์ชิ้นงาน นักออกแบบต้องพิจารณารูปทรงและทิศทางในการวางชิ้นงานบนแท่นพิมพ์ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในขั้นตอนของการฉีควัสดุผ่านหัวพิมพ์ และต้องระมัดระวังเรื่องการโค้งงอของชิ้นงานที่อาจเกิดขึ้นได้^{๕๕}

วุฒิชัย วิภาทานัง ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมจากวัสดุต้นตาล ประเภทของใช้และของตกแต่ง ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการออกแบบและประยุกต์ผลิตภัณฑ์จากวัสดุต้นตาลคือการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ ควรเน้นการใช้วัสดุที่เป็นพื้นถิ่น เพราะวัสดุเป็นวัสดุให้เห็นถึงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ชัดเจน ส่วนที่ต้องปรับปรุงและแก้ไขคือ การออกแบบควรจะทำแบบโดยให้มีรูปทรงที่มีความเหมาะสมและสัมพันธ์กับการใช้งานเป็นอย่างมาก และควรจะมีประโยชน์ใช้สอยที่ชัดเจนและหลากหลาย รูปทรงจะต้องมีความแปลกใหม่ รูปแบบมีความสร้างสรรค์มีจุดเด่น และมีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม โดยเน้นการผลิตที่ง่ายเพื่อเอื้อต่อเครื่องมือ และความสามารถของช่างผู้ผลิต^{๕๖}

จารุวรรณ ชูสงค์ และไพฑูรย์ ศิริรักษ์ ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรจากตาลโตนดของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ๑) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้กลุ่มมีศักยภาพในการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ระบบบัญชี และการตลาด ๒) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านเวชสำอางของสบู่สมุนไพรตาลโตนด ในการทดสอบฤทธิ์ Anti-microbial activity พบว่าสบู่สมุนไพรตาลโตนดมีฤทธิ์ต้านเชื้อรา และ ๓) การพัฒนากระบวนการผลิตและผลการพัฒนา

^{๕๕} ฌนปภัช จันทรเมือง. การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๐) : ๑๙๗-๑๙๘.

^{๕๖} วุฒิชัย วิภาทานัง. การศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมจากวัสดุต้นตาล ประเภทของใช้และของตกแต่ง. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒๒ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๐) : ๑๘๘.

ด้านบรรจุกัญท์แบบมีส่วนร่วม เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ^{๕๗}

พงศ์ลัดดา ป้านสุวรรณ ได้ทำวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอ บ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ๑) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ (๑) สวน ตาลลุงถนอม เป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยต้นตาล และวิถีชีวิตการทำตาลของชาวบ้าน ที่หาดูได้ยาก (๒) บ้านอีโตนด บ้านลูกตาลทองกองแก้ว เป็นกลุ่มชาวบ้านที่ทำขนมตาล เป็นกลุ่มชาวบ้านที่มีความ พร้อมในการทำขนมตาลที่มีประสิทธิภาพ (๓) บ้านจักสาน มีกลุ่มชาวบ้านที่สามารถประดิษฐ์ชิ้นงาน โดยใช้ชิ้นส่วนของต้นตาล และ (๔) ถ้ำหลวงพ่อดำ มีพระพุทธรูปปูนปั้นที่อยู่บนผนังถ้ำ เป็น พระพุทธรูปเก่าแก่สมัยทวารวดี อายุราว ๆ ๘๐๐ ปี ๒) ผลการประเมินองค์ประกอบของแหล่ง ท่องเที่ยว พบว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทุกๆด้านอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความ พึงพอใจต่อองค์ประกอบของกิจกรรมบ้านจักสานมากเป็นอันดับ ๑ รองลงมากิจกรรมบ้านอีโตนด บ้านลูกตาลทองกองแก้วกิจกรรมถ้ำหลวงพ่อดำ และกิจกรรมสวนตาลลุงถนอม ตามลำดับ และ ๓) ได้จัดทำแผนผังที่มีรายละเอียดของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตำบลถ้ำรงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริม การตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น^{๕๘}

สุนี คำนวลศิลป์ ได้ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนต่าง ๆ ของต้นตาลโตนดนั้นชื่อเรียกเฉพาะและปลีกย่อยลงไป ในรายละเอียด สามารถจำแนกคำเรียกได้เป็น ๓ ความหมาย สอดคล้องกับกลุ่มคำศัพท์เฉพาะที่พบ เริ่มจากวง ความหมายในภาพรวมไปสู่วงความหมายย่อยลงไป ดังนี้ ๑) ส่วนของตาล ๑ ต้น ประกอบด้วย ยอด ตาล คอตาล ใบตาล ทางตาล ต้นตาล ช่อดอก กระจังตาล ลูกโตนดหรือลูกตาล และราก ๒) ส่วน ของตาล ๑ กระจัง ประกอบด้วย ก้านช่อดอก ปลีหรือทะเลย แล้วแต่ว่าจะเป็นกระจังตาลตัวผู้หรือ ตาลตัวเมีย และพบว่าส่วนต่าง ๆ ของปลีหรือทะเลยตาลยังมีชื่อเรียกจำแนกโดยละเอียด และ ๓) ส่วนของตาล ๑ ผล ประกอบด้วย หัวตาล หัวหมวก เปลือก เนื้อตาล ไยตาล กระจังตาล เต้าตาล และเมื่อผลแก่เกิดงอกจะเกิดส่วนที่เรียกว่าจาว การเก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาล ในทุกขั้นตอนของการ เก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาลโตนดที่สำคัญ คือ การเก็บน้ำตาลสดจากต้นตาล จะมีคำเรียกถึงกิจกรรม เหล่านั้น ตั้งแต่คำว่า ขึ้นตาล นวดตาล แخذตาล ปาดตาล ร่อนน้ำตาล เคี้ยวตาล และโยงตาล รวมทั้งมี

^{๕๗} จารุวรรณ ชูสงค์ และไพฑูรย์ ศิริรักษ์. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากตาลโตนดของกลุ่ม ท่องเที ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการ มทร.สุวรรณภูมิ, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗) : ๑๖๕.

^{๕๘} พงศ์ลัดดา ป้านสุวรรณ. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัด เพชรบุรี. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ ๑๓ ปีการศึกษา ๒๕๖๑ จัดโดย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต, นพฤษภดับที่ ๑๖ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๖๑, หน้า ๒๐๖.

คำเรียกเฉพาะที่แสดงถึงเทคนิควิธีการอุปกรณ์ที่ใช้ ตลอดจนคำบงกบอกอาการของตาลที่คนทำตาล สังเกตในขั้นตอนต่างๆ^{๕๙}

ลักษณะพร โจรจน์พิทักษ์กุล ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการอนุรักษ์และส่งเสริมผลผลิตจากตาลโตนด กรณีศึกษาชุมชนตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีปัจจัยภายในที่มีศักยภาพอันเป็นรากฐานสำคัญ ๔ ประการ คือ ภาวะผู้นำ (Leadership) โครงสร้างทางสังคม (Structure) ความสามารถในการผลิต (Ability) และวัฒนธรรม (Culture) ในการศึกษาได้นำปัจจัย ภายในชุมชนมาเป็นฐานของการพัฒนาและ นำปัจจัยภายนอกมาเป็นส่วนเสริมในการพัฒนา รูปแบบ รูปแบบการพัฒนาใช้หลักการ ๓ ประการ คือ การใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based model) การสร้างกระบวนการการเรียนรู้ (Learning process) และการจัดการความรู้ (Knowledge management)^{๖๐}

จังหวัดเพชรบุรี ได้ทำรายงานการศึกษาเรื่อง เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : ยุทธศาสตร์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองเพชร เมืองตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” ผลการวิจัยพบว่า การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” คือ “เป็นเมืองต้นแบบที่ก่อให้เกิดรายได้จากตาลโตนดอย่างมั่นคงและยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชรเมืองตาลโตนด” ใน ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๑) การส่งเสริมการปลูกตาลโตนด ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตาลโตนด ๓) การวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากตาลโตนด และ ๔) ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด”^{๖๑}

^{๕๙} สุณี คำนวลศิลป์. การศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๙, หน้า ๘๐-๘๑.

^{๖๐} ลักษณะพร โจรจน์พิทักษ์กุล. การพัฒนารูปแบบการอนุรักษ์และส่งเสริมผลผลิตจากตาลโตนด กรณีศึกษาชุมชนตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารศึกษาศาสตร์, ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๒ (พฤศจิกายน ๒๕๔๙-มีนาคม ๒๕๕๐) : ๔๙.

^{๖๑} จังหวัดเพชรบุรี. เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : ยุทธศาสตร์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองเพชร เมืองตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด”. เพชรบุรี : จังหวัดเพชรบุรี, ม.ป.ป., หน้า ๑๗.

๒.๙ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๙.๑ **ตัวแปรด้านกระบวนการ** ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชรของบุญเรือง สมประจบ^{๒๒} ดังนี้

- ๑) ด้านประเภท
- ๒) ด้านรูปแบบ
- ๓) ด้านวัสดุ
- ๔) ด้านกระบวนการผลิต
- ๕) ด้านการอนุรักษ์

๓.๙.๒ **ตัวแปรด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร**ตามแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์^{๒๓} ดังนี้

- ๑) ด้านผลิตภัณฑ์
- ๒) ด้านกลยุทธ์การตลาด
- ๓) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ๔) ด้านการทดสอบตลาด

๒.๙.๓ **ตัวแปรด้านการพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรของกิล อาร์ (Gill, R.)^{๒๔}** ดังนี้

- ๑) ด้านวิสัยทัศน์
- ๒) ด้านพันธกิจ
- ๓) ด้านวัตถุประสงค์
- ๔) ด้านเป้าหมาย
- ๕) ด้านกลยุทธ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

^{๒๒} บุญเรือง สมประจบ. หัตถกรรมไม้ตาลภาคกลาง : การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการผลิตและการพัฒนาเชิงพาณิชย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม, ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๕๐.

^{๒๓} ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์, (กรุงเทพมหานคร: สบายดี, ๒๕๔๓) หน้า ๗๒.

^{๒๔} Gill, R. *Theory & Practice of Leadership*. (London: SAGE Publications, 2006). P 12.

| กระบวนการ | ผลผลิต | ผลลัพธ์ | ผลกระทบ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ตาล</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ด้านประเภท ๒. ด้านรูปแบบ ๓. ด้านวัสดุ ๔. ด้านกระบวนการ ผลิต ๕. ด้านการอนุรักษ์ | <p>การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต้นตาล เชิงสร้างสรรค์</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ด้านผลิตภัณฑ์ ๒. ด้านกลยุทธ์ การตลาด ๓. ด้านการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ๔. ด้านการ ทดสอบตลาด | <p>การพัฒนา กลไกการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ด้านวิสัยทัศน์ ๒. ด้านพันธกิจ ๓. ด้านวัตถุประสงค์ ๔. ด้านเป้าหมาย ๕. ด้านกลยุทธ์ | <p>การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และกลไก การตลาด วิสาหกิจชุมชน ตาลเมืองเพชร</p> |

แผนภาพที่ ๒.๑ กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Participatory Action) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ร่วมกับการสังเกต โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ๑) เพื่อศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร ๒) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และ ๓) เพื่อพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ ขั้นตอนดำเนินการวิจัย
- ๓.๓ ผู้ให้ข้อมูลการวิจัย
- ๓.๔ เครื่องมือการวิจัย
- ๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๗ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Participatory Action) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ร่วมกับการสังเกต โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และการพัฒนา กลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร จากนั้นจึงสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าดังนี้

๑. ทำการศึกษาและคัดเลือกศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่อง คือ ผู้ดำเนินการทำสวนตาล/ผลิตภัณฑ์ตาล/การอนุรักษ์ตาล ตลอดจนลักษณะการดำเนินการที่สอดคล้องกัน จำนวน ๓ ตัวอย่าง ได้แก่

๑) สวนตาลลุงถนอม

๒) ตาล เมืองเพชร

๓) สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี)

๒. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๓. ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์แนวคิด หลักการ ความเป็นมา การพัฒนาผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจชุมชน กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย ตลาดออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาสร้างเครือข่ายกิจกรรมการผลิตสินค้าปลอดภัยวิถีพุทธในจังหวัดเพชรบุรี จากนั้นจึงพัฒนาโครงการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร เพื่อส่งเสริมอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน จัดการเกี่ยวกับตัวชี้วัดในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงลึก โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษาวิจัย

๓.๒ ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การวางแผนเพื่อเตรียมการ ประสานพื้นที่ การคัดเลือกชุมชน โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการสำรวจและศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ๓ พื้นที่ ได้แก่ ๑) สวนตาลลุงถนอม ๒) ตาลเมืองเพชร และ ๓) สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี) ตั้งแต่ลักษณะทางกายภาพของตาล แหล่งทรัพยากรตาลของชุมชน ลักษณะทางชีวภาพข้อมูลด้านประชากรที่ผลิตตาล และการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ตาลในการเลือกทำวิจัยครั้งนี้

ขั้นตอนที่ ๒ การปฏิบัติการลงพื้นที่วิจัย ภายใต้กระบวนการเชิงปฏิบัติการ (Participatory Action) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับตาลได้เข้ามามีส่วนร่วม โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ดังนี้ ๑) ขั้นศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับตาล กำหนดพื้นที่ทำการศึกษาวิจัย โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้สะท้อนปัญหา แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ โดยการใช้เครื่องมือ คือ การทำการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ได้มาซึ่งปัญหาที่แท้จริงและปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตาล ๒) ขั้นตอนการกำหนดปัญหา ดำเนินการเพื่อให้ได้ข้อสรุปจากเจ้าของตาลถึงปัญหาที่มีความสำคัญ เพื่อนำมาสู่การแก้ไข ปัญหา โดยการให้ทุกคนมีส่วนร่วมให้แสดงความคิดเห็น ในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาในชุมชน จึงมองเห็นปัญหาในชุมชนด้านเศรษฐกิจ คือ การส่งเสริมอาชีพให้ผู้สูงอายุเป็นปัญหาและความต้องการอย่างแท้จริงของชุมชน และ ๓) ขั้นตอนการปฏิบัติงานวิจัย ให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวิจัยแก่ผู้ผลิตตาล การจัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานวิจัยโดยชุมชนนั้นจะเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานวิจัย

ขั้นตอนที่ ๓ การสังเกตการณ์ประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตตาล ได้แก่ ๑) สวนตาลลุงนอม ๒) ตาล เมืองเพชร และ ๓) สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี) ดังนี้ ๑) ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการภายในชุมชน ใช้วิธีการประชุมกลุ่ม (Group Meeting) โดยคณะผู้วิจัยจัดผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มย่อย เพื่อแลกเปลี่ยนตามประเด็นคำถามที่คณะผู้วิจัยได้วางไว้ และ ๒) เมื่อได้แบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย คณะผู้วิจัยก็นำมาวางแผนในการทำงาน โดยแบ่งสมาชิกออกเป็นสองกลุ่ม เพื่อไปสัมภาษณ์กลุ่มผลิตตาลแบบเจาะจง

ขั้นตอนที่ ๔ การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลแบบสัมภาษณ์ ที่ทำการสัมภาษณ์ประชากรผลิตตาลกลุ่มละ ๒ คน รวมทั้งจำนวน ๘ คน เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง แล้วใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลในลักษณะเชิงพรรณนา และบรรยายตามประเด็นที่ศึกษา ซึ่งอาศัยข้อมูลจากการจดบันทึกพร้อมกับการบันทึกเทปร่วมในการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการสะท้อนการปฏิบัติการให้เป็นระบบตามประเด็นวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๓.๓ ผู้ให้ข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ศูนย์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และกลุ่มผู้พัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยจำแนกเป็น ๒ กลุ่ม ดังนี้

๓.๓.๑ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่วิจัย เพราะสามารถใช้ความเห็นที่สอดคล้องกับหลักการ และพฤติกรรมที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญรับทราบ ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ประกอบด้วย นักวิชาการเกษตรจังหวัดเพชรบุรี ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร กรรมการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร กลุ่มละ ๒ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๑๐ คน ดังนี้

- ๑) นักวิชาการเกษตรจังหวัดเพชรบุรี
- ๒) ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร
- ๓) กรรมการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร
- ๔) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร
- ๕) ผู้ประกอบการเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร

๓.๓.๒ ผู้ร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ร่วมประชุมกลุ่มย่อยจากการปรึกษาที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และประธาน ศูนย์วิสาหกิจชุมชนนั้นๆ ที่ดำเนินการอยู่ในวิสาหกิจชุมชนตัวอย่าง ที่มีทั้งประธานศูนย์ กรรมการ และสมาชิก รวมทั้งสิ้นจำนวน ๑๕ คน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์จากตาล ดังนี้

- ๑) สวนตาลลุงถนอม จำนวน ๕ คน
- ๒) ตาล เมืองเพชร จำนวน ๕ คน
- ๓) สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี) จำนวน ๕ คน

๓.๔ เครื่องมือการวิจัย

การดำเนินการตามโครงการวิจัยนี้ เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วม ทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ส่วนการวิเคราะห์ และการสังเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการแสวงหาความรู้จากการตั้งประเด็นหลักในการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ดังนี้

๑. การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ๑) นักวิชาการ เกษตรจังหวัดเพชรบุรี ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร กรรมการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร โดยพัฒนาแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากแนวคิด หลักการ ความเป็นมา เอกสาร รายงานที่เกี่ยวข้อง รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจชุมชน กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย ตลาดออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน ๓ พื้นที่ตัวอย่าง ละ ๕ คน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๑๕ คน

๒. การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ร่วมกับเกษตรกรอำเภอเมืองเพชรบุรี และกลุ่มที่ทำสวนตาลทั้ง ๓ พื้นที่ ได้แก่ ๑) สวนตาลลุงถนอม จำนวน ๕ คน ตาล เมืองเพชร จำนวน ๕ คน และสวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และส่งเสริมอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน

๓. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของผู้ประกอบการทำสวนตาล เพื่อให้สามารถมองเห็นองค์ความรู้ รวมถึงกระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ (Inter-view Guideline) จำนวน ๘ คน และการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๑๕ คน

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ขั้นที่ ๑ ลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษากิจกรรมการผลิตตาล คือ ศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชรถึงกระบวนการผลิตตาล ว่าสามารถนำมาพัฒนาให้เกิดความหลากหลายที่มีการร่วมมือกันระหว่างพื้นที่ที่ผลิตตาลได้อย่างไร ซึ่งจะเป็นการขับเคลื่อนตาลด้วยกิจกรรมกลุ่มที่มีความหลากหลาย

ขั้นที่ ๒ วิเคราะห์รูปแบบ คือ การประเมินการทำงานของชุมชนที่ดำเนินการอยู่ก่อนแล้ว โดยร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากท้องตลาด ที่สร้างจากตาลให้มีความน่าสนใจต่อผลิตภัณฑ์ ที่ต่อยอดหรือพัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ร่วมกัน

ขั้นที่ ๓ ออกแบบการเรียนรู้ คือ การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาผลิตตาล ด้วยการสังเคราะห์ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงประจักษ์ เชิงปริมาณ และความต้องการของผู้ผลิตตาล จากนั้นร่วมกันออกแบบการเรียนรู้ร่วมกัน ได้แก่ การแสวงหาตาลแก่ การคัดเลือกตาลแก่ที่มีคุณภาพดี การเพาะชำ และจำหน่าย ส่วนการคัดเลือกตาลเพื่อทำบอนไทรตาล จะร่วมกันออกแบบและจัดทำร่วมกัน ตั้งแต่การคัดเลือกต้นตาล การจัดกระถาง การขุดมัน และการจัดวางลงกระถาง

ขั้นที่ ๔ พัฒนากิจกรรม คือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) ต้นกล้าตาล และ ๒) บอนไทรตาล โดยใช้สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี) เป็นพื้นที่ดำเนินกิจกรรมในชุมชน เพื่อการคัดเลือกตาลแก่ที่มีคุณภาพดี การเพาะชำ และการคัดเลือกต้นตาล การจัดกระถาง การขุดมัน และการจัดวางลงกระถาง

ขั้นที่ ๕ พัฒนากระบวนการและกลไก คือ พัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร เพื่อสร้างกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๓ ช่องทาง ได้แก่ ๑) ด้านพื้นที่ (๑) สวนตาลลุ่มถนน (๒) ตาล เมืองเพชร และ (๓) สวนตาลวัดพระรูป (วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี) ๒) ด้านตลาด (OTOP) ประกอบด้วย ซีโอปขายของฝากเมืองเพชรบุรี และ ๓) ด้านเพจ ประกอบด้วย (๑) เฟซบุ๊ก (facebook) และ (๒) ยูทูบ (Youtube)

ขั้นที่ ๖ สร้างรูปแบบการวิจัย การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยมีกระบวนการ ดังนี้

๑) การประชุมกลุ่ม (Group Meeting) จะดำเนินการจัดประชุมผู้ผลิตตาลทั้ง ๓ พื้นที่ ตัวอย่าง เพื่อแลกเปลี่ยนความเห็นด้านปัญหาการผลิตตาล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตาล และการสร้างกลไกการตลาด

๒) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview Questions) จะทำการสัมภาษณ์ชุมชนตัวอย่างที่ผลิตตาล โดยการเลือกแบบเจาะจง แล้วใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลในลักษณะเชิง

พรรณนา และบรรยายตามประเด็นที่ศึกษา ซึ่งอาศัยข้อมูลจากการจดบันทึก พร้อมกับการบันทึกเทป ร่วมในการสัมภาษณ์

ขั้นที่ ๗ สรุปรายงานวิจัย โดยจะดำเนินการสรุปผลตามรูปแบบที่กำหนดไว้ ที่จะได้ผลลัพธ์ จำนวน ๔ อย่าง ได้แก่ ๑) รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร จำนวน ๑ เรื่อง ๒) บทความวิจัย จำนวน ๑ เรื่อง ๓) องค์ความรู้ จำนวน ๑๕ เล่ม และ ๔) ศิลปะกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตาล จำนวน ๑ ศิลปะ

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาทั้งในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการสัมภาษณ์ การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เป็นกระบวนการศึกษาโดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์เพื่อสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามประเด็นหัวข้อดังนี้

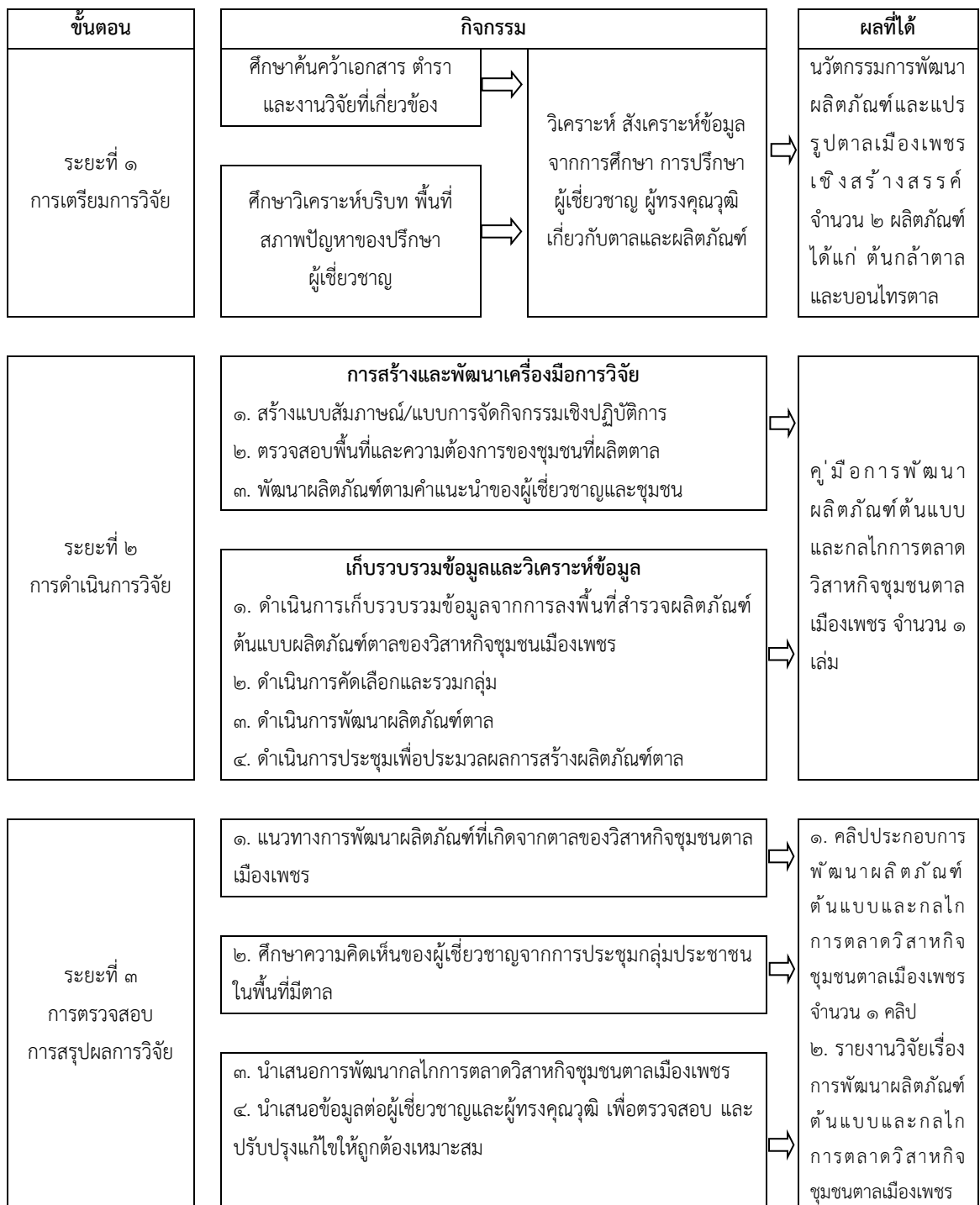
๑. การศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร
๒. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร
๓. การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร
๔. นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานกับระดับการปฏิบัติที่นำมาเป็นตัวอย่างที่ดำเนินการในปัจจุบัน มีความสอดคล้องกับคุณสมบัติและตัวชี้วัดของกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร
๕. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว เพื่อให้เห็นชุดความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร เพื่อนำไปพัฒนานโยบายในการส่งเสริมภาคการเกษตรที่ทำสวนตาล ผลิตภัณฑ์ตาล และพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร จังหวัดเพชรบุรีต่อไป

๓.๗ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบภาพถ่าย และการพรรณนาความประกอบการบรรยายเหตุการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และการพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยอาศัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ วิสาหกิจชุมชน กลยุทธ์การพัฒนาเครือข่าย ตลาดออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Participatory Action) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) และการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการ

วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ตาล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ และกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ซึ่งใช้ตัวชี้วัดของการวิจัย เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้ระดับนโยบายของจังหวัดต่อไป

ขั้นตอนการวิจัย



แผนภาพที่ ๓.๑ ขั้นตอนการวิจัย

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Participatory Action) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group) และการลงพื้นที่ปฏิบัติการ (Participatory Action) โดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร ประกอบด้วย ประเภทต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล รูปแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล วัสดุต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล และการอนุรักษ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๑.๑ ประเภทต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล

คำศัพท์เกี่ยวกับส่วนต่าง ๆ ของตาลโตนดของชาวบ้านที่รวบรวมได้ สามารถจัดแบ่งเป็นวง ความหมาย (semantic domains) ต่าง ๆ ได้แก่ เพศของตาล พันธุ์หรือชนิดของตาล ส่วนต่าง ๆ ของต้นตาล การเก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาล และผลผลิตจากตาลโตนด ส่วน เพศของตาล ชาวบ้านจำแนกออกเป็น ๒ เพศ เรียกว่า “ตาลตัวผู้” และ “ตาลตัวเมีย” แยกเพศกันในแต่ละต้น โดยดูจากลักษณะของช่อดอก ตาลตัวผู้เรียกต้นที่ไม่ให้ผลหรือไม่มีลูกโตนด มีลักษณะช่อดอกยาวเรียวยาวคล้ายวงภาษาท้องถิ่นบ้านลาดเรียกว่าปลีตาล ส่วนตาลตัวเมียคือต้นที่ให้ผลหรือมีลูกโตนด ลักษณะช่อดอกมีปุ่มลูกติดตามช่อเรียกว่าทะลายตาล สำหรับ “ตาลหม้อ” และ “ตาลไซ” เป็นชื่อเรียกพันธุ์หรือชนิดของตาลโตนดซึ่งนิยมปลูกและขึ้นเองอยู่ตามทุ่งนาในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและเป็นพันธุ์ที่คนท้องถิ่นรู้จักกันโดยทั่วไป หากมีลักษณะก้ำกึ่งระหว่างตาลหม้อกับตาลไซจะเรียกว่าพันธุ์ “ตาลลูกผสม” นอกจากนี้ยังมีการจำแนกเป็นชนิดย่อยออกไปอีกว่าเป็น ตาลหม้อใหญ่ หรือ ตาลหม้อเล็ก และเป็นตาลไซใหญ่ หรือ ตาลไซเล็ก การจำแนกว่าตาลเป็นพันธุ์หรือชนิดไหน ชาวบ้านจะสังเกตจากลักษณะ

ผลตาล โดยเฉพาะจากสีผิวเปลือก ทั้งนี้ ผลผลิตจากตาลโตชนิดที่สำคัญ คือ น้ำตาลสด (น้ำตาลใส) ที่รองได้จากส่วนของต้นและผลโตชนิด จากนั้นนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แบ่งได้เป็น ๓ กลุ่ม ตามชื่อผลิตภัณฑ์ที่รวบรวมได้ นั่นดังนี้

๑) ผลผลิตประเภทน้ำตาล ได้แก่ ๑.๑) น้ำตาลสด ๑.๒) ตังเม ๑.๓) น้ำตาลงุ่น ๑.๔) น้ำตาลกรวด ๑.๕) น้ำตาลชั้น ๑.๖) น้ำตาลปึก และ ๑.๗) กระจ่าง

๒) ผลผลิตประเภทแกง ได้แก่ ๒.๑) แกงหัวหัวโตชนิด และ ๒.๒) แกงยอดโตชนิด

๓) ผลผลิตประเภทขนม ได้แก่ ๓.๑) จาวตาลเชื่อม ๓.๒) ตาลลอยแก้ว ๓.๓) โตชนิดทอด ๓.๔) ข้าวเหนียวหน้าโตชนิด ๓.๖) ข้าวเหนียวหน้ากะฉืด (กระฉีก) ๓.๗) ขนมข่อนลูกหรือขนมเปียกห่อ ๓.๘) โตชนิดน้ำกะทิ ๓.๙) บวดจาวตาล ๓.๑๐) บวดลูกตาล ๓.๑๑) หลอมตังเม และ ๓.๑๒) ไขจิ้งหรีด

ดังนั้น คำหรือชื่อเรียกและการให้ความหมายต่อคำเรียกถึงสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับตาลโตชนิดของชาวบ้าน ได้แก่ เพศของตาล พันธุ์หรือชนิดของตาลโตชนิด ส่วนต่าง ๆ ของต้นตาล การเก็บเกี่ยวผลผลิตจากตาลและผลผลิตจากตาลโตชนิด สะท้อนให้เห็นถึงภูมิรู้และวัฒนธรรมตาลของคนเพชรบุรีในท้องถิ่นอำเภอบ้านลาด คือ ความรู้พฤกษศาสตร์ตาลแบบพื้นบ้าน วิถีอาชีพและช่วงเวลาทำตาล วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นจากตาล และความเชื่อและขนบธรรมเนียมเกี่ยวกับอาชีพทำตาล^๑ อย่างไรก็ตาม ตาม ตาล หรือ ตาลโตชนิด หรือ โหนด ในภาษาไทยได้ เป็นพันธุ์ไม้พุ่มขนาดใหญ่ สกุล Borassus ในวงศ์ปาล์ม (Arecaceae) เป็นปาล์มที่แข็งแรงมากชนิดหนึ่ง และเป็นปาล์มที่แยกเพศกันอยู่คนละต้น โดยสามารถนำตาลมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต่างตามประเภท ได้แก่ ๑. ลูกตาล ๒. จาวตาล ๓. ผลตาล ๔. เมล็ดตาล ๕. เปลือกตาล ๖. ใบตาล ๗. ทางตาล และ ๘. ลำต้นตาล^๒ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ลูกตาล

ลูกตาลเมื่อปอกเปลือกออกแล้ว ตาลตัวเมียจะมีลูกตาลต้องตัดเมื่อยังไม่สุก เพื่อให้ได้เต้าตาลหรือ ลอนตาล ในลูกตาลหรือผลตาล ๑ ผล จะมีเต้าตาลประมาณ ๒-๓ เต้า ภายในเต้าตาลอ่อนนี้มีน้ำขังอยู่ รับประทานได้ทันที หรือนำมาหั่นบาง ๆ ใส่น้ำแข็งใส โรยน้ำตาล และนมข้น นมสด บางครั้งก็นำไปต้มในน้ำเชื่อม เรียกว่า ลอนตาลลอยแก้ว ตาลโตชนิดเป็นพืชเพศเดี่ยว คือ ตาลต้นผู้และตาลต้นเมียไม่ได้เป็นต้นเดียวกัน สามารถแยกเพศกันออกได้อย่างชัดเจน ตาลต้นผู้จะมีวงงอกออกมาแล้วเหี่ยวแห้งไปเมื่อแก่ ส่วนตาลตัวเมียจะมีลูกที่นำมารับประทานกัน ทั้งตาลตัวผู้และตาลตัวเมียสามารถให้ผลผลิตน้ำตาลโตชนิดได้ ตามภาพที่ ๔.๑ ลูกตาล

^๑ สุนี คำนวนศิลป์. การศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๙, หน้า ๘๐-๘๑.

^๒ วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. ตาล. ค้นเมื่อ ๗ เมษายน ๒๕๖๗ จาก <https://shorturl.asia/XLUGi>

ลูกตาล



ภาพที่ ๔.๑ ลูกตาล

๒. จาวตาล

เกิดจากผลแก่จัดของต้นตาลตัวเมีย เมื่อผลหล่นลงมาชาวบ้านจะเก็บรวบรวมกองไว้ ต่อมาเมล็ดตาล (จากผลตาล) จะแทงส่วนที่คล้ายรากงอกออกมาลงสู่พื้นดิน เรียกว่า “งอกตาล” ส่วนปลายของงอกตาลมีคัพภะที่จะกลายเป็นต้นอ่อนของต้นตาลซึ่งจะเจริญเติบโตขึ้นและค่อย ๆ แงยอดขึ้นมาตาม “งอกตาล” จนโผล่พื้นดินขึ้นมาและเจริญเติบโตเป็นต้นตาลต่อไป อนึ่ง “งอกตาล” นั้นไม่ใช่ราก มันทำหน้าที่ส่งคัพภะลงไปในดินและต่อมาทำหน้าที่เป็นปลอกหุ้มยอดอ่อน แล้วก็เปื่อยสลายไปภายในเวลาไม่นานนัก ส่วนรากที่แท้จริงจะออกจากฐานต้นอ่อนที่เจริญมาจากส่วนปลายของ “งอกตาล” อีกต่อหนึ่ง ต้นอ่อนของตาลมีลักษณะและขนาดพอ ๆ กับหอมแดงขนาดเชื่อง รากก็ออกมาแบบเดียวกับรากหัวหอม ต้นอ่อนของตาลเกิดอยู่ลึกกลงไปในดินหลายสิบเซนติเมตร จึงมักไม่มีใครเห็น กล่าวได้ว่าการงอกของเมล็ดตาลนั้นพิสดารทีเดียว จาวตาลนิยมนำไปเชื่อมรับประทานเป็นของหวาน ในกรณีนี้ จะต้องใช้ความชำนาญผ่าเอาเปลือกแข็งชั้นนอก ซึ่งเปรียบเสมือนกะลามะพร้าว ออกก่อน จากนั้นจะต้องผ่าเอาเปลือกชั้นรอง คือส่วนที่เป็นน้ำเพื่อขัดผิวจนก้นด้วยใบไม้ หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า ใบซอ เพื่อให้เมือกหรือโคลหมดไปจนขาวสะอาด เมื่อสะเด็ดน้ำแล้ว นำลงกระทะทองเหลือง เชื่อมกับน้ำตาลทราย ต่อไปก็จะได้ “จาวตาลเชื่อม” หรือนิยมเรียกกันว่า “ลูกตาลเชื่อม” การเชื่อมจาวตาลนิยมทำเป็น ๒ แบบคือ เชื่อมเปียก จาวตาลจะนำน้ำตาล หรือเชื่อมแห้ง จาวตาลจะมีเกร็ดน้ำตาลจับแข็ง ซึ่งสะดวกต่อการบรรจุในภาชนะและเก็บได้นาน ถ้านำจาวตาลเชื่อมไปรับประทานพร้อมกับข้าวเหนียวมูนน้ำกะทิ เต็มงาคั่วผสมน้ำตาลทราย เกลือป่น และมะพร้าวไย จะได้ขนมอร่อย

อีกอย่างหนึ่ง เรียกว่า ข้าวเหนียวโตนด หรือข้าวเหนียวหน้าโตนด หรือข้าวเหนียวลูกตาล นอกจากนี้เมื่อนำลูกตาลสุกมาบีบเนื้อสีเหลืองแล้วผสมกับแป้งข้าวเจ้า ตั้งตากแดดไว้สักครู่ใหญ่ เติมน้ำตาลพอควร แล้วนำมาใส่ห่อใบตองหรือใส่กระทง นำไปนึ่งให้สุกในลังถึง หรือหม้อหวด ก็จะได้ขนมเนื้อนุ่มฟูคล้ายขนมเค้ก เรียกว่า “ขนมตาล” นับเป็นขนมอีกอย่างหนึ่งที่เกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้าน โดยไม่ต้องใช้ผงแป้งฟูแต่อย่างใด ตามภาพที่ ๔.๒ จาวตาล

จาวตาล



ภาพที่ ๔.๒ จาวตาล

๓. ผลตาล

ผลตาลหรือลูกตาลที่ยังไม่แก่จัด ถ้านำเอาส่วนของหัวตาลมาปอกผิวออกแล้วหันออกเป็นชิ้นบาง ๆ ก็จะได้หัวตาลอ่อนนำไปปรุงเป็น “แกงคั่วหัวตาล” นับเป็นอาหารที่มีรสอร่อยกลมกล่อม แกงหัวตาลจะทำคล้ายแกงคั่ว มีส่วนผสมของกะทิ กระจาย ปลาย่าง ปลากรอบ หรือกุ้งสด แต่ส่วนใหญ่แกงหัวตาลของชาวเพชรบุรีนิยมใช้น้ำอย่าง หรือเนื้อเค็มหั่นบาง ๆ ผสมลงไปพร้อมกันใส่ใบส้มซ่าแทนใบมะกรูด หรืออาจใช้หอมขมมาแกะเนื้อใส่ผสมลงไปด้วย หัวตาล นิยมนำไปลอยน้ำตาลใส โดยตัดเฉพาะส่วนหัวลูกตาลที่ค่อนข้างอ่อนร้อยกับเส้นตอกเป็นพวง ประมาณพวงละ ๗-๑๐ หัว แล้วนำไปลอยน้ำตาลใสที่กำลังเคี่ยวเดือดพล่านอยู่ในกระทะ เมื่อสุกดีแล้วจึงนำขึ้นเอาไปปรับปรุทานได้ ผิวของของลูกตาล เมื่อเอามีดปาดออกชาวบ้านเรียกว่า “พลอมออก” นิยมนำไปเป็นอาหารสำหรับวัว มีกลิ่นหอมและรสออกหวานเล็กน้อย ตามภาพที่ ๔.๓ ผลตาล

ผลตาล

ภาพที่ ๔.๓ ผลตาล

๔. เมล็ดตาล

เมล็ดตาลสุก ถ้านำไปล้างและฟอกให้สะอาด แล้วนำไปตากแห้งจะมีลักษณะฟูฝอยละเอียดสวยงามคล้ายขนสัตว์ นิยมนำไปเป็นของเล่นสำหรับเด็ก โดยใช้หวี หรือแปรงจัดรูปทรงได้หลายแบบ สมมติว่าคล้ายช่างทำผม หรือตัดย้อมให้เป็นสีต่าง ๆ นับเป็นของเล่นของเด็กผู้หญิงอีกอย่างหนึ่ง ตามภาพที่ ๔.๔ เมล็ดตาล

เมล็ดตาล



ตามภาพที่ ๔.๔ เมล็ดตาล

๕. เปลือกตาล

เปลือกแข็ง คือส่วนที่เป็นกะลา หลังจากที่เราเอาจาวตาลออกแล้ว นิยมนำไปทำเชื้อเพลิง เมื่อนำไปเผาเตาเผาจะได้ถ่านสีดำที่มีเปอร์เซ็นต์ของคาร์บอนสูง ปัจจุบันมีผู้รับซื้อถ่านที่ผลิตได้จากเปลือกแข็งของลูกตาลจำนวนมาก เพื่อเป็นสินค้าส่งออก นอกจากนี้ยังใช้เป็นส่วนประกอบของยาแก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ และลดกรดในกระเพาะอีกด้วย ในส่วนที่เป็นกะลานั้น หากเลือกลูกที่สวยงามมาผ่าครึ่งเป็นสองฝา นำมาขัดเช็ดดูผิววนอกให้สะอาดเกลี้ยงเกลาจนขึ้นเงา เสาะขอบด้านในของฝาหนึ่งกับขอบนอกของอีกฝาหนึ่ง แล้วแต่งขอบด้านนอกและด้านใน ให้สวมปิดเข้ากันได้สนิท ก็ใช้แทนตลับหรือกล่องสำหรับเก็บสิ่งของเล็ก ๆ น้อย ๆ อาทิ กระดุม เข็ม ไขวจาก เส้นยาสูบ ตามภาพที่ ๕.๔ เปลือกตาล

เปลือกตาล



ตามภาพที่ ๕.๔ เปลือกตาล

๖. ใบตาล

ใบตาลและทางตาล สามารถทำเป็นพัต โดยตัดเฉียง แล้วเย็บริมขอบให้เข้ารูป หรืออาจคัดเลือกใบตาลอ่อนแล้วรีดให้เรียบ นำมาจักเป็นใบ ๆ แล้วเย็บเป็นพัตใบตาลแบบพับก็ได้ ซึ่งเหมาะที่จะพกติดตัวไปได้ พัตแบบนี้้อาจผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึก โดยตกแต่งสีเส้นให้สวยงาม นอกจากนี้ ใบตาลอ่อนยังสามารถนำมาจักสานทำเป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ สำหรับแขวนให้เด็กดูเล่นได้อีกหลายชนิด อาทิ ปลาตะเพียน กุ้ง ตั๊กแตน ชูญา หรือทำเป็นรูปสัตว์ ใส่خال้อแบบล้อเกวียนให้เด็ก ๆ ลากเล่น หรือนำมาจักเป็นเส้นตอก ถ้าใช้เส้นใหญ่มักสานขึ้นเป็นรูปกระเช้า ถ้าใช้ตอกเส้นเล็กนิยมสานเป็นกระเป๋าสตางค์ หากตัดใบตาลเป็นท่อนสั้น ๆ สามารถใช้แทนช้อนชั้วคราว เพื่อตักขนมและอาหาร โดยเฉพาะข้าวกระทงที่เคยขายดีจนรลไป นิยมใช้ช้อนใบตาลก่อนที่จะมาใช้ช้อนพลาสติก ดังเช่นปัจจุบัน ส่วนใบตาลขนาดใหญ่ นิยมนำมาผ่าซีกแล้วหักงอผูกกับส่วนที่เป็นก้าน เรียกว่า “หักค่อม้า” นำไปมุงหลังคา ทำปะรำ มุงกระท่อม หรือโรงนา มีอายุใช้งานประมาณ ๒-๓ ปี^๓ ตามภาพที่ ๕.๖ ใบตาล

^๓ วิทยา อยู่เย็น, การใช้ใบตาลสำหรับงานศิลปหัตถกรรม “ต้นตาลบ้านเรา” เอกสารประกอบผลงานทางวิชาการ โรงเรียนวัดศาลาเขื่อน อ.บ้านลาด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต ๒, ม.ป.พ.

ใบตาล



ตามภาพที่ ๔.๖ ใบตาล

๗. ทางตาล

ทางตาล เป็นส่วนของก้านของใบตาล สามารถลอกผิวนอกส่วนที่อยู่ด้านบน เรียกว่า “หน้าตาล” มาฟืนเป็นเชือกสำหรับผูกข้าว ล่ามข้าว แม้จะใช้ได้ไม่ทนทานเท่าเชือกที่ทำจากต้นปอหรือต้นเส้ง แต่เหมาะกับการใช้งานที่ต้องตากแดดตากฝน เพราะมีความชุ่มน้ำ ซึ่งหากใช้เชือกที่ทำจากวัสดุอื่นก็จะเปื่อยผุพังเร็ว ส่วนทางตาลตอนโคน ซึ่งอยู่ติดกับต้นตาลนั้น มีจำนวน ๒ แฉก เมื่อทางตาลแก่จัดจนใบแห้งจะร่วงหล่นลงมาเอง ชาวบ้านเรียกส่วนโคนนี้ว่า “ขาตาล” มีลักษณะบางและแบน จึงเหมาะกับการนำมาตัดใช้เป็นคราด หากต่อด้ามหรือทำเป็นกาก็จะเรียกว่า “กาทาล” สำหรับกอบสิ่งของที่เป็นกอง เช่น ใช้กอบมูลวัว กอบขี้เถ้า กอบเมล็ดข้าว เป็นต้น อนึ่ง ขาตาลขณะที่แก่จัดแต่ยังไม่ถึงกับแห้งกรอบ ให้ตัดเฉพาะส่วนที่เป็นขาตาล นำมาทุบด้วยของแข็งหรือสับขวาน จนเส้นใยพุ่งกระจายดีแล้ว จึงนำแปร่งที่ทำจากตะปูแปร่งส่วนที่ไม่ต้องการออก จนเหลือแต่เส้นใยเป็นเส้นฝอย เรียบวางเรียงเส้นขนานกัน จากนั้นนำไปมัดรวมกันคล้ายมัดวุ้นเส้น หรือเส้นหมี่ แล้วนำไปตากแดดให้แห้งสนิท แล้วมัดรวมเป็นมัดใหญ่เพื่อส่งจำหน่ายร้านรับซื้อ สำหรับเป็นแปร่งหยากไย่ หรือทำไม้กวาด^๔ ตามภาพที่ ๔.๗ ทางตาล

^๔ ตาล. ค้นเมื่อ ๗ เมษายน ๒๕๖๗ จาก <https://shorturl.asia/ridMk>

ทางตาล



ภาพที่ ๔.๗ ทางตาล

๘. ลำต้นตาล

ลำต้นตาล ที่อายุมากกว่า ๕๐ ปีขึ้นไป จัดว่าลำต้นแก่พอสมควร สามารถนำเปลือกนอก ซึ่งมีความแข็งและมีเสี้ยนตาล เป็นเส้นสีดำแทรกอยู่ในเนื้อไม้ หากนำมาแปรรูปแล้วจะได้ไม้กระดาน ขนาด ๔-๖ นิ้ว หรือนำมาประดิษฐ์เป็นเฟอร์นิเจอร์ได้หลายรูปแบบ^๕ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของวิสาหกิจชุมชนก้านตาลวินเทจนั้น เน้นเป็นประเภทของใช้ในครัวเรือน เช่น ตะ เก้าอี้ เติียงนอน ประเภทของตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟทางตาล โคมไฟใบตาล ตุ๊กตารูปสุนัข^๖ ทุกอย่างจะต้องมีมาตรฐาน มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เช่น ถ้าเป็นด้านสินค้าต้องมีความสวยงาม คงทน มีคุณสมบัติที่ดีถ้าเป็นต้น อาหาร ต้องมีสี กลิ่น รส ที่ได้มาจากตาลโตนดแท้ ๆ^๗ ตามภาพที่ ๔.๘ ลำต้นตาล

^๕ ตาล. ค้นเมื่อ ๗ เมษายน ๒๕๖๗ จาก <https://shorturl.asia/ridMk>

^๖ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^๗ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

ลำต้นตาล



ภาพที่ ๔.๘ ลำต้นตาล

๔.๑.๒ รูปแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตาลโตนดของชุมชน ควรเลือกใช้การไม่ซับซ้อนจนเกินไป ซึ่งสามารถอาศัยทุกส่วนของตาลไปประยุกต์ใช้ตามต้องการ ที่สามารถนำวัสดุอื่นมาประกอบด้วยก็ได้^๘ รูปแบบเน้นอัตลักษณ์ของเมืองเพชรบุรี อาทิ โคมไฟใบตาลมีรูปทรงเหมือนเจดีย์แดง บนยอดเขาวิัง พระนครคีรี ทุกคนที่ได้สามารถทราบได้ทันทีว่านี่ คือ ผลิตภัณฑ์จากเพชรบุรี^๙ ต้องมีความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอยหรือมีความแข็งแรงทนทานเป็นที่ต้องการของตลาด และอาจมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาให้ดีขึ้น การใช้ประโยชน์จากตาล ดังนี้

๑. ทำน้ำตาล ชั้น-สด-ไซรับ
๒. ทำตาลเลาะ เต้าตาลอ่อน
๓. ทำตาลยี่
๔. ทำจาวตาล

^๘ กนิษฐา ชูเชิด. การศึกษาเพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปประยุกต์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ๒๕๕๑ หน้า ๖๓-๖๔.

^๙ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

๕. ทำไม้ตัดเท้า
๖. ทำโต๊ะเฟอร์นิเจอร์
๗. แกะทำตัวหนังสือ
๘. นำใบมาบุงหลังคา
๙. ทำน้ำส้มสายชูไซเดอร์
๑๐. ทำไม้กวาดหรือทำหมวกโดยใช้เส้นใบจากกาบตาล
๑๑. ใบอ่อนนำมาสานเป็นตะกร้า
๑๒. ตันนำไม้มาทำโต๊ะเก้าอี้ ทำโครงบ้านหรือพื้นรับน้ำหนัก
๑๓. ทำยาสมุนไพร
๑๔. หัวตาล นำมาทำแกงหัวตาล
๑๕. สร้างอาชีพทำโมบายสวยงามตุ๊กตาจากเมล็ด
๑๖. นำมาเผาเป็นถ่านเช่นเมล็ดแห้ง
๑๗. ทำกระดาษ
๑๘. การทำกล้าตาล
๑๙. เศษถ่านจากเตานำมาฝังกลบเพื่อได้ดินน้ำให้พืชในฤดูแล้ง
๒๐. นำถ่านอัดแท่งจากถ่านที่เคี้ยวตาล^{๑๐}

๔.๑.๓ วัสดุต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล

“ทุกประเทศเขตแคว้นแดนพริบพรี เหมือนจะซี้ไปไม่พ้นแต่ต้นตาล” ต้นตาลเมืองเพชร ให้ผลผลิตน้ำตาลโตนดที่ดีที่สุดมาตั้งแต่สมัยโบราณตราบจนถึงปัจจุบัน จึงมีชื่อเสียงติดปากคนทั่วไป ว่า “น้ำตาลเพชรบุรี” เพราะมีรสหวานหอมอร่อย มีรสชาติกลมกล่อมชวนรับประทาน จนเป็นที่มาของคำว่า “หวานเหมือนน้ำตาลเมืองเพชร” ดังนั้นต้นตาลจึงนับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเพชรบุรี โดยทั่วไปชาวชนบท ชาวนาจะปลูกข้าวและทำตาลควบคู่กันไป ส่วนใหญ่จะนิยมปลูกต้นตาลไว้บริเวณคันนา ในตัวเมืองเพชรบุรี ก็ปรากฏว่ามีการปลูกต้นตาลเช่นกัน บริเวณที่มีต้นตาลมากที่สุดของจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ท้องทุ่งตำบลหนองไม้เหลือง ตำบลโตนดหลาย ตำบลไร่ส้ม ตำบลโรงเข้ เป็นต้น และทุกท้องที่ในเขตอำเภอบ้านลาด เมื่อมองผ่านต้นตาล จะมองไม่เห็นท้องฟ้าอีกด้านหนึ่ง แต่ปัจจุบันเนื่องจากการทำนา ๒ ครั้ง เป็นผลให้ต้นตาลปรับสภาพไม่ทัน เพราะพื้นที่มีน้ำมากเกินไป กลายเป็นที่มีน้ำท่วมขัง ต้นตาลไม่ได้พักตัวที่เรียกว่า “แตงตัว” ในที่สุดก็ต้องยืนต้นตายภายในเวลาไม่นานนัก เพราะระบบนิเวศเปลี่ยนจากเดิม ไม่เป็นไปตามธรรมชาติ ต้นตาลในจังหวัดเพชรบุรี ยังแบ่งออกได้เป็น ๒ พันธุ์ ดังนี้

^{๑๐} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

๑. ตาลบ้าน มีจำนวนเต้าตาลในแต่ละผล ๑-๔ เต้า แบ่งสายพันธุ์ย่อยได้อีก ๓ พันธุ์ คือ

๑) ตาลหม้อ มีผลขนาดใหญ่ ผิวดำคล้ำ

๒) ตาลไข่ มีผลสีขาวเหลือง ผลขนาดเล็กกว่า แต่เต้าตาลใหญ่ขนาดใกล้เคียงกับตาลหม้อ (มีเนื้อหุ้มเต้าตาลบาง)

๓) ตาลจาก มีผลในทะเลทรายแน่นคล้ายทะเลทรายจาก

๒. ตาลป่า มีผลเล็กขนาดตาลไข่ มีผลเขียวคล้ำ มีเต้า ๑-๒ เต้า ลำต้นสีเขียวสด ก้านใบยาว (บางคนเรียกว่า ตาลก้านยาว) พบแถบเขาแดน อำเภอบ้านลาด และในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ตาลป่ายังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก เพราะมักขึ้นอยู่ในป่า^{๑๑}

รูปแบบและแนวคิดจากภูมิปัญญาเชิงพื้นที่ ซึ่งมีความเรียบง่าย (Simplify) เหมาะสมกับเทคโนโลยีที่ชาวบ้านในพื้นที่สามารถทำได้ เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participate) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ไม่สลับซับซ้อน^{๑๒} นำพืชที่มีอยู่ในบ้านเราเลือกคัดสรรและนำมาแปรรูป เพิ่มมูลค่าทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และวิชาการดำรงชีพของชุมชน ที่เน้นทางตาลเพื่อลดการเผา การจุดไฟทิ้งมลพิษในอากาศในทางตาลอายุตั้งแต่ ๕-๑๐ ปี^{๑๓} ต้องมีคุณภาพตามที่กำหนดเพื่อใช้ในการผลิต^{๑๔}

๔.๑.๔ กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล

ผู้ประกอบการน้ำตาลโตนด เกษตรกรและผู้บริโภค มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดในด้านกลยุทธ์โดยการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ดังนี้ รูปร่างของผลิตภัณฑ์ มีรูปร่างลักษณะที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน เป็นการสร้างความแตกต่างด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีบริการหลังการขาย เช่น การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี มีภาพลักษณ์ที่ดี มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ควรมีการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมให้มีการผลิตที่สม่ำเสมอเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ามากขึ้น ซึ่งเป็นการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น และควรปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัดมากยิ่งขึ้น ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดในด้านการเพิ่มมูลค่า ผู้ประกอบการน้ำตาลโตนดกลุ่มเกษตรกรและผู้บริโภค มีความคิดเห็น ดังนี้ ควรเน้นคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดให้เหนือกว่าคู่แข่ง อาทิ รูปแบบ ความบริสุทธิ์ ความทันสมัย และตราสินค้า บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมี

^{๑๑} วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี. ตาล. ค้นเมื่อ ๗ เมษายน ๒๕๖๗ จาก <https://shorturl.asia/XLUGi>

^{๑๒} รอฮานา แวดอเลาะ และคณะ. การใช้ประโยชน์จากตาลโตนด สุนัขตัวกรรมวัสดุตกแต่งผนังตาลโตนด. การประชุมวิชาการระดับชาติ, วันที่ ๙-๑๑ สิงหาคม ๒๕๖๕, หน้า ๑.

^{๑๓} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๑๔} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

ความชำนาญ ความรู้ ความสามารถในงาน มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ต้องควบคู่กันไป เพื่อให้ลูกค้าได้ตระหนักถึงความคุ้มค่าในการบริโภค อีกทั้งการนำนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และมีคุณสมบัติที่สูงขึ้น ทำให้มีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะมีเจ้าเดียวที่ทำได้และมีการจดสิทธิบัตร รวมถึงเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์อีกด้วย^{๑๕} ให้นำภูมิปัญญาชาวบ้านแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ หรือเพิ่มนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการเพิ่มผลการผลิต และคงสภาพอัตลักษณ์ของเดิมเอาไว้^{๑๖} ต้องมีอาคารที่สร้างขึ้นโดยมีการถ่ายเทของอากาศได้ดี การใช้วัสดุที่ทำ หรือบรรจุ มีมาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ต้องให้ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคตั้งแต่คนขึ้น คนเคี้ยว^{๑๗}

๔.๑.๕ การอนุรักษ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล

จัดเป็นพิพิธภัณฑ์เรื่องตาลเมืองเพชร ควรมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาโชว์หรือแสดงพร้อมมีคำบรรยาย หรือทำรูปแบบของภาพยนตร์ในเรื่องของฤดูกาลทุกอย่าง พร้อมทั้งหาแนวทางที่จะรวบรวมคนที่เคยทำอาชีพตาลมาตลอดชั่วชีวิต มาพูดคุยก่อนที่จะตายไปพร้อมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัว^{๑๘} แนวทางพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดความรู้และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโดนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มั่นคงและยั่งยืนนั้นควรมีการถ่ายทอดใช้หลัก ๓ ประการ คือ การใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based model) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) และการจัดการความรู้ (Knowledge management) เนื่องจากกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มุ่งเสริมสร้างการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนชาวบ้าน ผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์จากตาลโดนด แต่ยังขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญา เนื่องจากเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น ทำให้คนรุ่นหลังขาดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งส่งผลต่อการสร้างวิสาหกิจชุมชนอีกด้วย^{๑๙} กระบวนการถ่ายทอดความรู้ในงานผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโดนด สมาชิกกลุ่มกลุ่มกิ่งไม้ตาลส่วนใหญ่ได้รับการ

^{๑๕} อีรารัตน์ มงคลโสฬส. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ตาลโดนดเพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษา กลุ่มเกษตรกรในอำเภอบ้านลาดจังหวัดเพชรบุรี. งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ สาธารณะมหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๐ หน้า ๗๓-๗๔.

^{๑๖} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๑๗} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๑๘} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๑๙} พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ และจินตนา กำแพงศิริชัย. รูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตาลโดนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๒๗

ถ่ายทอดความรู้การทำผลิตภัณฑ์มาจากผู้นำกลุ่มกิ่งไม้ตาล โดยการปฏิบัติงานเป็นตัวช่วยให้สมาชิกกลุ่มเป็นผู้สังเกตการณ์การ ประกอบการสอบถาม เพื่อคลายความสงสัยและสมาชิกจะนำความรู้ที่ได้รับไปทดลองปฏิบัติงานจริงด้วยตนเอง นอกจากจะมีการถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกกลุ่มกิ่งไม้ตาลแล้วผู้นำกลุ่มกิ่งไม้ตาลยังถ่ายทอดความรู้ให้บุคคลภายนอกที่สนใจด้วย การถ่ายทอดความรู้การทำผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโดนดจากสมาชิกกลุ่มสู่ลูกหลานหรือบุคคลในครอบครัว บุคคลเหล่านั้นจะพบเห็นการทำผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโดนดจนเป็นกิจวัตรประจำวันภายในครอบครัวและมีโอกาสช่วยเหลืองานตามความเหมาะสมของวัยซึ่ง นำไปสู่การเรียนรู้และการประกอบอาชีพเมื่อถึงเวลาอันเหมาะสม โดยมีปัจจัยต่าง ๆ เกื้อหนุน^{๒๐} ทำให้มลพิษทางอากาศที่จะเกิดจากการเผาส่วนของต้นตาล ที่ร่วงลงที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ ให้ทุก ๆ ส่วนของต้นตาลนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น เฟอร์นิเจอร์ โต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง โคมไฟ^{๒๑}

สรุปผลการวิจัยได้ว่า ๑. ประเภทต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ลูกตาล ๒) จาวตาล ๓) ผลตาล ๔) เมล็ดตาล ๕) เปลือกตาล ๖) ใบตาล ๗) ทางตาล และ ๘) ลำต้นตาล ๒. รูปแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ทำน้ำตาล ชั้น-สด-ไซรับ ๒) ทำตาลเลาะ เต้าตาลอ่อน ๓) ทำตาลยี่ ๔) ทำจาวตาล ๕) ทำไม้ตัดเท้า ๖) ทำโต๊ะเฟอร์นิเจอร์ ๗) แกะทำตัวหนังสือ ๘) นำใบมามุงหลังคา ๙) ทำน้ำส้มสายชูไซเคอร์ ๑๐) ทำไม้กวาดหรือทำหมวกโดยใช้เส้นใบจากกาบตาล ๑๑) ใบอ่อนนำมาสานเป็นตะกร้า ๑๒) ต้นนำไม้มาทำโต๊ะเก้าอี้ ทำโครงบ้านหรือพื้นรับน้ำหนัก ๑๓) ทำยาสมุนไพร ๑๔) หัวตาล นำมาทำแกงหัวตาล ๑๕) สร้างอาชีพทำโมบายสวยงามตุ๊กตาจากเมล็ด ๑๖) นำมาเผาเป็นถ่าน เช่นเมล็ดแห้ง ๑๗) ทำกระแช่ ๑๘) การทำกล้าตาล ๑๙) เศษถ่านจากเตานำมาฝังกลบเพื่อได้ดูดน้ำให้พืชในฤดูแล้ง และ ๒๐) นำถ่านอัดแท่งจากถ่านที่เคี้ยวตาล ๓. วัสดุต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้นตาลในจังหวัดเพชรบุรีแบ่งออกได้เป็น ๒ พันธุ์ ได้แก่ ๑) ตาลบ้าน มีจำนวนเต้าตาลในแต่ละผล ๑-๔ เต้า แบ่งสายพันธุ์ย่อยได้อีก ๓ พันธุ์ คือ (๑) ตาลหม้อ มีผลขนาดใหญ่ ผิวดำคล้ำ (๒) ตาลไซ มีผลสีขาวเหลือง ผลขนาดเล็กกว่า แต่เต้าตาลใหญ่ขนาดใกล้เคียงกับตาลหม้อ (มีเนื้อหุ้มเต้าตาลบาง) และ (๓) ตาลจาก มีผลในทะเลทรายแน่นคล้ายทะเลทรายจาก และ๒) ตาลป่า มีผลเล็กขนาดตาลไซ มีผลเขียวคล้ำ มีเต้า ๑-๒ เต้า ลำต้นสีเขียวสด ก้านใบยาว (บางคนเรียกว่า ตาลก้านยาว) พบแถบเขาแด่น อำเภอบ้านลาด และในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ตาลป่ายังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก เพราะมักขึ้นอยู่ในป่า ๔. กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล การนำภูมิปัญญาชาวบ้านแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ หรือ

^{๒๐} อรุณช เกิดพุ่ม. การศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโดนดของจังหวัดเพชรบุรี. ปริญญาานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑ หน้า ๒๒๕-๒๓๒.

^{๒๑} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

เพิ่มนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการเพิ่มผลการผลิต และคงสภาพอัตลักษณ์ของเดิมเอาไว้ ต้องมีอาคารที่สร้างขึ้นโดยมีการถ่ายเทของอากาศได้ดี การใช้วัสดุที่ทำ หรือบรรจุ มีมาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ต้องให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคตั้งแต่คนขึ้น คนเคี้ยว และที่สำคัญต้องสร้างนวัตกรรมเครื่องกวาดตาใช้แทนกำลังคน และ๕. การอนุรักษ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้องจัดเป็นพิพิธภัณฑ์เรื่องตาลเมืองเพชร ควรมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาโชว์หรือแสดงพร้อมมีคำบรรยาย หรือทำรูปแบบของภาพยนตร์ในเรื่องของฤดูกาลทุกอย่าง พร้อมทั้งหาแนวทางที่จะรวบรวมคนที่เคยทำอาชีพตาลมาตลอดชั่วชีวิต มาพูดคุยก่อนที่จะตายไปพร้อมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัว

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ประกอบด้วย แนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การตลาดการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการทดสอบตลาดต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๒.๑ แนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์

ประโยชน์จากตาลโตนดไม่เพียงแต่เฉพาะทำน้ำตาลสดเท่านั้น ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการแปรรูปและสร้างผลิตภัณฑ์ในการใช้สอยและสามารถเพิ่มมูลค่าในสินค้าที่ผลิตขึ้นมาใหม่ได้ จากเดิมในพื้นที่มีเพียงการผลิตน้ำตาลสดจากต้นตาลโตนดเพียงอย่างเดียวจนทำให้ภูมิปัญญาอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับตาลโตนดหายไปและจากการดำเนินกิจกรรมพัฒนารูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านและผู้รับการถ่ายทอด พบว่า ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ๒ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระจ่างต้นไม้ตาลโตนด และไม้ตาลคลายเส้น จากผลการวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดการรวมตัวของสมาชิกหรือชุมชนสามารถต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้ครอบครัว ชุมชนและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีไทยได้อย่างเหมาะสม นำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชนให้สามารถที่จะพึ่งพาตนเอง และสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับตนเอง ครอบครัว ท้องถิ่นและประเทศชาติต่อไปในอนาคต^{๒๒} เปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือ ทำเป็นอาหารอาจมีการนำมาผสมเป็นพร้อมมีคำอธิบายถึงประโยชน์วันที่

^{๒๒} พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ และจินตนา กำแพงศิริชัย. รูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตาลโตนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารการศึกษาศาสตร์และการพัฒนาสังคม, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๒๗

ผลิตหมอดอายุ^{๒๓} ๑) นำสิ่งที่มีอยู่จำนวนมากและบางบ้านไม่ได้นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ๒) ออกแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ๓) สามารถทำได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และ ๔) ช่วยลดมลภาวะทั้งทางด้านฝุ่นละอองและลดการเผาทำลายทิ้ง^{๒๔} โดยผลิตภัณฑ์จากต้นตาลประเภทที่ ๑ ได้แก่ บอนไซताल ตามภาพที่ ๔.๙ และผลิตภัณฑ์จากต้นตาลประเภทที่ ๒ ได้แก่ ต้นกล้าताल ตามภาพที่ ๔.๑๐

บอนไซताल



ภาพที่ ๔.๙ บอนไซताल

ต้นกล้าताल



ภาพที่ ๔.๑๐ ต้นกล้าताल

^{๒๓} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๒๔} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖

๔.๒.๒ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่มกึ่งไม้ตาลเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ของทางราชการ อาทิ กรมพัฒนาชุมชน สหกรณ์ชุมชน เป็นต้น เป็นหน่วยงานที่ช่วยส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มกึ่งไม้ตาลมีความรู้ในการพัฒนางาน การทำธุรกิจและให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนสนับสนุน เพื่อให้การทำงานของกลุ่มกึ่งไม้ตาลเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรคในด้านเงินทุนสำรองจัดซื้อวัตถุดิบ^{๒๕} การพัฒนากลยุทธ์การตลาด อันดับแรกต้องผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานด้วย โดยใช้ช่องทางโซเชียล ออนไลน์ ออฟไลน์ การจัดงานวิถีตาม วิถีตาลการจัดกิจกรรมแข่งขัน Adventure โดยใช้หุ่นยนต์^{๒๖} ๑) ไม่เน้นปริมาณแต่เน้นคุณภาพก่อน เน้นทำน้อยได้มาก และ๒) เจาะกลุ่มเป้าหมายส่งออกตลาดนอก^{๒๗} แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน^{๒๘} ดังนี้

๑. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด ผู้ประกอบการจะต้องเปลี่ยนแนวคิดจากการผลิต นำการตลาด มาเป็นการตลาดนำการผลิต หน่วยงานภาครัฐจะต้องจัดหาสถานที่แสดงสินค้าอย่างถาวรสำหรับวิสาหกิจชุมชนประจำจังหวัด โดยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถนำสินค้าของตนมาแสดงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

๒. การพัฒนาด้านระบบบัญชีการเงิน หน่วยงานภาครัฐผู้รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนควรจะต้องออกระเบียบเรื่องการทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน และมีการตรวจบัญชีจากภาครัฐอยู่เสมอ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนทุกแห่งได้จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และสามารถบริหารงานการเงินได้ตามความเป็นจริง และจะทำให้สามารถคำนวณรายรับ-รายจ่าย และต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ต่อไป

๓. การพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านนี้ต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานเกษตรจังหวัดจะต้องเป็นผู้ประสานงานกับสถาบันการศึกษา เพื่อให้

^{๒๕} อรุณช เกิดพุ่ม. การศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรี. ปรียญานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑ หน้า ๒๒๕-๒๓๒.

^{๒๖} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๒๗} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๒๘} ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. (รายงานการวิจัย). สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖, หน้า ๕๔-๕๕.

สถาบันการศึกษามาเป็นผู้ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้วิสาหกิจชุมชน และให้ค่าปรึกษาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาตนเองในด้านนี้ได้ต่อไป

๔. การพัฒนาการผลิต รัฐจะต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่ใช้วัตถุดิบที่ตนเองมีในท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ในการผลิต นอกจากนี้ต้องพัฒนาความเข้าใจด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต รัฐจะต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้พัฒนาตนเองไปสู่การได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมต่าง ๆ

๕. แนวทางการพัฒนาด้านภาษาต่างชาติ ภาครัฐจะต้องเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการในด้านต่าง ๆ อาทิ การกระตุ้น การสร้างแรงจูงใจ การจัดอบรมด้านภาษา และการประสานงานกับสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น

๖. การลดต้นทุนการผลิต ผู้ประกอบการจะต้องเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นของตนเองหรือใช้วัตถุดิบที่มีต้นทุนในการจัดซื้อต่ำ และผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนควรจะต้องเปลี่ยนวิธีการจ่ายค่าแรงจากการจ่ายค่าแรงเป็นรายวันเปลี่ยนมาจ่ายค่าแรงสมาชิกผู้ผลิตสินค้าเป็นรายชิ้น

๗. การพัฒนาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ หรือการสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและเพื่อการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง เป็นต้น^{๒๙}

๔.๒.๓ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์

การคิดค้นตัวสินค้าใหม่ ๆ โดยขอคำปรึกษาหรืออ้างอิงจากการทดสอบผลิตภัณฑ์นั้น โดยใช้สถาบันการศึกษาท้องถิ่น อาทิ อาชีวศึกษา วิทยาลัยการอาชีพ มหาวิทยาลัย ส่วนราชการของจังหวัด อาทิ พาณิชยศาสตร์ อุตสาหกรรม อาจมีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตมีมาตรฐานซึ่งจะมีประโยชน์ต่อยอดการจำหน่ายและมีแนวทางสร้างนวัตกรรมตัวใหม่ขึ้นมาเป็นที่ยอมรับและปลอดภัยต่อผู้บริโภค^{๓๐} ๑) ช่วยสอนทุกคนใกล้ตัวให้มีส่วนร่วมในผลิตภัณฑ์ และ ๒) เริ่มหาบุคคลที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์มาช่วยกันคิดและพัฒนาต่อยอด^{๓๑} ส่วนต่าง ๆ ของต้นตาลโตนดนั้นชื่อเรียกเฉพาะและปลีกย่อยลงไปเป็นรายละเอียด สามารถจำแนกคำเรียกได้เป็น ๓ ความหมาย สอดคล้องกับกลุ่มคำศัพท์เฉพาะที่พบ เริ่มจากวงความหมายในภาพรวมไปสู่วงความหมายย่อยลงไป ดังนี้ ๑) ส่วนของตาล ๑ ต้น ประกอบด้วย ยอดตาล คอตตาล ใบตาล ทางตาล ต้นตาล ช่อดอก กระโปงตาล ลูกโตนดหรือลูกตาล และราก ๒) ส่วนของตาล ๑ กระโปง ประกอบด้วย ก้านช่อดอก ปลีหรือทะเลลาย แล้วแต่

^{๓๐} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๓๑} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

ว่าจะเป็นกระโปงตาลตัวผู้หรือตาลตัวเมีย และพบว่าส่วนต่าง ๆ ของปลีหรือทะเลายตาลยังมีชื่อเรียกจำแนกโดยละเอียด และ ๓) ส่วนของตาล ๑ ผล ประกอบด้วย หัวตาล หัวหมวก เปลือก เนื้อตาล ใบตาล กระดองตาล เต้าตาล และเมื่อผลแก่เกิดงอกจะเกิดส่วนที่เรียกว่าจาว การเก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาล ในทุกขั้นตอนของการเก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาลโตนดที่สำคัญ คือ การเก็บน้ำตาลสดจากต้นตาลจะมีคำเรียกถึงกิจกรรมเหล่านั้น ตั้งแต่คำว่า ขึ้นตาล นวดตาล แช่วตาล ปาดตาล รองน้ำตาล เคี้ยวตาล และโยงตาล รวมทั้งมีคำเรียกเฉพาะที่แสดงถึงเทคนิควิธีการอุปกรณ์ที่ใช้ ตลอดจนคำบงบอกอาการของตาลที่คนทำตาลสังเกตในขั้นตอนต่างๆ^{๓๒} แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดในด้านกลยุทธ์โดยการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ดังนี้ รูปร่างของผลิตภัณฑ์ มีรูปร่างลักษณะที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งานเป็นการสร้างความแตกต่างด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีบริการหลังการขาย เช่น การรับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี มีภาพลักษณ์ที่ดี มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ควรมีการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมให้มีการผลิตที่สม่ำเสมอเพื่อให้ผู้บริโภค รู้จักสินค้ามากขึ้น ซึ่งเป็นการขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น และควรปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัดมากยิ่งขึ้น ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดในด้านการเพิ่มมูลค่า ผู้ประกอบการน้ำตาลโตนด กลุ่มเกษตรกรและผู้บริโภค มีความคิดเห็น ดังนี้ ควรเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดให้เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น รูปแบบ ความหรรษา ความทันสมัย และตราสินค้า บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญ ความรู้ความสามารถในงาน มีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ต้องควบคู่กันไปเพื่อให้ลูกค้าได้ตระหนักถึงความคุ้มค่าในการบริโภค อีกทั้งการนำนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และมีคุณสมบัติที่สูงขึ้น ทำให้มีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะมีเจ้าเดียวที่ทำได้และมีการจดสิทธิบัตร รวมถึงเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์อีกด้วย^{๓๓}

๔.๒.๔ แนวทางการทดสอบตลาดต้นตาลเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย ๑) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ (๑) สวนตาลลุงถนอม เป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยต้นตาลและวิถีชีวิตการทำตาลของชาวบ้าน ที่หาได้ยาก (๒) บ้านยี่โตนด บ้านลูกตาลทองกองแก้ว เป็นกลุ่ม

^{๓๒} สุณี คำนวลศิลป์. การศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๙, หน้า ๘๐-๘๑.

^{๓๓} อีรารัตน์ มงคลโสฬศ. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้า กลุ่มเกษตรกรในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี. งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ สาธารณะ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๐, หน้า ๗๓-๗๔.

ชาวบ้านที่ทำขนมตาล เป็นกลุ่มชาวบ้านที่มีความพร้อมในการทำขนมตาลที่มีประสิทธิภาพ (๓) บ้านจักสาน มีกลุ่มชาวบ้านที่สามารถประดิษฐ์ชิ้นงานโดยใช้ชิ้นส่วนของต้นตาล และ (๔) ถ้ำหลวงพ่อดำ มีพระพุทธรูปปูนปั้นที่อยู่บนผนังถ้ำ เป็นพระพุทธรูปเก่าแก่สมัยทวารวดี อายุราว ๆ ๘๐๐ ปี ๒) ผลการประเมินองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว พบว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทุกๆด้านอยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของกิจกรรมบ้านจักสานมากเป็นอันดับ ๑ รองลงมากิจกรรมบ้านยี่โถง บ้านลูกตาลทองกองแก้วกิจกรรมถ้ำหลวงพ่อดำ และกิจกรรมสวนตาล ลุงถนอม ตามลำดับ และ ๓) ได้จัดทำแผนผังที่มีรายละเอียดของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตำบลถ้ำรงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น^{๓๔} กลยุทธ์การตลาดสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย (๑) รูปแบบของกิจกรรมที่จัดขึ้นต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเจ้าของวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยว (๒) การส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคาหรือการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram และ Twitter (๓) ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวควรเผยแพร่ผ่าน เว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดีย (๔) กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องมีความน่าสนใจ สามารถปรับและเปลี่ยนแปลงเข้ากับสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายช่วงอายุ (๕) สร้างจุดเด่นหรือความเป็นเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้เกิดกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ และ (๖) สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็น โดยเฉพาะควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทาง และการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น จากผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ใน ๒ ประเด็นหลัก คือ (๑) การปรับปรุงกิจกรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว และสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ขึ้น โดยกิจกรรมต้องก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ระหว่างเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ (๒) การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว^{๓๕} ได้จากยอดการจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้น ทั้งที่เป็นสินค้าและการมีการสอบถามความพึงพอใจในตัวสินค้า การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ลำดับแรกต้องให้ความรู้แก่สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนก่อนในการผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการได้มาตรฐานตามที่กำหนด มีการใช้ช่องทางสื่อ

^{๓๔} พงศ์ลัดดา ป้านสุวรรณ. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ ๑๓ ปีการศึกษา ๒๕๖๑ จัดโดย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต, นพฤษภดับที่ ๑๖ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๖๑, หน้า ๒๐๖.

^{๓๕} ณรงค์ พลธิรักษ์ พรณิภา อนุรักษ์ากรกุล และธนภูมิ ปองเสงี่ยม. โครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามแนวบูรพาทิศ. (รายงานการวิจัย) มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๙, หน้า ๑๕๔-๑๕๖.

ต่างๆ มีการนำสินค้าไปบริการ ไปแสดงหรือทำข้อตกลง Susinesmaching การทำ mou กับผู้
ค้าขาย^{๓๖} ๑) สํารวจกลุ่มเป้าหมาย และ๒) ติดต่อบริษัทกลุ่มเป้าหมาย^{๓๗}

สรุปผลการวิจัยได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชน
ตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑. แนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การนำสิ่งที่มีอยู่จำนวน
มากและบางบ้านไม่ได้นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ และออกแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จาก
วิจัยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์จากต้นตาลได้แก่ ๒ ได้แก่ ๑) ผลิตภัณฑ์บอนไซตาล และ ๒) ผลิตภัณฑ์
ต้นกล้าตาล ๒. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์
หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่มกิ่งไม้ตาลเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ของทางราชการ อาทิ กรมพัฒนา
ชุมชน สหกรณ์ชุมชน เป็นต้น เป็นหน่วยงานที่ช่วยส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มกิ่งไม้ตาลมีความรู้ในการ
พัฒนางาน การทำธุรกิจและให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนสนับสนุน เพื่อให้การทำงานของกลุ่มกิ่งไม้
ตาลเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรคในด้านเงินทุนสำรองจัดซื้อวัตถุดิบ การพัฒนา กลยุทธ์การตลาด
อันดับแรกต้องผลิตให้ได้มาตรฐานด้วย โดยใช้ช่องทางโซเชียล ออนไลน์ ออฟไลน์ การจัดงานวิถี
ตาม วิถีตาลการจัดกิจกรรมแข่งขัน Adventure โดยใช้หุ่นยนต์ ๓. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การคิดค้นตัวสินค้าใหม่ ๆ โดยขอคำปรึกษาหรืออ้างอิงจากการทดสอบ
ผลิตภัณฑ์นั้น โดยใช้สถาบันการศึกษาท้องถิ่น อาทิ อาชีวะ วิทยาลัยการอาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
ส่วนราชการของจังหวัด อาทิ พาณิชย อุตสาหกรรม อาจมีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตมี
มาตรฐานซึ่งจะมีประโยชน์ต่อยอดการจำหน่ายและมีแนวทางสร้างนวัตกรรมตัวใหม่ขึ้นมาเป็นที่
ยอมรับและปลอดภัยต่อผู้บริโภค และ๔. แนวทางการทดสอบตลาดต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ กลยุทธ์
การตลาดสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย (๑) รูปแบบของกิจกรรมที่
จัดขึ้นต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเจ้าของวัฒนธรรมกับ
นักท่องเที่ยว (๒) การส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคาหรือการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว ผ่านสื่อโซ
เชียลมีเดีย Facebook, Instagram และ Twitter (๓) ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวควรเผยแพร่
ผ่าน เว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดีย (๔) กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องมีความน่าสนใจ สามารถปรับและเปลี่ยน
ให้เข้ากับสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายช่วงอายุ (๕) สร้างจุดเด่นหรือความเป็น
เอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้เกิดกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ และ (๖)
สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็น โดยเฉพาะควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทาง
และการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น

^{๓๖} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๓๗} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖
เมษายน ๒๕๖๗

๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร พันธกิจ (Mission) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร วัตถุประสงค์ (Objective) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร เป้าหมาย (Target) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร และกลยุทธ์ (Strategy) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร โดยมีรายละเอียดดังนี้

๔.๓.๑ วิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตลาดเมืองเพชร

วิสัยทัศน์ของจังหวัดเพชรบุรี “เพชรบุรีเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีชีวิต น่าอยู่ น่าเที่ยว เป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัยสู่สากล” จากวิสัยทัศน์ดังกล่าว ได้มีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตร กลุ่มองค์กรเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอาหารปลอดภัย ประกอบด้วย ๗ กลยุทธ์ คือ ๑) ส่งเสริมการผลิตควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตรเป้าหมาย และอาหารปลอดภัย ๒) สนับสนุนการเพิ่มปริมาณและมูลค่าสินค้าเกษตร อาหารและอุตสาหกรรมแปรรูปที่ปลอดภัย และได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด ๓) จัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรให้ครอบคลุมพื้นที่เกษตร ๔) ส่งเสริมและขยายผลการดำเนินงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ครอบคลุมพื้นที่ทุกอำเภอ ๕) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้ใช้แรงงาน ๖) ส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูป ทั้งในและต่างประเทศ และ ๗) พัฒนาและสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้ผลิตด้านเกษตร และอุตสาหกรรมแปรรูป และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔ เป็นสังคมเข้มแข็งบนฐานความรู้คู่คุณธรรม ประกอบด้วย ๕ กลยุทธ์ คือ ๑) สร้างเสริมความเข้มแข็งของครอบครัวและชุมชน และพัฒนาเครือข่ายชุมชน ๒) สร้างเสริมจิตสำนึกและค่านิยมที่ดีงามแก่เด็กและเยาวชน ๓) ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ ผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP และ SMEs ๔) สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และยกระดับคุณภาพการศึกษา ทั้งในและนอกระบบ รวมทั้งการศึกษาตามอัธยาศัย และ ๕) พัฒนาสังคมบนพื้นฐานความรู้คู่คุณธรรม เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต เมื่อเปรียบเทียบกับความสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จะเห็นว่ามี ความสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์วิสาหกิจชุมชน ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเรียนรู้การวิจัย และพัฒนาฯ ๑.๑.๓) ส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนในประเด็นที่เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ๑.๒.๑) ส่งเสริมการพัฒนาผู้นำชุมชนเป็นนักวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง ยุทวิธี ๒.๑.๓) ให้มีการประกอบการวิสาหกิจชุมชนบนพื้นฐานทรัพยากรและผลผลิตของชุมชนอย่างยั่งยืน ๒.๒.๓) ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ๒.๒.๔) ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายตลาดของวิสาหกิจชุมชน และประเด็นยุทธศาสตร์

ที่ ๓ การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ยุทธวิธี ๓.๒.๓) ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในระดับตำบล และระหว่างตำบล ในพื้นที่ที่มีประเด็นและความสนใจร่วมกัน๓.๓.๒) ให้มีการส่งเสริมการเรียนรู้ในการประกอบวิสาหกิจชุมชนทุกระดับ ทุกประเภท โดยให้การฝึกอบรมทางวิชาการในประเด็นเฉพาะต่าง ๆ ๓.๓.๑) ให้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เรื่องวิสาหกิจชุมชนทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้สาธารณชนทั่วไป^{๓๘} ดังนั้น การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” คือ “เป็นเมืองต้นแบบที่ก่อให้เกิดรายได้จากตาลโตนดอย่างมั่นคงและยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชรเมืองตาลโตนด” ใน ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๑) การส่งเสริมการปลูกตาลโตนด ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตาลโตนด ๓) การวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากตาลโตนด และ ๔) ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด”^{๓๙} แนวทางการนำวิสัยทัศน์ vision ในการพัฒนาการตลาดแจ้งให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมตัวกันในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ดีจะทำให้เพิ่มรายได้จากผู้ซื้อสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญลำดับต้นๆ^{๔๐} ใช้วิธีทำงานร่วมกับทุกภาคส่วนที่มีส่วนร่วมกับการตลาด ที่รู้จักตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายของตลาด^{๔๑}

๔.๓.๒ พันธกิจ (Mission) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

แนวทางท่านสามารถแนะนำทำพันธกิจ mission การพัฒนาการตลาดทำความเข้าใจสมาชิกในกลุ่มถึงเรื่องการจัดทะเบียนเป็นวิสาหกิจได้ประโยชน์อย่างไร เช่น การได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐทั้งในเรื่องของขอบเขตการผลิต การรับเงินสนับสนุนการพัฒนา^{๔๒} ๑) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของจังหวัด โดยระดมพลังการมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว และประชาชนอยู่ดีมีสุข และ ๒) เสริมสร้างสมรรถนะและความเข้มแข็งของหมู่บ้าน/ชุมชน เพื่อให้ใช้แผนชุมชนที่มีคุณภาพเป็นยุทธศาสตร์ใน

^{๓๘} นพพร จุลกลางกูร และชัญญลักษณ์ นิมน้อย. รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี : สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี กรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๕๔, หน้า ๕๔-๕๕.

^{๓๙} จังหวัดเพชรบุรี. เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : ยุทธศาสตร์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองเพชร เมืองตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด”. เพชรบุรี : จังหวัดเพชรบุรี, ม.ป.ป., หน้า ๑๗.

^{๔๐} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๔๑} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๔๒} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

การขับเคลื่อนการพัฒนา และการกำหนดตำแหน่งตามศักยภาพภูมิสังคม และทุนทางสังคม โดยให้หมู่บ้าน/ชุมชน เป็นศูนย์กลางการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพและตลาดชุมชน ๑) เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ๒) ส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๓) รับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และ ๔) ประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ^{๔๓}

๔.๓.๓ วัตถุประสงค์ (Objective) การพัฒนาไกลการตลาดวิสาหกิจชุมชนตำบลเมืองเพชร

การพัฒนาไกลการตลาดวิสาหกิจชุมชนตำบลเมืองเพชรต้องคำนึงถึง ๑) กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร ๒) การกระจายสินค้าของผู้ผลิตมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำเพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรง และใช้ระยะเวลาสั้น ๓) ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด มาใช้กับสินค้าเกษตรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ และ ๔) ต้นทุนการกระจายสินค้ามิได้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด แต่ปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบ ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงด้านการกระจายสินค้าเป็นกลยุทธ์ที่จะส่งเสริมให้สามารถปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน และการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น^{๔๔} ชุมชนมีปัจจัยภายในที่มีศักยภาพอันเป็นรากฐานสำคัญ ๔ ประการ คือ ภาวะผู้นำ (Leadership) โครงสร้างทางสังคม (Structure) ความสามารถในการผลิต (Ability) และวัฒนธรรม (Culture) ในการศึกษาได้นำปัจจัย ภายในชุมชน มาเป็นฐานของการพัฒนาและ นำปัจจัยภายนอกมาเป็นส่วนเสริมในการพัฒนา รูปแบบ รูปแบบการพัฒนาใช้หลักการ ๓ ประการ คือ การใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based model) การสร้างกระบวนการการเรียนรู้ (Learning process) และการจัดการความรู้ (Knowledge management)^{๔๕} แนวทางวัตถุประสงค์ (objective) เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสามารถจำหน่ายสินค้าที่มีอยู่ได้มีความมั่นคง

^{๔๓} นพพร จุลกลางกูร และชัยลักษณ์ นิมน้อย. รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี : สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรีกรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๕๔, หน้า ๑๗, ๒๐.

^{๔๔} ธนินท์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ. กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด จ.เพชรบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๒๙๒-๒๙๓.

^{๔๕} ลักษณ์พาพร โรจน์พิทักษ์กุล. การพัฒนารูปแบบการอนุรักษ์และส่งเสริมผลผลิตจากตาลโตนด กรณีศึกษาชุมชนตำบลปากน้ำ อำเภอบางค้อ จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารศึกษาศาสตร์, ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๒ (พฤศจิกายน ๒๕๔๙-มีนาคม ๒๕๕๐) : ๔๙.

ด้านการตลาด ด้านที่เหมาะสม^{๔๖} ๑) เพิ่มรายได้ให้กับจังหวัด ๒) ลดปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และ๓) ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน^{๔๗}

๔.๓.๔ เป้าหมาย (Target) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร
กลุ่มกึ่งไม้ตาล ตำบลหนองปรัง ซึ่งมีการก่อตั้งขึ้นมาเพื่อรวบรวมสมาชิกที่เป็นชาวบ้านในพื้นที่ที่มีอาชีพทางการเกษตรเกี่ยวกับการทำนาเป็นหลัก เพื่อทำงานผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดเป็นอาชีพอีกทางเลือกหนึ่ง มีเป้าหมายเพิ่มศักยภาพของสมาชิกและสร้างรายได้เสริม โดยการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาประยุกต์ให้เป็นรูปทรงของผลิตภัณฑ์อย่างมีประโยชน์ทางการใช้สอยตามลักษณะต่างๆ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่มาจากภูมิวิถีชีวิตอยู่กับการทำอาชีพทางการเกษตรแบบควบคู่เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ กลุ่มกึ่งไม้ตาลมีส่วนประกอบทางการตลาด^{๔๘} ดังนี้

๑. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่พบส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนรูปแบบของเชิงเทียนเป็นหลัก

๒. แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งที่มีผู้ที่สัญจรไปมาได้อย่างสะดวกและเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง

๓. การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์มาจากการประเมินราคาต้นทุนในการผลิตและผลกำไร ที่สมาชิกกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะได้รับ ผู้นำกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม โดยต้องคำนึงถึงกำลังการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป็นสำคัญประกอบด้วย

๔. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมทำจากกระดาษสา มีรูปทรงแบบเรียบง่าย มีฝาปิดด้านบน

๕. ทางด้านการส่งเสริมการขายมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนด โดยการประชาสัมพันธ์เป็นสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โฆษณาผ่านวิทยุชุมชน ผ่านโทรทัศน์และแผ่นพับใบปรีว

๔.๓.๕ กลยุทธ์ (Strategy) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร
แสดงให้เห็นถึงภูมิรู้พื้นบ้านเกี่ยวกับตาลโตนดที่สะท้อนจากคำศัพท์ในวงความหมายต่างๆ ได้แก่ การจำแนกเพศของตาลโตนด พันธุ์หรือชนิดของตาล ส่วนต่าง ๆ ของต้นตาลการเก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาล และผลผลิตจากตาลโตนด โดยนำเสนอในลักษณะของอนุกรมวิธาน

^{๔๖} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

^{๔๗} นพพร จุลกลางกูร และธัญลักษณ์ นิมนุ้ย. รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี : สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรีกรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๕๔, หน้า ๑๗.

^{๔๘} อรุณฯ เกิดพุ่ม. การศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรี. ปริญญาโทบริหารหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑ หน้า ๒๒๕-๒๓๒.

(taxonomy) ส่วนหนึ่งของการศึกษาชี้ให้เห็นความรู้อย่างลุ่มลึกของคนทำตาลเกี่ยวกับส่วนของต้นตาลและความพิถีพิถันของกรรมวิธีเก็บน้ำตาลที่ปรากฏผ่านคำเฉพาะ นอกจากนี้การให้ความหมายของคำเกี่ยวกับตาลตามมุมมองชาวบ้านยังสะท้อนให้วัฒนธรรมตาลของคนเพชรบุรี ได้แก่ วิถีอาชีพและช่วงเวลาทำตาล วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นจากตาล และความเชื่อและขนบธรรมเนียมเกี่ยวกับอาชีพทำตาล งานวิจัยนี้นำไปสู่ความเข้าใจความรู้พฤกษศาสตร์ตาลแบบพื้นบ้านและวิถีวัฒนธรรมตาลของคนเพชรบุรีซึ่งยังประโยชน์ต่อการสืบทอด การอนุรักษ์การจัดการทรัพยากรตาลของท้องถิ่น ตลอดจนการพัฒนาอาชีพทำตาล และสามารถเชื่อมโยงความรู้ไปสู่ศาสตร์สาขาอื่น ๆ ต่อไป^{๔๙} ดังนั้นกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ๑) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การที่เป็นกลุ่มดั้งเดิมที่ขายผลิตภัณฑ์มันทอดในชุมชนตั้งแต่ช่วงแรก ๆ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค และมีเพจของกลุ่มที่สามารถเป็นช่องทางให้กับลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมและสั่งซื้อสินค้า ๒) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ การที่ผู้ผลิตในชุมชนแข่งขันกันเอง ต่างคนก็ต่างผลิต ต่างคนก็ต่างขาย ส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างน้อย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องถิ่น แต่กิจการมีตัวแทนเพื่อช่วยกระจายสินค้าทำให้ได้ผลกำไรค่อนข้างมากในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา ๓) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค แต่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงภายในกลุ่ม ผู้ผลิตต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง และ ๔) กลยุทธ์เชิงรับ คือ การมีต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างสูง และเป็นวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ อาจเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่น^{๕๐}

สรุปผลการวิจัยได้ว่า การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรประกอบด้วย ๑. วิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ต้องสร้างแนวทางการนำวิสัยทัศน์ vision ในการพัฒนาการตลาดแจ้งให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมตัวกันในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ดีจะทำให้เพิ่มรายได้จากผู้ซื้อสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญลำดับต้นๆ ซึ่งต้องสอดคล้องกับการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโดดเด่น” คือ “เป็นเมืองต้นแบบที่ก่อให้เกิดรายได้จากตาลโดดเด่นอย่างมั่นคงและยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชรเมืองตาลโดดเด่น” ใน ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๑) การส่งเสริมการปลูกตาลโดดเด่น ๒)

^{๔๙} สุนี คำนวลศิลป์. การศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๙, หน้า ๘๐-๘๑.

^{๕๐} วัลลภา พัฒนา และอันธิกา ทิพย์จำนงค์. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลท่าข้าม. (รายงานการวิจัย), สงขลา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๒๕๖๓, หน้า ๒๑๙-๒๒๐.

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตาลโตนด ๓) การวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากตาลโตนด และ ๔) ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” ๒. พันธกิจ (Mission) การพัฒนาภาคการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของจังหวัด โดยระดมพลังการมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว และประชาชนอยู่ดีมีสุข และ ๒) เสริมสร้างสมรรถนะและความเข้มแข็งของหมู่บ้าน/ชุมชน เพื่อให้ใช้แผนชุมชนที่มีคุณภาพเป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนา และการกำหนดตำแหน่งตามศักยภาพภูมิสังคม และทุนทางสังคม โดยให้หมู่บ้าน/ชุมชน เป็นศูนย์กลางการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพและตลาดชุมชน ๑) เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ๒) ส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๓) รับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และ ๔) ประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ ๓. วัตถุประสงค์ (Objective) การพัฒนาภาคการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ การจัดทำหน่วยแบบเลือกสรร ๒) การกระจายสินค้าของผู้ผลิตมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำเพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรง และใช้ระยะเวลาสั้น ๓) ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด มาใช้กับสินค้าเกษตรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ และ ๔) ต้นทุนการกระจายสินค้ามิได้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด แต่ปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับจังหวัด ลดปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ๔. เป้าหมาย (Target) การพัฒนาภาคการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่พบส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนรูปแบบของเชิงเทียนเป็นหลัก ๒) แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งที่มีผู้ที่สนใจไปมาได้อย่างสะดวกและเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง ๓) การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์มาจากการประเมินราคาต้นทุนในการผลิตและผลกำไร ที่สมาชิกกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะได้รับ ผู้นำกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม โดยต้องคำนึงถึงกำลังการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ประกอบด้วย ๔) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมทำจากกระดาษสา มีรูปทรงแบบเรียบง่าย มีฝาปิดด้านบน และ ๕) ทางด้านการส่งเสริมการขายมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนด โดยการประชาสัมพันธ์เป็นสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โฆษณาผ่านวิทยุชุมชน ผ่านโทรทัศน์และแผ่นพับใบปลิว และ ๕. กลยุทธ์ (Strategy) การพัฒนาภาคการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ต้องสร้างกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ๑) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การที่เป็นกลุ่มดั้งเดิมที่ขายผลิตภัณฑ์มันทอดในชุมชนตั้งแต่ช่วงแรก ๆ ซึ่ง

ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค และมีเพจของกลุ่มที่สามารถเป็นช่องทางให้กับลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่ ได้เข้ามาเยี่ยมชมและสั่งซื้อสินค้า ๒) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ การที่ผู้ผลิตในชุมชนแข่งขันกันเอง ต่างคนก็ต่างผลิต ต่างคนก็ต่างขาย ส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างน้อย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องถิ่น แต่กิจการมีตัวแทนเพื่อช่วยกระจายสินค้าทำให้ได้ผลกำไรค่อนข้างมากในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา ๓) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค แต่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ภายในกลุ่ม ผู้ผลิตต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง และ ๔) กลยุทธ์เชิงรับ คือ การมีต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างสูง และเป็นวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ อาจเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่น

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Participatory Action) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group) และการลงพื้นที่ปฏิบัติการ (Participatory Action) โดยมีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร ๒) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และ ๓) เพื่อพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยมีรายละเอียดดังนี้

๕.๑ สรุป

๕.๒ อภิปรายผล

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุป

ผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ประกอบด้วย ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร และการพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยมีรายละเอียดดังนี้

๕.๑.๑ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร

ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร ได้แก่ ๑. ประเภทต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ลูกตาล ๒) จาวตาล ๓) ผลตาล ๔) เมล็ดตาล ๕) เปลือกตาล ๖) ใบตาล ๗) ทางตาล และ ๘) ลำต้นตาล ๒. รูปแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ทำน้ำตาล ชั้น-สด-ไซรับ ๒) ทำตาลเลาะ เต้าตาลอ่อน ๓) ทำตาลยี่ ๔) ทำจาวตาล ๕) ทำไม้ตัดเท้า ๖) ทำโต๊ะเฟอร์นิเจอร์ ๗) แกะทำตัวหนังสือ ๘) นำใบมาปรุงหลังคา ๙) ทำน้ำส้มสายชูไซเดอร์ ๑๐) ทำไม้กวาดหรือทำหมวกโดยใช้เส้นใบจากกาบตาล ๑๑) ใบอ่อนนำมาสานเป็นตะกร้า ๑๒) ต้นนำไม้มาทำโต๊ะเก้าอี้ ทำโครงบ้านหรือพื้นรับน้ำหนัก ๑๓) ทำยาสมุนไพร ๑๔) หัวตาล นำมาทำแกงหัวตาล ๑๕) สร้างอาชีพทำโมบายสวยงามตุ๊กตาจากเมล็ด ๑๖) นำมาเผาเป็นถ่านเช่นเมล็ดแห้ง ๑๗) ทำกระแฉะ ๑๘) การทำลำตาล ๑๙) เศษจากเตานำมาฝังกลบเพื่อได้ดูดน้ำให้พืชในฤดูแล้ง และ ๒๐) นำถ่านอัดแท่งจากถ่านที่เคี้ยวตาล ๓. วัสดุต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้นตาลในจังหวัดเพชรบุรีแบ่งออกได้เป็น ๒ พันธุ์ ได้แก่ ๑)

ตาลบ้าน มีจำนวนเต้าตาลในแต่ละผล ๑-๔ เต้า แบ่งสายพันธุ์ย่อยได้อีก ๓ พันธุ์ คือ (๑) ตาลหม้อ มีผลขนาดใหญ่ ผิวดำคล้ำ (๒) ตาลไข่ มีผลสีขาวเหลือง ผลขนาดเล็กกว่า แต่เต้าตาลใหญ่ขนาดใกล้เคียงกับตาลหม้อ (มีเนื้อหุ้มเต้าตาลบาง) และ (๓) ตาลจาก มีผลในทะเลทรายแน่นคล้ายทะเลทรายจาก และ ๒) ตาลป่า มีผลเล็กขนาดตาลไข่ มีผลเขียวคล้ำ มีเต้า ๑-๒ เต้า ลำต้นสีเขียวสด ก้านใบยาว (บางคนเรียกว่า ตาลก้านยาว) พบแถบเขาแดน อำเภอบ้านลาด และในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ตาลป่ายังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก เพราะมักขึ้นอยู่ในป่า ๔. กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล การนำภูมิปัญญาชาวบ้านแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ หรือเพิ่มนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการเพิ่มผลการผลิต และคงสภาพอัตลักษณ์ของเดิมเอาไว้ ต้องมีอาคารที่สร้างขึ้นโดยมีการถ่ายเทของอากาศได้ดี การใช้วัสดุที่ทำ หรือบรรจุ มีมาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ต้องให้ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคตั้งแต่คนขึ้น คนเคี้ยว และที่สำคัญต้องสร้างนวัตกรรมเครื่องกวนตาลใช้แทนกำลังคน และ ๕. การอนุรักษ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้องจัดเป็นพิพิธภัณฑ์เรื่องตาลเมืองเพชร ควรมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาโชว์หรือแสดงพร้อมมีคำบรรยาย หรือทำรูปแบบของภาพยนตร์ในเรื่องของฤดูกาลทุกอย่าง พร้อมทั้งหาแนวทางที่จะรวบรวมคนที่เคยทำอาชีพตาลมาตลอดชั่วชีวิต มาพูดคุยก่อนที่จะตายไปพร้อมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัว

๕.๑.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑. แนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การนำสิ่งที่มีอยู่จำนวนมากและบางบ้านไม่ได้นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ และออกแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จากวิจัยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์จากต้นตาลได้แก่ ๒ ได้แก่ ๑) ผลิตภัณฑ์บอนไซตาล และ ๒) ผลิตภัณฑ์ต้นกล้าตาล ๒. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน กลุ่มกิ่งไม้ตาลเป็นหน่วยงานต่าง ๆ ของทางราชการ อาทิ กรมพัฒนาชุมชน สหกรณ์ชุมชน เป็นต้น เป็นหน่วยงานที่ช่วยส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มกิ่งไม้ตาลมีความรู้ในการพัฒนางาน การทำธุรกิจและให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนสนับสนุน เพื่อให้การทำงานของกลุ่มกิ่งไม้ตาลเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรคในด้านเงินทุนสำรองจัดซื้อวัตถุดิบ การพัฒนา กลยุทธ์การตลาด อันดับแรกต้องผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานด้วย โดยใช้ช่องทางโซเชียล ออนไลน์ ออฟไลน์ การจัดงานวิถีตาม วิถีตาลการจัดกิจกรรมแข่งขัน Adventure โดยใช้หุ่นยนต์ ๓. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การคิดค้นตัวสินค้าใหม่ ๆ โดยขอคำปรึกษาหรืออ้างอิงจากการทดสอบผลิตภัณฑ์นั้น โดยใช้สถาบันการศึกษาท้องถิ่น อาทิ อาชีวะ วิทยาลัยการอาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ส่วนราชการของจังหวัด อาทิ พาณิชย อุตสาหกรรม อาจมีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตมีมาตรฐานซึ่งจะมีประโยชน์ต่อยอดการจำหน่ายและมีแนวทางสร้างนวัตกรรมตัวใหม่ขึ้นมาเป็นที่ยอมรับและปลอดภัยต่อผู้บริโภค และ ๔. แนวทางการทดสอบตลาดต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ กลยุทธ์การตลาดสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย (๑) รูปแบบของกิจกรรมที่จัดขึ้นต้องก่อให้เกิดการเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเจ้าของวัฒนธรรมกับ นักท่องเที่ยว (๒) การส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคาหรือการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram และ Twitter (๓) ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวควรเผยแพร่ผ่าน เว็บไซต์หรือสื่อโซเชียลมีเดีย (๔) กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องมีความน่าสนใจ สามารถปรับและเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายช่วงอายุ (๕) สร้างจุดเด่นหรือความเป็นเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้เกิดกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ และ (๖) สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็น โดยเฉพาะควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทางและการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น

๕.๑.๓ การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ประกอบด้วย ๑. วิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ต้องสร้างแนวทางการนำวิสัยทัศน์ vision ในการพัฒนาการตลาดแจ้งให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมตัวกันในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ที่จะทำให้เพิ่มรายได้จากผู้ซื้อสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญลำดับต้นๆ ซึ่งต้องสอดคล้องกับการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนต” คือ “เป็นเมืองต้นแบบที่ก่อให้เกิดรายได้จากตาลโตนตอย่างมั่นคงและยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชรเมืองตาลโตนต” ใน ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๑) การส่งเสริมการปลูกตาลโตนต ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตาลโตนต ๓) การวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากตาลโตนต และ ๔) ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนต” ๒. พันธกิจ (Mission) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของจังหวัด โดยระดมพลังการมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว และประชาชนอยู่ดีมีสุข และ ๒) เสริมสร้างสมรรถนะและความเข้มแข็งของหมู่บ้าน/ชุมชน เพื่อให้ใช้แผนชุมชนที่มีคุณภาพเป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนา และการกำหนดตำแหน่งตามศักยภาพภูมิสังคม และทุนทางสังคม โดยให้หมู่บ้าน/ชุมชน เป็นศูนย์กลางการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพและตลาดชุมชน ๑) เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ๒) ส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๓) รับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และ ๔) ประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ ๓. วัตถุประสงค์ (Objective) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

มากที่สุดคือ การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร ๒) การกระจายสินค้าของผู้ผลิตมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำเพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรง และใช้ระยะเวลาสั้น ๓) ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด มาใช้กับสินค้าเกษตรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ และ ๔) ต้นทุนการกระจายสินค้ามิได้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด แต่ปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับจังหวัด ลดปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ๔. เป้าหมาย (Target) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่พบส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนรูปแบบของเชิงเทียนเป็นหลัก ๒) แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งที่มีผู้ที่สนใจไปมาได้อย่างสะดวกและเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง ๓) การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์มาจากการประเมินราคาต้นทุนในการผลิตและผลกำไร ที่สมาชิกกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะได้รับ ผู้นำกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม โดยต้องคำนึงถึงกำลังการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป็นสำคัญประกอบด้วย ๔) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมทำจากกระดาษสา มีรูปทรงแบบเรียบง่าย มีฝาปิดด้านบน และ ๕) ทางด้านการส่งเสริมการขายมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนด โดยการประชาสัมพันธ์เป็นสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โฆษณาผ่านวิทยุชุมชน ผ่านโทรทัศน์และแผ่นพับใบปรีว และ ๕. กลยุทธ์ (Strategy) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ต้องสร้างกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ๑) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การที่เป็นกลุ่มดั้งเดิมที่ขายผลิตภัณฑ์มันทอดในชุมชนตั้งแต่ช่วงแรก ๆ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค และมีเพจของกลุ่มที่สามารถเป็นช่องทางให้กับลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมและสั่งซื้อสินค้า ๒) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ การที่ผู้ผลิตในชุมชนแข่งขันกันเอง ต่างคนก็ต่างผลิต ต่างคนก็ต่างขาย ส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างน้อย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องถิ่น แต่กิจการมีตัวแทนเพื่อช่วยกระจายสินค้าทำให้ได้ผลกำไรค่อนข้างมากในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา ๓) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค แต่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงภายในกลุ่ม ผู้ผลิตต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง และ ๔) กลยุทธ์เชิงรับ คือ การมีต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างสูง และเป็นวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ อาจเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่น

๕.๒ อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ประกอบด้วย ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรและ การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร โดยมีรายละเอียดดังนี้

๕.๒.๑ ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร

๑. ประเภทต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ลูกตาล ๒) จาวตาล ๓) ผลตาล ๔) เมล็ดตาล ๕) เปลือกตาล ๖) ใบตาล ๗) ทางตาล และ ๘) ลำต้นตาล สอดคล้องกับรูปแบบของเทคโนโลยีสามมิติในปัจจุบันนี้มีหลากหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบก็มีวิธีการใช้งานและข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกัน นักออกแบบต้องมีการศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนั้น อาทิ ด้านกระบวนการทำงาน ด้านวัสดุที่ใช้หรือข้อจำกัดของเทคโนโลยีแต่ละประเภท เพื่อให้สามารถใช้งานได้เหมาะสมไม่เกิดอุปสรรคในการทำงาน ทั้งนี้การพิมพ์สามมิติโดยการฉีควัสดุผ่านหัวฉีดที่นำเสนอในบทความนี้มีข้อดีในการใช้งานหลายประการ คือ สามารถผลิตชิ้นงานได้หลายรูปแบบ เลือกใช้วัสดุได้หลากหลาย และสามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่มีค่าดำเนินการไม่สูง มีการพัฒนาเครื่องพิมพ์ เพื่อการใช้งานระดับบุคคลทำให้การเข้าถึงเทคโนโลยีง่ายมากขึ้น การทำงานไม่ซับซ้อนแต่มีข้อเสียคือชิ้นงานที่ได้จะมีพื้นผิวไม่เรียบเนียนเป็นเนื้อเดียวกัน มีลักษณะเป็นชั้นบันไดจึงต้องนำมาขัดตกแต่งพื้นผิวอีกครั้ง ทั้งนี้การสั่งพิมพ์ชิ้นงาน นักออกแบบต้องพิจารณารูปทรงและทิศทางในการวางชิ้นงานบนแท่นพิมพ์ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในขั้นตอนของการฉีควัสดุผ่านหัวพิมพ์ และต้องระมัดระวังเรื่องการโค้งงอของชิ้นงานที่อาจเกิดขึ้นได้^๑

๒. รูปแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ได้แก่ ๑) ทำน้ำตาล ชั้น-สด-ไซรับ ๒) ทำตาลเลาะเต้าตาลอ่อน ๓) ทำตาลยี่ ๔) ทำจาวตาล ๕) ทำไม้ตัดเท้า ๖) ทำโต๊ะเฟอร์นิเจอร์ ๗) แกะทำตัวหนังสือ ๘) นำใบมามุงหลังคา ๙) ทำน้ำส้มสายชูไซเดอร์ ๑๐) ทำไม้กวาดหรือทำหมวกโดยใช้เส้นใบจากกาบตาล ๑๑) ใบอ่อนนำมาสานเป็นตะกร้า ๑๒) ต้นนำไม้มาทำโต๊ะเก้าอี้ ทำโครงบ้านหรือพื้นรับน้ำหนัก ๑๓) ทำยาสมุนไพร ๑๔) หัวตาล นำมาทำแกงหัวตาล ๑๕) สร้างอาชีพทำโมบายสวยงามตุ๊กตาจากเมล็ด ๑๖) นำมาเผาเป็นถ่านเช่นเมล็ดแห้ง ๑๗) ทำกระแเซ่ ๑๘) การทำกล้าตาล ๑๙) เศษถ่านจากเตานำมาฝังกลบเพื่อได้คูดน้ำให้พืชในฤดูแล้ง และ ๒๐) นำถ่านอัดแท่งจากถ่านที่เคี้ยวตาล สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยวัฒนธรรมชุมชน พบว่า เอกลักษณ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์จากต้นตาลของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีการคงอยู่ที่ดีทั้งใน ลักษณะคุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวัฒนธรรมชุมชนและความเป็นกลุ่มชุมชนในหลาย พื้นที่ เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในละแวก โดยเฉพาะในพื้นที่ทางการศึกษาจะพบว่าชาวบ้านเห็นคุณค่า ความสำคัญและมีความภาคภูมิใจต่อการรักษาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของตน สำหรับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของตน นอกจากจะเป็นตัวแทนของบรรพบุรุษแล้ว ยังเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของ

^๑ ฌบักข จันทรเมือง. การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๐) : ๑๙๗-๑๙๘.

ความเป็นจังหวัด เพชรบุรี หรืออาจหมายถึงความเป็นไทยในระดับภาพกว้าง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แต่ก็พบการเปลี่ยนแปลงของเอกลักษณ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นใน การใช้วัสดุเหล่านี้ เพื่อตอบสนองกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนไปด้วย^๒

๓. วัสดุต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้นตาลในจังหวัดเพชรบุรีแบ่งออกได้เป็น ๒ พันธุ์ ได้แก่ ๑) ตาลบ้าน มีจำนวนเต้าตาลในแต่ละผล ๑-๔ เต้า แบ่งสายพันธุ์ย่อยได้อีก ๓ พันธุ์ คือ (๑) ตาลหม้อ มีผลขนาดใหญ่ ผิวดำคล้ำ (๒) ตาลไข่ มีผลสีขาวเหลือง ผลขนาดเล็กกว่า แต่เต้าตาลใหญ่ขนาดใกล้เคียงกับตาลหม้อ (มีเนื้อหุ้มเต้าตาลบาง) และ (๓) ตาลจาก มีผลในทะลายแน่นคล้ายทะลายจาก และ ๒) ตาลป่า มีผลเล็กขนาดตาลไข่ มีผลเขียวคล้ำ มีเต้า ๑-๒ เต้า ลำต้นสีเขียวสด ก้านใบยาว (บางคนเรียกว่า ตาลก้านยาว) พบแถบเขาแด่น อำเภอบ้านลาด และในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ตาลป่ายังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก เพราะมักขึ้นอยู่ในป่า สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์จากตาลโตนด สุนัขวัตรกรรมวัสดุตกแต่งผนังใยตาลโตนด พบว่า รูปแบบลวดลายผนังได้แนวคิดจากภูมิปัญญาเชิงช่างในพื้นที่ ซึ่งมีความเรียบง่าย (Simplify) เหมาะสมกับเทคโนโลยีที่ชาวบ้านในพื้นที่สามารถทำได้ ซึ่งการได้มาซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ข้อสรุปจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน (Participate) จากผลการประเมินรูปแบบลวดลายชุมชนมีความพึงพอใจ และนวัตกรรมวัสดุตกแต่งผนังใยตาลโตนด ชุมชนสามารถทำได้ในกระบวนการผลิตเส้นใย ซึ่งเป็นกระบวนการที่ไม่ซับซ้อน^๓

๔. กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล การนำภูมิปัญญาชาวบ้านแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ หรือเพิ่มนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการเพิ่มผลการผลิต และคงสภาพอัตลักษณ์ของเดิมเอาไว้ ต้องมีอาคารที่สร้างขึ้นโดยมีการถ่ายเทของอากาศได้ดี การใช้วัสดุที่ทำ หรือบรรจุ มีมาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ต้องให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคตั้งแต่คนขึ้น คนเคี้ยว และที่สำคัญต้องสร้างนวัตกรรมเครื่องกวนตาลใช้แทนกำลังคน สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนดขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าแกม อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า แนวคิดทางการออกแบบ ประกอบด้วย ๑. ด้านตราสินค้า : แรงบันดาลใจในการออกแบบได้รับมาจากการกวนน้ำตาลปึกคู่มือการเคลื่อนไหว และอิสระพร้อมความอ่อนโยนเป็นธรรมชาติของลายเส้น รูปทรงของวงกลมสะท้อนความเป็นองค์กรที่เข้มแข็ง กลมเกลียว สอดคล้องกับตัวอักษรที่เลือกใช้ และสีที่ถูกรับรองด้วยสีน้ำตาลบ่งบอกถึงความเป็นพื้นถิ่นมีที่มาที่ไป ๒. ด้านกราฟิกบน

^๒ พระครูวัชรสุวรรณาทร. การผลิตผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยวัฒนธรรมชุมชน. (รายงานการวิจัย). สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๒, หน้า ๙๙-๑๐๐.

^๓ รอฮานา แวดอเลาะ. การใช้ประโยชน์จากตาลโตนด สุนัขวัตรกรรมวัสดุตกแต่งผนังใยตาลโตนด. การประชุมวิชาการระดับชาติ วันที่ ๙-๑๑ สิงหาคม ๒๕๖๕, หน้า ๑.

บรรจุภัณฑ์ : แรงบันดาลใจในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ ความเข้มข้นของกลิ่นของน้ำตาลโตนดที่ถูกนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อออกสู่ท้องตลาด และ๓. ด้านโครงสร้างและวัสดุ : โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก เพื่อเหมาะกับการใช้"งานเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมทางด้านต้นทุน และกำลังการผลิต ส่วนวัสดุที่ใช้ในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์นั้นเป็นการเลือกใช้วัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ อาทิ บรรจุภัณฑ์จากชานอ้อย และพลาสติกที่ผลิตจากเมล็ดข้าวโพด หรือแม้กระทั่งกระดาษที่สามารถนำกลับไปรีไซเคิลได้อีก^๔

๕. การอนุรักษ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาล ต้องจัดเป็นพิพิธภัณฑ์เรื่องตาลเมืองเพชร ควรมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาโชว์หรือแสดงพร้อมมีคำบรรยาย หรือทำรูปแบบของภาพยนตร์ในเรื่องของฤดูกาลทุกอย่าง พร้อมทั้งหาแนวทางที่จะรวบรวมคนที่เคยทำอาชีพตาลมาตลอดชั่วชีวิต มาพูดคุยก่อนที่จะตายไปพร้อมมองค้ความรู้อันมีอยู่ในตัว สอดคล้องกับการศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ พบว่า การแสดงให้เห็นถึงภูมิรู้พื้นบ้านเกี่ยวกับตาลโตนดที่สะท้อนจากคำศัพท์ในวงความหมายต่าง ๆ ได้แก่ การจำแนกเพศของตาลโตนด พันธุ์หรือชนิดของตาล ส่วนต่างๆ ของต้นตาล การเก็บเกี่ยวผลิตผลจากตาล และผลผลิตจากตาลโตนด โดยนำเสนอในลักษณะของอนุกรมวิธาน (taxonomy) ส่วนหนึ่งของการศึกษาชี้ให้เห็นความรู้อย่างลุ่มลึกของคนทำตาลเกี่ยวกับส่วนของต้นตาลและความพิถีพิถันของกรรมวิธีเก็บน้ำตาลที่ปรากฏผ่านคำเฉพาะ นอกจากนี้การให้ความหมายของคำเกี่ยวกับตาลตามมุมมองชาวบ้านยังสะท้อนให้วัฒนธรรมตาลของคนเพชรบุรี ได้แก่ วิถีอาชีพและช่วงเวลาทำตาล วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นจากตาล และความเชื่อและขนบธรรมเนียมเกี่ยวกับอาชีพทำตาล งานวิจัยนี้นำไปสู่ความเข้าใจความรู้พฤกษศาสตร์ตาลแบบพื้นบ้าน และวิถีวัฒนธรรมตาลของคนเพชรบุรี ซึ่งยังประโยชน์ต่อการสืบทอด การอนุรักษ์ การจัดการทรัพยากรตาลของท้องถิ่นตลอดจนการพัฒนาอาชีพทำตาล และสามารถเชื่อมโยงความรู้ไปสู่ศาสตร์สาขาอื่นๆ ต่อไป^๕

๕.๒.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

๑. แนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การนำสิ่งที่มีอยู่จำนวนมากและบางบ้านไม่ได้นำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ และออกแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จากวิจัยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์จากต้นตาล ๒ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ๑) ผลิตภัณฑ์บอนไซตาล และ ๒) ผลิตภัณฑ์

^๔ นิรัช สุตสังข์ และชโรธรณ์ ทิพย์อุถัมภ์. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนดขององค์การบริหารส่วนตำบลท่างาม อำเภอดำรงวิทยารัษฎา จังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิชาการ ศิลปะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (ตุลาคม ๒๕๕๔ – มีนาคม ๒๕๕๕) : ๘๒.

^๕ สุณี คำนวลศิลป์. การศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ. (รายงานการวิจัย), มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๑, หน้า ๘๐-๘๑.

ต้นกล้าตาล สอดคล้องกับการศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมจากวัสดุต้นตาล ประเภทของใช้และของตกแต่ง พบว่า แนวทางในการออกแบบและประยุกต์ผลิตภัณฑ์จากวัสดุตาล คือการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ ควรเน้นการใช้วัสดุที่เป็นพื้นถิ่นเพราะวัสดุเป็นวัสดุให้เห็นถึงเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ชัดเจน ส่วนที่ต้องปรับปรุงและแก้ไขคือ การออกแบบควรจะ ออกแบบโดยให้มีรูปทรงที่มีความเหมาะสมและสัมพันธ์กับการใช้งานเป็นอย่างมาก และควรมีประโยชน์ใช้สอยที่ชัดเจนและหลากหลาย รูปทรงจะต้องมีความแปลกใหม่ รูปแบบมีความสร้างสรรค์ มีจุดเด่น และมีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม โดยเน้นการผลิตที่ง่ายเพื่อเอื้อต่อเครื่องมือ และ ความสามารถของช่างผู้ผลิต^๖

๒. แนวทางทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่มกึ่งไม้ตาลเป็นหน่วยงานต่างๆ ของทางราชการ อาทิ กรมพัฒนา ชุมชน สหกรณ์ชุมชน เป็นต้น เป็นหน่วยงานที่ช่วยส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มกึ่งไม้ตาลมีความรู้ในการ พัฒนางาน การทำธุรกิจและให้ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนสนับสนุน เพื่อให้การทำงานของกลุ่มกึ่งไม้ ตาลเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรคในด้านเงินทุนสำรองจัดซื้อวัตถุดิบ การพัฒนา กลยุทธ์การตลาด อันดับแรกต้องผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานด้วย โดยใช้ช่องทางโซเชียล ออนไลน์ ออฟไลน์ การจัดงานวิถี ตาม วิถีตาลการจัดกิจกรรมแข่งขัน Adventure โดยใช้หุ่นยนต์ สอดคล้องกับการศึกษาวิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า กลุ่มกึ่งไม้ตาลมีส่วนประกอบทางการตลาด ได้แก่ ๑. ลักษณะผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนรูปแบบของเชิงเทียน ๒. แหล่งจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้ง ที่มีการสัญจรสะดวกและเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ ตาลโตนดที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง ๓. การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์มาจากการ ประเมินราคาต้นทุนการผลิตและผลกำไรที่สมาชิกกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะได้รับ ผู้นำกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะเป็น ผู้พิจารณาตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงกำลังการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ๔. บรรจุภัณฑ์ ที่ใช้กับผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมทำจากกระดาษสา มีรูปทรงแบบเรียบง่าย มีฝาปิดด้านบน และ ๕. ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนด โดยการประชาสัมพันธ์เป็นสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โฆษณาผ่านวิทยุชุมชน ผ่านโทรทัศน์ และแผ่น พับใบปรีว^๗

^๖ วุฒิชัย วิภาทานัง. การศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมจากวัสดุต้นตาล ประเภท ของใช้และของตกแต่ง. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒๒ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๐) : ๑๘๘.

^๗ อรณุช เกิดพุ่ม. การศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา, กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ โรฒ, ๒๕๕๑, หน้า ๒๓๔.

๓. แนวทางทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ การคิดค้นตัวสินค้าใหม่ ๆ โดยขอคำปรึกษาหรืออ้างอิงจากการทดสอบผลิตภัณฑ์นั้น โดยใช้สถาบันการศึกษาท้องถิ่น อาทิ อาชีววะ วิทยาลัยการอาชีพ มหาวิทยาลัย ส่วนราชการของจังหวัด อาทิ พาณิชย อุตสาหกรรมการ ออาจมีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตมีมาตรฐานซึ่งจะมีประโยชน์ต่อยอดการจำหน่ายและมีแนวทางสร้างนวัตกรรมตัวใหม่ขึ้นมาเป็นที่ยอมรับและปลอดภัยต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรชุมชนกรณีศึกษา กลุ่มเปาเปา ตำบลวัดจันทร์ อำเภอ สทิงพระ จังหวัดสงขลา พบว่า แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากร ชุมชน โดยมีการดำเนินงาน ๔ กิจกรรม ได้แก่ ๑) กิจกรรมการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ๒) กิจกรรมย่อย ได้แก่ กิจกรรมการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม ได้แก่ ซาลาเปา และกิจกรรมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ โดนัทจิ๋วตาลโตนด วาฟเฟิลตาลโตนด และกล้วยฉาบน้ำตาลโตนด ๒) กิจกรรม การพัฒนาโลโก้กลุ่ม ๓) กิจกรรมการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ และ ๔) กิจกรรมการสร้างเพจสินค้า^๘

๔. แนวทางการทดสอบตลาดต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ กลยุทธ์การตลาดสำหรับแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย (๑) รูปแบบของกิจกรรมที่จัดขึ้นต้องก่อให้เกิด การเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเจ้าของวัฒนธรรมกับ นักท่องเที่ยว (๒) การส่งเสริม การตลาด เช่น การลดราคาหรือการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook, Instagram และ Twitter (๓) ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวควรเผยแพร่ผ่าน เว็บไซต์หรือสื่อ โซเชียลมีเดีย (๔) กิจกรรมที่จัดขึ้นต้องมีความน่าสนใจ สามารถปรับและเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายช่วงอายุ (๕) สร้างจุดเด่นหรือความเป็นเอกลักษณ์ให้กับแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้เกิดกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ และ (๖) สร้างสิ่ง อำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็น โดยเฉพาะควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทางและการเข้าร่วมกิจกรรม ต่าง ๆ ที่จัดขึ้น สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้าง มูลค่าเพิ่ม ด้วยวัฒนธรรมชุมชน พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นตาลสร้างมูลค่าเพิ่มให้ท้องถิ่น ด้วยอัตลักษณ์ชุมชน พบว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมในแต่ละชุมชนท้องถิ่นนั้น มีทั้งที่ยังคงรักษาไว้แต่อยู่อย่าง กระจัดกระจายและที่ถูกทำให้ลดจนวนลงอย่างมาก โดยเฉพาะการ ลดจนวนลงของต้นตาลในท้องถิ่นต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการโยกย้ายเรือนออกไปอยู่ที่อื่น ๆ สนวนบางส่วนถูกทิ้งร้าง และสนวน บางส่วนถูกปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการ ตามวิถีชีวิตที่ทันสมัยจนก่อให้เกิด ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น เนื่องจากการพัฒนาการของวัสดุและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้งานช่างไม้ตาลที่เป็น

^๘ ณัฐพร ทองฤทธิ์นุ่น, วรรณกานต์ พุทธิรักษ์, ชลมี แคมะ และชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ. การ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรชุมชนกรณีศึกษา กลุ่มเปาเปา ตำบลวัดจันทร์ อำเภอ สทิงพระ จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ , ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม – ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๑๔.

ภูมิปัญญาสำคัญในการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของไทยไม่ได้รับการพัฒนาให้เกิดความต่อเนื่อง และกำลังสูญหายไปในบางท้องถิ่น สามารถมีบทบาทในการสืบสานและพัฒนางานด้านนี้เพื่อเป็นส่วนในการพัฒนาและวัฒนธรรมतालเมืองเพชรที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมให้สืบเนื่องต่อไป^๙

๕.๒.๓ การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนतालเมืองเพชร

๑. วิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนतालเมืองเพชร ต้องสร้างแนวทางการนำวิสัยทัศน์ vision ในการพัฒนากลไกการตลาดแจ้งให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมตัวกันในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ดีจะทำให้เพิ่มรายได้จากผู้ซื้อสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญลำดับต้นๆ ซึ่งต้องสอดคล้องกับการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองतालโตนด” คือ “เป็นเมืองต้นแบบที่ก่อให้เกิดรายได้จากतालโตนดอย่างมั่นคงและยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชรเมืองतालโตนด” ใน ๔ ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๑) การส่งเสริมการปลูกतालโตนด ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากतालโตนด ๓) การวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากतालโตนด และ ๔) ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองतालโตนด” สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวัฒนธรรมชุมชน พบว่ายกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการสืบสานวิถีวัฒนธรรมतालเมืองเพชร พบว่า วัฒนธรรมतालเมืองเพชรนับเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นความซับซ้อนทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นและช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงบ้านเรือนที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้เกิดการรักษาความสำคัญวัฒนธรรมतालเมืองเพชรนั้น ควรมาจากการรู้หรือการตระหนักในคุณค่าของที่อยู่อาศัยของประชาชนหรือเจ้าของสวนเอง การเปลี่ยนแปลงนี้จึงจะสามารถเกิดการ สร้างสรรค์และรักษาวัฒนธรรมतालเมืองเพชรให้คงคุณค่ากับท้องถิ่นต่อไป จึงควรส่งเสริมการใช้ ประโยชน์จากतालให้คุ้มค่า อาทิ งานหัตถกรรมจากताल เพื่อสร้างรายได้ และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่ต่างจากชุมชนอื่น จนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ติดตลาด สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนตามหลักเศรษฐกิจ พอเพียงแล้วจึงขยายเป็นแบบอย่างสู่ชุมชนอื่นต่อไป ตลอดจนมีการสร้างความตระหนักด้านการรักษา

^๙ พระครูวัชรสุวรรณาทธ. การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยวัฒนธรรมชุมชน. (รายงานการวิจัย). สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๒, หน้า ๑๐๐-๑๐๑.

สภาพแวดล้อมด้วยการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติแทนวัสดุสังเคราะห์ประเภทโฟมและพลาสติก^{๑๐}

๒. พันธกิจ (Mission) การพัฒนาโลกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่

๑) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการของจังหวัด โดยระดมพลังการมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว และประชาชนอยู่ดีมีสุข และ๒) เสริมสร้างสมรรถนะและความเข้มแข็งของหมู่บ้าน/ชุมชน เพื่อให้ใช้แผนชุมชนที่มีคุณภาพเป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนา และการกำหนดตำแหน่งตามศักยภาพภูมิสังคม และทุนทางสังคม โดยให้หมู่บ้าน/ชุมชน เป็นศูนย์กลางการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพและตลาดชุมชน ๑) เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ๒) ส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ๓) รับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และ๔) ประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ สอดคล้องกับทำวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ กรณีศึกษา น้ำตาลสดเมืองเพชรบุรี พบว่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด ส่วนใหญ่ดำเนินงานภายในครอบครัว กระบวนการผลิตยังคงรักษาภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณและการส่งเสริมการตลาดจากภาครัฐ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อน้ำตาลสดพร้อมดื่มด้วยตนเอง ชอบที่ความหอมหวานรสชาติแท้จากธรรมชาติ ชอบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดแก้ว ขนาด ๒๕๐ มล. ชอบน้ำตาลสีอ่อน โดยให้ความสำคัญในเรื่องของราคาและคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ควรแสดงฉลากที่สื่อความเป็นเอกลักษณ์ของเพชรบุรีบ่งบอกว่าเป็นน้ำตาลสดแท้เมืองเพชร บรรจุในขวดแก้วใส แสดงราคา และมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์^{๑๑}

๓. วัตถุประสงค์ (Objective) การพัฒนาโลกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร ๒) การกระจายสินค้าของผู้ผลิตมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำเพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรง และใช้ระยะเวลาสั้น ๓) ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด มาใช้กับสินค้าเกษตรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ และ ๔) ต้นทุนการกระจายสินค้ามีได้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด แต่ปัญหาสำคัญคือการขาด

^{๑๐} พระครูวัชรสุวรรณาทร. การผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยวัฒนธรรมชุมชน. (รายงานการวิจัย). สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๒, หน้า ๑๐๑-๑๐๒.

^{๑๑} โสภภาพร กล่ำสกุล และคงขวัญ ศรีสะอาด. การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ กรณีศึกษา น้ำตาลสดเมืองเพชรบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๐) : ๑๙๑-๑๙๒.

แคลนวัตถุดิบ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับจังหวัด ลดปัญหาทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสินค้าแปรรูปจากลูกตาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว หมู่บ้านน้ำตาลสด จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ชุมชนมีวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางการเกษตรในด้านการปลูก ดูแล และเก็บผลผลิตจากตาลโตนดและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาล การพัฒนาสินค้าเกษตรสินค้าแปรรูปจากลูกตาล คือ ไข่มุกลอนตาล และกิจกรรมและฐานการเรียนรู้ประกอบด้วย ๓ ฐานกิจกรรม ได้แก่ ๑) ฐานกิจกรรมการเรียนรู้ข้อมูลเบื้องต้นของต้นตาล ๒) ฐานกิจกรรมการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากกะลามะพร้าว และ ๓) ฐานกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากลอนตาล ผลการทดสอบกิจกรรมท่องเที่ยวนาร่อง พบว่า ผลการปฏิบัติงานภาพรวมมีคุณภาพดีมาก ผลสำเร็จของการพัฒนาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในภาพรวมที่ดี นักท่องเที่ยวนาร่องมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมที่เข้าร่วมทดสอบ และมีข้อเสนอแนะในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน โดยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและต่อยอดกิจกรรมให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพ^{๑๒}

๔. เป้าหมาย (Target) การพัฒนากลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ได้แก่ ๑) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่พบส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนรูปแบบของเชิงเทียนเป็นหลัก ๒) แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งที่มีผู้ที่สนใจไปมาได้อย่างสะดวกและเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง ๓) การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์มาจากการประเมินราคาต้นทุนในการผลิตและผลกำไร ที่สมาชิกกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะได้รับ ผู้นำกลุ่มกึ่งไม้ตาลจะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม โดยต้องคำนึงถึงกำลังการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป็นสำคัญประกอบด้วย ๔) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมทำจากกระดาษสา มีรูปทรงแบบเรียบง่าย มีฝาปิดด้านบน และ ๕) ทางด้านการส่งเสริมการขายมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนด โดยการประชาสัมพันธ์เป็นสินค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โฆษณาผ่านวิทยุชุมชน ผ่านโทรทัศน์และแผ่นพับใบปรีว สอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดเพื่อเพิ่มมูลค่า : กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรกรในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ประกอบการน้ำตาลโตนด เกษตรกรและผู้บริโภค มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนด ในด้านกลยุทธ์โดยการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

^{๑๒} ฐิติพัทธ์ ธนรัชต์ธำรงกุล กขมาศ แซ่เตียว บุษราคัม กลั่นน้ำทิพย์ สุรพงษ์ เพิ่มพล และชุตติกาญจน์ นาคณพคุณ การพัฒนาสินค้าแปรรูปจากลูกตาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว หมู่บ้านน้ำตาลสด จังหวัดฉะเชิงเทรา. The ๔th BAs National Conference ๒๐๒๒ การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๔ (ในความร่วมมือ ๕ สถาบัน), ๒๕๖๕, หน้า ๓๙.

ดังนั้น รูปร่างของผลิตภัณฑ์ มีรูปร่างลักษณะที่เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน เป็นการสร้างความแตกต่างด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์^{๑๓}

๕. กลยุทธ์ (Strategy) การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ต้องสร้างกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ๑) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การที่เป็นกลุ่มดั้งเดิมที่ขายผลิตภัณฑ์มันทอดในชุมชนตั้งแต่ช่วงแรก ๆ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค และมีเพจของกลุ่มที่สามารถเป็นช่องทางให้กับลูกค้าที่อยู่ต่างพื้นที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมและสั่งซื้อสินค้า ๒) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ การที่ผู้ผลิตในชุมชนแข่งขันกันเอง ต่างคนก็ต่างผลิต ต่างคนก็ต่างขาย ส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างน้อย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องถิ่น แต่กิจการมีตัวแทนเพื่อช่วยกระจายสินค้าให้ได้ผลกำไรค่อนข้างมากในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา ๓) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค แต่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงภายในกลุ่ม ผู้ผลิตต้องมีการปรับใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง และ ๔) กลยุทธ์เชิงรับ คือ การมีต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างสูง และเป็นวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ อาจเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องจากรั้วซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่น สอดคล้องกับการวิจัยกลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ๑) กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร ๒) การกระจายสินค้าของผู้ผลิตมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำเพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรง และใช้ระยะเวลาสั้น ๓) ผู้ประกอบการไม่สามารถนำวิธีการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด มาใช้กับสินค้าเกษตรอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้ และ ๔) ต้นทุนการกระจายสินค้ามีได้เป็นปัญหาสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด แต่ปัญหาสำคัญคือการขาดแคลนวัตถุดิบ ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงด้านการกระจายสินค้าเป็นกลยุทธ์ที่จะส่งเสริมให้สามารถปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน และการจัดสรรทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น^{๑๔}

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร ประกอบด้วย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

^{๑๓} อีรารัตน์ มงคลโสฬศ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดเพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา กลุ่มเกษตรกรในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี, งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ) วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๐, หน้า ๗๓-๗๔.

^{๑๔} ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ, กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๒๙๒-๒๙๓.

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑) ภาคส่วน ควรมีการวางแผนการปลูก การดูแล การตลาด หรือ การนำเทคโนโลยีมาใช้รวมถึงการได้มาซึ่งข้อมูลและผู้มีความรู้ในเรื่องตาลมาเพื่อต่อยอดในชุมชนต่อไปตามระยะเวลาที่กำหนด

๒) หน่วยงานส่วนท้องถิ่น ควรให้การสนับสนุนทั้งเชิงนโยบายและงบประมาณ เพื่อให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตาล จะได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ตนเอง/กลุ่มให้มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการตลาด

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

๑) แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี ควรสร้างสวนตาลเมืองเพชรเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ครบวงจรและต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนเมืองเพชร

๒) แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี ควรสร้างพิพิธภัณฑ์ตาลเพื่อกำกับดูแลอย่างเป็นระบบทั้งการวิจัยและพัฒนาพฤกษศาสตร์ตาล อาทิ การเพาะเนื้อเยื่อตาลคุณภาพดี

๓) พยายามทำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ได้มากต้องทำอย่างไร

๔) ทำอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์ออกมาเพียงพอต่อความต้องการของตลาด

๕) หาแรงงานเพิ่มเพื่อให้พอต่อการผลิต

๖) มีการฝึกงานกับผู้สอนและสามารถนำไปใช้ได้จริง

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

๑) การปลูกตาลควรทำเป็นระบบในพื้นที่จะปลูกเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ

๒) รวบรวมองค์ความรู้ในเรื่องของตาลจากคนทำอาชีพนี้เพื่อเขียนเป็นแนวทางตำราก่อนที่จะสูญหายไป

๓) ควรศึกษาความสำคัญของอาชีพโดยมีแรงบันดาลใจ แรงจูงใจ ตามที่ตั้งใจ ความปลอดภัย

๔) ควรศึกษาข้อดีและข้อเสียเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตาลทั้งส่วนที่จะต้องทำการแก้ไขปรับปรุงในอาชีพ

บรรณานุกรม

- กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุล. การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๐.
- กนิษฐา ชูเชิด. การศึกษาเพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปประยุกต์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ๒๕๕๑.
- กุสุมาลวดี ศิริโกมุท. กลยุทธ์การพัฒนาศรีเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๕๘.
- เกษศิริรินทร์ ภิญญาคง. หลักการตลาด (Principle of Marketing). ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ๒๕๕๔.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). ชุมชนถ้ำรงค์. <https://shorturl.asia/B6Swv> (วันที่ ๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖)
- จังหวัดเพชรบุรี. เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : ยุทธศาสตร์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองเพชร เมืองตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด”. เพชรบุรี : จังหวัดเพชรบุรี, ม.ป.ป..
- จินดา ขลิบทอง. แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดนนทบุรี. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๒ (๒๕๕๙) : ๖๐.
- จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งพาตนเอง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๘.
- จารุวรรณ ชูสงค์ และไพฑูรย์ ศิริรักษ์. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรจากตาลโตนดของกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการ มทร.สุวรรณภูมิ, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๗) : ๖๐, ๑๖๕.
- ฐิติพัทธ์ ธนรัชต์อำรงกุล กษมาศ แซ่เตียว บุษราคัม กลั่นน้ำทิพย์ สุรพงษ์ เพิ่มพล และชุตติกาญจน์ นาคนพคุณ. การพัฒนาสินค้าแปรรูปจากลูกตาลและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวหมู่บ้านน้ำตาลสด จังหวัดฉะเชิงเทรา. The 4th BAs National Conference 2022 การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๔ (ในความร่วมมือ ๕ สถาบัน), ๒๕๖๕.
- ณัฐพร ทองฤทธิ์นุ่น, วรรณกานต์ พุทธิรักษ์, ชลมี แคนมา และชลลดา แสงมณี ศิริสาธิตกิจ. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานทรัพยากรชุมชนกรณีศึกษา กลุ่มเปาเปา

- ตำบลวัดจันทร์ อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา.** วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหาร
ศาสตร์ , ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม – ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๑๔.
- ณปภัช จันทร์เมือง. การใช้เทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์. **วารสารครุ
ศาสตร์อุตสาหกรรม**, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๐) : ๑๙๗-๑๙๘.
- ณรงค์ พลีรักษ์ พรรณิภา อนุรักษ์ากรกุล และธนภูมิ ปองเสงี่ยม. โครงการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ตามแนวบูรพาทิศ. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๙.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. **เศรษฐศาสตร์ การเมือง วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพมหานคร:
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๕.
- ณัฐวศา สุทธิธาดา. **ONLINE MARKETING** ใครๆ ก็ทำได้ชนะใจลูกค้า เหนือกว่าคู่แข่ง.
กรุงเทพมหานคร: วิตตี้กรุ๊ป, ๒๕๕๙.
- ดล. คั่นเมื่อ ๗ เมษายน ๒๕๖๗** จาก <https://shorturl.asia/ridMk>
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)**. (กรุงเทพมหานคร: เคทีพี คอมพ์
แอนด์ คอนซัลท์, ๒๕๕๒).
- จงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. **การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน**. สงขลา: สถาบันสันติ
ศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖.
- ธนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภิญโญ. กลยุทธ์รูปแบบการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ตาลโตนด จังหวัดเพชรบุรี.
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒
(กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๒๙๒-๒๙๓.
- ธีรารัตน์ มงคลโสฬส, **การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนดเพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา กลุ่ม
เกษตรกรในอำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี**, งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการสาธารณสุข) วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัย
บูรพา, ๒๕๖๐.
- นันทยา หุตานูวัตร และณรงค์ หุตานูวัตร. **คิดกลยุทธ์ด้วย SWOT**. (พิมพ์ครั้งที่ ๗). (อุบลราชธานี:
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, ๒๕๕๑).
- นพพร จุลกลางกูร และธัญลักษณ์ นิ่มนุ้ย. **รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี**. เพชรบุรี :
สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรีกรมส่งเสริมการเกษตร, ๒๕๕๔.
- นิรัช สุดสังข์ และชโรธรณ์ ทิพย์อุปลัมภ์. **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก
ตาลโตนดขององค์การบริหารส่วนตำบลท่างาม อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก**.
วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒
(ตุลาคม ๒๕๕๔ – มีนาคม ๒๕๕๕) : ๘๒.

- บุญรัตน์ บุญรัมย์ และคณะ. การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดของชุมชนในพื้นที่
จังหวัดสงขลา. **รายงานวิจัย**, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๒๕๖๕.
- บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. **การตลาดทางตรง**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๖๑.
- บุญเรือง สมประจบ. หัตถกรรมไม้ตาลภาคกลาง : การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการผลิตและการ
พัฒนาเชิงพาณิชย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. **วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม**, ปีที่
๒๐ ฉบับที่ ๓ (กันยายน – ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๕๐.
- พงศ์รัตดา ป่านสุวรรณ. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี.
การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ ๑๓ ปีการศึกษา ๒๕๖๑
จัดโดย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต, วันพฤหัสบดีที่ ๑๖ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๖๑,
หน้า ๒๐๖.
- พระครูวัชรสุวรรณาท. (ลูกซุบ เกตุเขียว) พระอาคม กุญแจนาค และอนุชา พละกุล. การผลิตภัณฑ์
ท้องถิ่น : คุณค่าอัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวัฒนธรรมชุมชน, (**รายงานการ
วิจัย**), สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๒.
- พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ, สุขุมวิทย์ ไสยโสภณ และจินตนา กำแพงศิริชัย, รูปแบบและสร้างสรรค์
ผลิตภัณฑ์ตาลโตนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัด
ฉะเชิงเทรา, **วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม**, ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (กรกฎาคม-
ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๒๗
- ไพโรจน์ ปิยะวงค์วัฒนา. **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
๒๕๕๕.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. **ยุทธศาสตร์การพัฒนา : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก**. นนทบุรี: บุ๊คพอยท์,
๒๕๕๖.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. **ศูนย์การเรียนรู้เตาตาลวัดพระรูป**. U2T มหาวิทยาลัยสู่ตำบล
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. ม.ป.ป.
- รอฮานา แวดอเลาะ และคณะ. การใช้ประโยชน์จากตาลโตนด สู่นวัตกรรมวัสดุตกแต่งผนังใย
ตาลโตนด. **การประชุมวิชาการระดับชาติ**, วันที่ ๙-๑๑ สิงหาคม ๒๕๖๕, หน้า ๑.
- ราตรี ศรีไพรวรรณ. **การพัฒนากลยุทธ์การบริหารสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนมาตรฐานสากล
ระดับประถมศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๕.
- ลักขณาพร โรจน์พิทักษ์กุล. การพัฒนารูปแบบการอนุรักษ์และส่งเสริมผลผลิตจากตาลโตนด
กรณีศึกษาชุมชนตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. **วารสาร
ศึกษาศาสตร์**, ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๒ (พฤศจิกายน ๒๕๔๙-มีนาคม ๒๕๕๐) : ๔๙.

- วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ๒๕๖๐.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. ตาล. ค้นเมื่อ ๗ เมษายน ๒๕๖๗ จาก <https://shorturl.asia/XLUGi>
- วิจิต นันทสุวรรณ. แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจ. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์, ๒๕๔๔.
- วิจิต อุ๋อัน. การจัดการเชิงกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ ๓). ปทุมธานี: พรินต์แอมมี่ (ประเทศไทย), ๒๕๕๑.
- วิทยา อยู่เย็น. การใช้ใบตาลสำหรับงานศิลปหัตถกรรม “ต้นตาลบ้านเรา” เอกสารประกอบผลงานทางวิชาการ โรงเรียนวัดศาลาเขื่อน อ.บ้านลาด. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเพชรบุรี เขต ๒, ม.ป.พ..
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเขตสายไหม. วารสารร่วมพฤษ มหวิทยาลัยเกริก, ปีที่ ๓๖ ฉบับที่ ๓ (กันยายน – ธันวาคม ๒๕๖๑) : ๑๒-๑๓.
- วุฒิ สุขเจริญ. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior). (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพมหานคร: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์, ๒๕๕๙.
- วุฒิชัย วิภาทานัง. การศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมจากวัสดุต้นตาล ประเภทของใช้และของตกแต่ง. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒๒ (พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๐) : ๑๘๘.
- วัลลภา พัฒนา และอันธิกา ทิพย์จำนงค์. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลท่าข้าม. (รายงานการวิจัย), สงขลา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๒๕๖๓.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: สบายดี, ๒๕๔๓.
- สมศักดิ์ สุริโย. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาการเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตร. ๒๕๔๗.
- สุรีย์ จันทรมโถลี วิราสิริรี วสิวีรสวี ทิพย์สุคนธ์ ศรีลาธรรม และศิริวรรณ วิเศษแก้ว. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุขภาพอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. วารสารกรมการแพทย์, ปีที่ ๔๓ ฉบับที่ ๖ (พฤศจิกายน - ธันวาคม ๒๕๖๑) : ๑๒๖.
- สุนี คำนวลศิลป์. การศึกษาภูมิรู้เรื่องตาลของคนเพชรบุรีผ่านระบบคำ. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๙.
- สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๔๖.
- สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑ สวนตาลณรงค์, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒ ผู้ใหญ่บ้านไร่มะทอน ตำบลไร่มะทอน อำเภอบ้านลาด, ศูนย์เตาตาล
ผู้ใหญ่, สัมภาษณ์วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๓ ผู้ใหญ่บ้าน ม.๒ ต.ไร่มะทอน อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี, สัมภาษณ์วันที่
๖ เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๔ ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลไร่มะทอน, สัมภาษณ์วันที่ ๕
เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ, สัมภาษณ์วันที่ ๖
เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖ เลขานุการนายกองค์การบริหารส่วนตำบลไร่มะทอน, สัมภาษณ์วันที่
๔ เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๗ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชรบุรี, สัมภาษณ์วันที่ ๓
เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๘ ผู้ใหญ่บ้าน ม.๙ ต.ไร่มะขาม อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี, สัมภาษณ์วันที่
๕ เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙ ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลไร่มะขาม , สัมภาษณ์
วันที่ ๖ เมษายน ๒๕๖๗

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๐ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ, สัมภาษณ์วันที่ ๖
เมษายน ๒๕๖๗

โสภภาพร กล่ำสกุล และคงขวัญ ศรีสะอาด. การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิง
พาณิชย์ กรณีศึกษา น้ำตาลสดเมืองเพชรบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงราย, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๐) : ๑๙๑-๑๙๒.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรื. **แผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔.** กรุงเทพมหานคร: ห้าง
หุ้นส่วน จำกัด วิ.เจ.พรินติ้ง, ๒๕๕๐.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘. **พระราชบัญญัติส่งเสริม
วิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘.** กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๔๘.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อย. **วิสาหกิจชุมชนกับวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาด.** เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.spx> ค้น
วันที่ ๓ กันยายน ๒๕๖๕

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, **การพัฒนาการศึกษาในพื้นที่ภูเขาสูงและถิ่น
ทุรกันดาร.** กรุงเทพมหานคร: สำนักนโยบายและแผนการศึกษาขั้นพื้นฐาน, ๒๕๕๔.

อารี วิบูลย์พงศ์, ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, นัทธมน อีระกุล, กฤษฎา แก้วมณี, ทินรัตน์ พิทักษ์พงศ์เจริญ, พิมพิมล แก้วมณี, พีรพงษ์ ปราบริปู, รัตนา แก้วเสน และนารินทร์ ทนดี. **ร้อยแปด วิสาหกิจ (ใน) ชุมชน แนวการวิจัยกลยุทธ์กรณีศึกษา**. เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ๒๕๕๙.

อิทธิวัฒน์ รัตนพองปู่. **E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพมหานคร: วิตตี้กรุ๊ป, ๒๕๕๕.
 อุทัยวรรณ ภูเทศ, การพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น, **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๙) : ๑๙๓, ๑๙๗.

อรนุช เกิดพุ่ม. **การศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาลโตนดของจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา, กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑.

Gill, R. **Theory & Practice of Leadership**. London: SAGE Publications, 2006.

MGR Online. “ตาลเมืองเพชร” หวานลิ้นไม่สิ้นซาก ด้วยวิถีอนุรักษ์จากฝีมือ “ดร.ป.สี” .
<https://mgronline.com/travel/detail/9560000020832> (๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๖)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ขอความอนุเคราะห์ให้การสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๗



วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๖๕/๑ หมู่ ๖ ตำบลช่องสะแก
อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ๗๖๐๐๐

๒๙ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์สัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์

จำนวน ๑ ฉบับ

ตามที่ข้าพเจ้า ดร.อนุชา พละกุล ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์ โดยสามารถประสานงานกับคณะผู้วิจัยได้โดยตรง

เรียนมาด้วยความนับถือ

(ดร.อนุชา พละกุล)

หัวหน้าโครงการ

วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ประสานงาน

ดร.อนุชา พละกุล โทรศัพท์ ๐๙๙-๙๖๙-๙๓๗๔

ภาคผนวก ข

ขอความอนุเคราะห์ให้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการวิจัย

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๗



วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๖๕/๑ หมู่ ๖ ตำบลช่องสะแก
อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ๗๖๐๐๐

๒๙ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๑

ฉบับ

ตามที่ข้าพเจ้า ดร.อนุชา พละกุล ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์ โดยสามารถประสานงานกับคณะผู้วิจัยได้โดยตรง

เรียนมาด้วยความนับถือ

(ดร.อนุชา พละกุล)

หัวหน้าโครงการ

วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ประสานงาน

ดร.อนุชา พละกุล โทรศัพท์ ๐๙๙-๙๖๙-๙๓๗๔

ภาคผนวก ค
แบบสัมภาษณ์เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาด
วิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

คำชี้แจง

๑. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” คณะผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นบุคคลที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผู้ถูกสัมภาษณ์ โปรดตอบแบบสัมภาษณ์ตามความคิดเห็นของท่านอย่างแท้จริงให้ครบถ้วนทุกข้อคำถาม โดยแบ่งออกเป็น ๕ ตอน

๒. แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยนี้ จัดทำขึ้นจำนวน ๑ ชุด เพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ๔ กลุ่ม ดังนี้

- | | |
|--------------------------------------------------|------------|
| ๑) นักวิชาการเกษตรจังหวัดเพชรบุรี | จำนวน ๒ คน |
| ๒) ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร | จำนวน ๒ คน |
| ๓) กรรมการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร | จำนวน ๒ คน |
| ๔) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชร | จำนวน ๒ คน |

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความเมตตาอนุเคราะห์จากท่าน ในการให้สัมภาษณ์แบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้ด้วยดี และคณะผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ ๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

แนวทางประเด็นการสัมภาษณ์ที่ ๑ ท่านมีแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์
อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

แนวทางประเด็นการสัมภาษณ์ที่ ๒ ท่านมีแนวทางทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดการ
ผลิตผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

แนวทางประเด็นการสัมภาษณ์ที่ ๓ ท่านมีแนวทางทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิง
สร้างสรรค์อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....

แนวทางประเด็นการสัมภาษณ์ที่ ๔ ท่านมีแนวทางการทดสอบตลาดต้นตาลเชิงสร้างสรรค์อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ตอนที่ ๔ การพัฒนาโครงการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

แนวทางประเด็นการสัมภาษณ์ที่ ๑ ท่านสามารถแนะนำวิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนาโครงการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

แนวทางประเด็นการสัมภาษณ์ที่ ๒ ท่านสามารถแนะนำพันธกิจ (Mission) การพัฒนาโครงการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรอย่างไร

.....
.....
.....

แนวทางประเด็นการสัมภาษณ์ที่ ๕ ท่านสามารถแนะนำกลยุทธ์ (Strategy) การพัฒนา
กลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชรอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....
.....

ตอนที่ ๕ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เจริญปฏิบัติการ และการวิจัยครั้งต่อไป
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

.....
.....
.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

.....
.....
.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

.....
.....
.....
.....
.....

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์

คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ง
กำหนดการ กิจกรรมภาคปฏิบัติการ (Action)



กำหนดการ

กิจกรรมภาคปฏิบัติการ (Action)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

ณ ศูนย์วิสาหกิจชุมชนตาล เมืองเพชร

วันศุกร์ที่ ๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗

| เวลาดำเนินการ | กิจกรรม |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เวลา ๑๖.๐๐ น. | ☞ นักวิจัย ประธานศูนย์ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลงทะเบียน |
| เวลา ๑๖.๓๐ น. | ☞ ดร. อนุชา พละกุล หัวหน้าโครงการ กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน และชี้แจงวัตถุประสงค์การทำวิจัย และการลงพื้นที่เก็บข้อมูล |
| เวลา ๑๖.๔๕ น. | ☞ ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนตาล เมืองเพชร กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน |
| เวลา ๑๗.๐๐ น. | ☞ ดร. อนุชา พละกุล และ ดร. ดาวนภา เกตุทอง หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย ดำเนินการแลกเปลี่ยนเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร” |
| | ☞ .-ต้นแบบผลิตภัณฑ์ตาลของวิสาหกิจชุมชนเมืองเพชร |
| | ☞ .-การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นตาลเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร |
| | ☞ .-การพัฒนาการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร |
| เวลา ๑๘.๐๐ น. | ☞ ดร. อนุชา พละกุล หัวหน้าโครงการ กล่าวขอบคุณและปิดกิจกรรม |

ประสานงาน

หัวหน้าโครงการ ดร. อนุชา พละกุล ๐๙๙ ๙๖๙ ๙๓๗๔ นักวิจัย ดร. ดาวนภา เกตุทอง ๐๙๘ ๗๕๖ ๐๘๑๑
 ผู้ช่วย นายวิทยา ศรีจันทร์ ๐๘๗ ๑๖๙ ๘๘๘๕ ผู้ช่วย นางสาวพิชามณูชู่ พรหมณัฐชี่ ๐๘๓ ๒๑๙ ๗๔๒๐

ภาคผนวก จ
รายนามผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก



รายนามผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร

| ที่ | ชื่อ-นามสกุล | สังกัด/หน่วยงาน | วัน/เดือน/ปี ที่ สัมภาษณ์ |
|-----|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| ๑ | พ.ต.ฉรงค์ ภูเงิน | สวนตาลฉรงค์ | ๖ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๒ | นายฉรงค์ ศรีแจ้ | ผู้ใหญ่บ้านไร่สะท้อน ตำบลไร่สะท้อน อำเภอบ้าน ลาด, ศูนย์เตาตาลผู้ใหญ่ | ๖ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๓ | นายโสภณ เนียมบุตร | ผู้ใหญ่บ้าน ม.๒ ต.ไร่สะท้อน อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี | ๖ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๔ | นายชาติ บัวแก้ว | ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลไร่สะท้อน | ๕ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๕ | นายธนกร น่วมด้วง | ประธานศูนย์วิสาหกิจชุมชนก้านโหนดวินเทจ | ๖ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๖ | นายวิทยา ศรีจันทร์ | เลขานุการนายกองค์การบริหารส่วนตำบลไร่สะท้อน | ๔ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๗ | นางสาวพิชามณูชัช พราหมณ์สุขชี | สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับตาลเมืองเพชรบุรี | ๓ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๘ | นายวิชัย บุญนิมิตร | ผู้ใหญ่บ้าน ม.๑ ต.ไร่มะขาม อ.บ้านลาด จ.เพชรบุรี | ๕ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๙ | นายบัญชา ทังนาค | ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลไร่มะขาม | ๖ เมษายน ๒๕๖๗ |
| ๑๐ | นายไพโร สว่างรุ่ง | นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ | ๖ เมษายน ๒๕๖๗ |



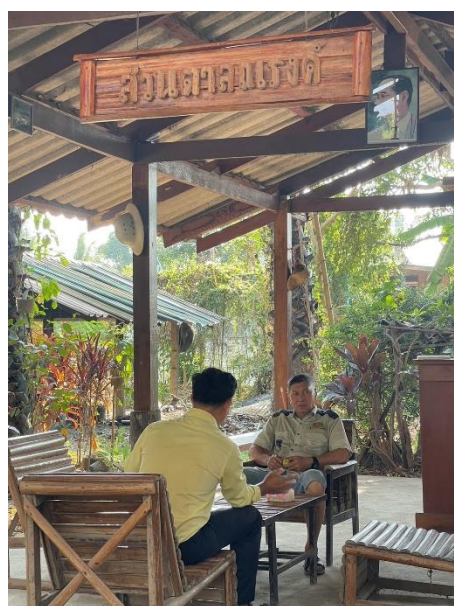
รายนามผู้เข้าร่วมการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร
วันศุกร์ที่ ๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๗ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๗.๐๐ น.

| ที่ | ชื่อ-นามสกุล | หมายเหตุ |
|-----|---------------------|----------|
| ๑ | นายยอมน นาคเนียม | |
| ๒ | นายขรรไชย สิงห์แดง | |
| ๓ | นางสมโภชน์ สิงห์แดง | |
| ๔ | นางศุภัทธา นาคเนียม | |
| ๕ | นายธีรพงศ์ นกน้อย | |
| ๖ | นายธีรศักดิ์ นกน้อย | |
| ๗ | นายไพรัตน์ สิงห์แดง | |
| ๘ | นางอัจฉรา นามมัน | |
| ๙ | นายเสวก นามมัน | |
| ๑๐ | นางยุพิน แซ่ลิ้ม | |
| ๑๑ | นางสุนีย์ ดวงเดือน | |
| ๑๒ | นายอำนาจ ดวงเดือน | |
| ๑๓ | นายสรายุทธ พุคอง | |
| ๑๔ | นางสมบุรณ์ พุคอง | |
| ๑๕ | นายพุด พรหมณ์สุขชี | |

ภาคผนวก ฉ
ภาพประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก



ภาพประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก
เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชนตาลเมืองเพชร



ภาคผนวก ข
ประวัตินักวิจัย



ประวัติและผลงานทางวิชาการของนักวิจัย

อาจารย์ ดร. อนุชา พละกุล

- ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สาขาวิชารัฐศาสตร์
- สังกัด วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- ประวัติการศึกษา

| คุณวุฒิ | ปีที่สำเร็จ | ชื่อสถานที่ศึกษา |
|--------------------------------|-------------|-------------------------------------|
| ปร.ด. (รัฐศาสตร์) | ๒๕๖๕ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| ศศ.ม. (การบริหารการพัฒนาสังคม) | ๒๕๕๗ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) |
| พธ.บ. (รัฐศาสตร์) | ๒๕๕๑ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| เปรียญธรรม ๓ ประโยค | ๒๕๕๓ | แม่กองบาลีสนามหลวง |
| นักธรรมชั้น เอก | ๒๕๔๖ | แม่กองธรรมสนามหลวง |

๔. ผลงานทางวิชาการ

๔.๑ งานวิจัย

อนุชา พละกุล พระสมุห์อาคม อาคมธีโร และปกรณ์ เนตรขำ. “การพัฒนาการตื่นตัวทางการเมืองในระบบประชาธิปไตยของประชาชนเขตองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเพชรบุรี”.

รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๖๕.

อนุชา พละกุล, อภิชนา ฤกษ์, นีรวรรณ ทองมี, ดาวนภา เกตุทอง, “การพัฒนาเทศบาลตำบลหาดเจ้าสำราญ : การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองตามแนวคิดภูมิรัฐศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่”. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๖๔.

พระครูวัชรสุวรรณาทธ, พระวรพงศ์ ธมมวิโส, อนุชา พละกุล. การศึกษาเปรียบเทียบละครชาตรีเมืองเพชรและละครชาตรีกรมศิลปากร. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๖๓. <https://shorturl.asia/B8m0j>

๔.๒ บทความวิจัย/บทความวิชาการ

- อนุชา พละกุล, พระวิสุทธวิธกรกิจ, พระสมุห์อาคม อาคมธีโร, ดาวนภา เกตุทอง, ศิริเพ็ญ สุดแสนสง่า. การพัฒนาภาวะผู้นำท้องถิ่นเชิงการเปลี่ยนแปลงแนวพุทธ, **วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์**, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๖) : ๑๙๕-๒๐๙. <https://shorturl.asia/kNLXT>
- อนุชา พละกุล, ชัชชนันท์ อิศรเดช และเติมศักดิ์ ทองอินทร์. การบูรณาการหลักธรรมมาธิปไตยเพื่อส่งเสริมการตื่นตัวทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของเยาวชนจังหวัดเพชรบุรี. **วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์**, ISSN : 2773 – 9635 (Online) ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๑๖-๓๐. <https://shorturl.asia/avWwJ>
- อนุชา พละกุล, รูปแบบการบริหารมหาวิทยาลัยสงฆ์ไตรมาสสุดท้าย, **วารสารมหาจุฬาริชาการ**, ISSN (Online) : 2651 – 2440 ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๓๖๒-๓๗๔. <https://shorturl.asia/EKdkU>
- อนุชา พละกุล. โลกทัศน์การเมืองการปกครองของชาวบ้าน, **วารสารครุศาสตร์วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**, ISSN 2465-5007 ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ (มิถุนายน – ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๑๐๙ - ๑๒๒. <https://shorturl.asia/4CErN>
- พระวิสุทธวิธกรกิจ, พระครูอุดมเจติยารักษ์, ศิริเพ็ญ สุดแสนสง่า และอนุชา พละกุล. พุทธวิถีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเพื่อความเป็นเลิศในยุคดิจิทัล, **Journal of Modern Learning Development**, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๖ (พฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๓๓๓-๓๔๘. <https://shorturl.asia/X4iyK>



ประวัติและผลงานทางวิชาการของนักวิจัย

พระสมุห์อาคม อาคมธีโร (กุญแจนาค), ดร.

๑. ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สาขาวิชารัฐศาสตร์
๒. สังกัด วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๓. ประวัติการศึกษา

| คุณวุฒิ | ปีที่สำเร็จ | ชื่อสถานที่ศึกษา |
|--------------------------|-------------|------------------------------------|
| ปร.ด. (รัฐศาสตร์) | ๒๕๖๖ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์) | ๒๕๕๖ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| รป.บ. (รัฐประศาสนศาสตร์) | ๒๕๕๑ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |

๔. ผลงานทางวิชาการ

๔.๑ งานวิจัย

อนุชา พละกุล, พระสมุห์อาคม อาคมธีโร และปรกรณ์ เนตรขำ. “การพัฒนาการตื่นตัวทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชนเขตองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเพชรบุรี”. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๖๕.

๔.๒ บทความวิจัย/บทความวิชาการ

อนุชา พละกุล, พระวิสุทธีวรกิจ, พระสมุห์อาคม อาคมธีโร, ดาวันภา เกตุทอง, ศิริเพ็ญ สุดแสนสง่า. การพัฒนาภาวะผู้นำท้องถิ่นเชิงการเปลี่ยนแปลงแนวพุทธ, วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๖) : ๑๙๕-๒๐๙.

<https://shorturl.asia/kNLXT>

พระสมุห์อาคม อาคมธีโร, จำนงค์ อติวัฒนสิทธิ์, อภิญา ฉัตรช่อฟ้า, พุทธบูรณาการพัฒนารเมืองท้องถิ่นในระบอบประชาธิปไตยของจังหวัดเพชรบุรี, วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๑-๑๕. <https://shorturl.asia/4BHdD>

Phra Arkom Arkamatero, “Comparative Analysis of Buddhist Administration, Bureaucracy and New Public Administration”, *Journal of International Buddhist Studies*, December 01, 2019 (Vol.10, No.2) : 107 – 122
<https://shorturl.asia/Lvsfu>



ประวัติและผลงานทางวิชาการของนักวิจัย

อาจารย์ ดร. ดาวนภา เกตุทอง

๑. ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สาขาวิชารัฐศาสตร์

๒. สังกัด วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๓. ประวัติการศึกษา

| คุณวุฒิ | ปีที่สำเร็จ | ชื่อสถานที่ศึกษา |
|--------------------------|-------------|------------------------------------|
| ปร.ด. (รัฐศาสตร์) | ๒๕๖๕ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์) | ๒๕๖๑ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| รป.บ. (รัฐประศาสนศาสตร์) | ๒๕๕๙ | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| ธรรมศึกษาชั้นตรี | ๒๕๖๖ | แม่กองธรรมสนามหลวง |

๔. ผลงานทางวิชาการ

๔.๑ งานวิจัย

อนุชา พละกุล, อภิชนา ฤกษ์ชัย, นิรวรรณ ทองมี, ดาวนภา เกตุทอง, “การพัฒนาเทศบาลตำบลหาดเจ้าสำราญ : การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองตามแนวคิดภูมิรัฐศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่”, รายงานการวิจัย, สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔.

๔.๒ บทความวิจัย/บทความวิชาการ

อนุชา พละกุล, พระวิสุทธีวรกิจ, พระสมุห์อาคม อาคมอีโร, ดาวนภา เกตุทอง, ศิริเพ็ญ สุดแสนสง่า. การพัฒนาภาวะผู้นำท้องถิ่นเชิงการเปลี่ยนแปลงแนวพุทธ, วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๖) : ๑๙๕-๒๐๙.
<https://shorturl.asia/kNLXT>

ดาวนภา เกตุทอง เต็มศักดิ์ ทองอินทร์ และสุรพล สุขะพรหม, “การส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามระบอบประชาธิปไตยของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในจังหวัดพิษณุโลก”

วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, ISSN : 2773 – 9635 (Online) ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒
(กรกฎาคม – ธันวาคม) : ๒๕๖๕ <https://shorturl.asia/Ka8W5>

อนุชา พละกุล ศิริเพ็ญ สุดแสนสง่า อภิขญา ฤชัย นิรวรรณ ทองมี และดาวนภา เกตุทอง, การพัฒนา
เทศบาลตำบลหาดเจ้าสำราญ: การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนด้านสังคม
เศรษฐกิจ และการเมืองตามแนวคิดภูมิรัฐศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่, **วารสาร มจร
เพชรบุรีปริทรรศน์**, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๔) : ๓๓-๕๓.
<https://shorturl.asia/cWJ0f>

ดาวนภา เกตุทอง และยุทธนา ปราณีต, การประยุกต์ใช้อำนาจอธิปไตยในสังคมไทย, **Journal of
Modern Learning Development**, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๔ (พฤษภาคม ๒๕๖๕) : ๓๙๖-
๔๐๒. <https://shorturl.asia/pC6Au>