

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตร ตามแนวคิดเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ ภายใต้การมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนตำบลทุ่งแล้ง
อำเภอทอง จังหวัดแพร่

CREATING VALUE ADDED PRODUCTS FROM AGRICULTURAL PRODUCTS
ACCORDING TO THE CONCEPT OF CREATIVE ECONOMY UNDER THE
PARTICIPATION OF COMMUNITY MEMBERS
THUNG LAENG SUBDISTRICT, LONG DISTRICT, PHRAE PROVINCE

ชัยวัฒน์ สมศรี¹, วิยะณี ดังก้อง², กรรณิการ์ เศวตปวิข³, จุฬารณณ์ ดวงตา⁴
Chaiwat Somsri¹, Wiyanee Dangkong², Kanniga Sawetpawit³, Chulaporn Duangtadam⁴
วิทยาลัยชุมชนแพร่
Phrae Community College
Email: Chaiwat4057@gmail.com

(Received: April 4, 2023; Revised: May 5, 2023; Accepted: May 9, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทและความต้องการของชุมชนในการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตร ของสมาชิกชุมชนตำบลทุ่งแล้ง 2) เพื่อพัฒนา หลักสูตรในการการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตรของสมาชิกชุมชนตำบล ทุ่งแล้ง และ 3) เพื่อประเมินผล การฝึกอบรมการสร้างสัมมาชีพด้วยหลักสูตรในการการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตรของสมาชิกชุมชนตำบลทุ่งแล้ง เป็นการวิจัยแบบ ผสมผสาน กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนกลุ่มสมาชิกเกษตรกร ในตำบลทุ่งแล้ง จำนวน 24 คน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสนทนากลุ่มกับกลุ่มเป้าหมาย 12 คน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า ตำบลทุ่งแล้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบน ภายใต้การปกครองของ อำเภอทอง จังหวัดแพร่ ประกอบด้วย 12 หมู่บ้าน มีจำนวนประชากร จำนวน 7,242 คน มีความต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของกล้วย โดยการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยเบรคแตก แบรินต์ บรรจุภัณฑ์และช่องทางการจำหน่าย จากการประเมินความพึงพอใจของการเข้าร่วมการอบรมพัฒนาสัมมาชีพ ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจโดยรวมใน ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.59 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 โดยเรียงลำดับด้าน ความพึงพอใจจากมากที่สุดคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ที่ได้ จากการอบรม ความพึงพอใจด้านวิทยากร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ โดยผล ที่ได้จาก

การวิจัยสามารถสร้างให้เกิดอาชีพเสริมในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้ในครัวเรือน สนับสนุนความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนตำบลทุ่งแล้ง

คำสำคัญ: ทรัพยากรพื้นฐาน, การมีส่วนร่วม, มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์, เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the context and needs of the community in creating value added products from agricultural products of Thung Laeng Sub-District community members, 2) to develop a curriculum for creating value-added products from agricultural products of Thung Laeng Sub-District community members, and 3) to evaluate the results of the training to build a livelihood with a course on creating value-added products from agricultural products of Thung Laeng Sub-District community members. This study was mixed methods research. The sample consisted of 30 representatives of agricultural members in Thung Laeng sub-district by purposive sampling. The research instrument was a questionnaire. The data were analyzed with descriptive statistics. For qualitative research tool was focus group discussion for 12 samples using by Purposive Sampling.

The results indicated that Thung Laeng Sub-District was in the upper northern region under the administration of Long District, Phrae Province, Consists of 12 villages with a population of 7,242 people. There was a need to add value to banana agricultural products by developing a course on banana chips products, brands, packaging, and distribution channels. From the satisfaction assessment of the participation in the vocational development training, the participants had the highest level of overall satisfaction with a mean of 4.59 and a standard deviation of 0.49. The satisfaction ranked from the highest was staff service, followed by training benefits, instructor satisfaction, and amenities, respectively. The results of the research can create additional occupations in the community, generate household income, and support the strength of the grassroots economy of the Thung Laeng Sub-District community.

Keywords: Resources base, Participation, Value added, Creative economy

บทนำ

การเชื่อมโยงของทุกส่วนของโลกเป็นโลกที่ไร้พรมแดน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ประชากร เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างมากมาแล้วแผ่ขยายเป็นวงกว้าง ประเทศไทย เองก็ได้รับอิทธิพลจาก กระแสนี้เช่นกัน เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจ และสังคมที่เชื่อมโยงและพึ่งพิงกับ

ต่างประเทศสูง ทำให้หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญกับการ แข่งขันและการคุกคามจากปัจจัยภายนอก ในขณะเดียวกันก็ประสบปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากภายในด้วย (อารีย์ นัยพินิจ ภัทรพงษ์ เกริกสกุล และ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2557 : 1-17) ในยุคโลกาภิวัตน์เชื่อว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์การสามารถ ดำรงอยู่และแข่งขันได้คือความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ทรัพยากรพื้นฐาน ที่มีอยู่ ขององค์การ โดยความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์ นวัตกรรม (Trompenaars, F. and Hampden-Turner, 2010) และความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ เพื่อความอยู่รอดและเติบโตขององค์กร (Andriopoulos, C. and Lowe, 2000 : 734-742)

จังหวัดแพร่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของจังหวัด ว่า “เมืองไม้สัก วิถีชีวิต วัฒนธรรมล้านนา ภูมิปัญญา ท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากล” และได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดที่ สำคัญรวม 3 ด้านดังนี้ การ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แก้ไขปัญหาความยากจนและกระจายรายได้ การพัฒนาที่ยั่งยืน และการ บริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี โดยเป้าประสงค์ 5 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาไปสู่สากล ประชาชนมีระดับรายได้และคุณภาพ ชีวิตที่ดีขึ้น ด้านวัฒนธรรมของเมืองแพร่เชื่อมโยงเป็นที่ประทับใจสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวและ ผู้มาเยือน ด้านผลิตผลทางการเกษตรปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสามารถสร้างรายได้ เพิ่มขึ้น ด้าน มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่เอื้อประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาภัย แล้ง อุทกภัย รวมทั้งพัฒนาจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และด้านส่วนราชการสามารถ ให้บริการและแก้ไข ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้านกลยุทธ์ มี 3 ประเด็นหลักๆ คือ ประเด็นแรก ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการ แก้ไขปัญหาความยากจนและกระจายรายได้กล ยุทธ์มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ OTOP วิสาหกิจชุมชน SMEs ส่งเสริมการค้า การลงทุน การอนุรักษ์ส่งเสริม วัฒนธรรมและพัฒนาการท่องเที่ยว พัฒนาส่งเสริมการเกษตรปลอดภัยและอุตสาหกรรม การเกษตร ประเด็นที่สองยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วยกลยุทธ์อนุรักษ์และพัฒนา ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาลุ่มน้ำยม ประเด็นที่สามประเด็นยุทธศาสตร์ การบริหารกิจการบ้านเมือง ที่ดี ประกอบด้วยกลยุทธ์พัฒนาการบริการและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน และพัฒนาคุณภาพ ชีวิตและทรัพยากรมนุษย์ (งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแพร่, 2565) นำมาบูรณาการกับแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก บนพื้นฐานของการ สร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ ทรัพยากรทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม สมัยใหม่ ภาครัฐพยายามปรับโครงสร้างทางการกระตุ้นชุมชนเข้มแข็งด้วยการพึ่งตนเองและให้สอดคล้องกับ แนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่น มีความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มขึ้น (สำนักงานสภา พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ตำบลทุ่งแล้ง จังหวัดแพร่ ประกอบด้วยสมาชิกในชุมชนที่ส่วนมากประกอบอาชีพด้าน การเกษตร และทำปศุสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงโคเนื้อ สุกร ปลาและสัตว์อื่น ๆ เป็นอาชีพสำรอง อีก ทั้งสร้างผลิตภัณฑ์จากทุน วัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน เช่นการทอผ้าฝ้าย เพื่อสวมใส่ และ จำหน่ายแก่ผู้ที่สนใจ สำหรับผลผลิตทาง การเกษตรของชุมชนตำบลทุ่งแล้ง ส่วนใหญ่จะ ประกอบด้วย การผลิตข้าว ส้ม ยางพารา ข้าวโพด ต้นสัก ลองกอง มันสำปะหลัง และกล้วย ซึ่ง ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ได้จากการผลิต โดยไม่

ผ่านการแปรรูป ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในชุมชน ที่ยังไม่ได้รับการส่งเสริม ให้สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับผลิตผลของชุมชน เกิดการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อในพื้นที่ ทำให้ได้ราคาต่ำกว่าตลาด สร้างรายได้ที่ไม่เหมาะสมและคุ้มค่ากับการลงทุน ดังนั้นการหาหนทางเพื่อช่วยเหลือสมาชิกในชุมชนที่เป็นแรงงานที่ขาดแคลนทุนทรัพย์และกลุ่ม เกษตรกรยังไม่สามารถเข้าใจถึง เทคโนโลยีการผลิตกล้วยในเชิงการค้า เพื่อให้ ได้ปริมาณและ คุณภาพของผลผลิตสูง เพื่อเพิ่มมูลค่าของ ผลผลิตให้ได้รับรายได้ที่สูงขึ้นที่เหมาะสมและคุ้มค่า กับการลงทุน จากประเด็นปัญหาข้างต้นของชุมชนตำบล หุ่งแล้งดังกล่าว ทีมงานผู้วิจัยมีความ สนใจที่จะแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อสร้างเสริมอาชีพ สร้างเสริมรายได้ ของชุมชน ด้วยแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยทรัพยากรพื้นฐานที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ผลิตผลทางการเกษตร ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ภายใต้การมีส่วนร่วมของ ชุมชน เพื่อความ อยู่ดีกินดีของสมาชิกในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและความต้องการของชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จาก ผลิตผลทาง การเกษตร ของสมาชิกชุมชนตำบลหุ่งแล้ง
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรในการการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตร ของสมาชิก ชุมชนตำบลหุ่งแล้ง
3. เพื่อประเมินผลการฝึกอบรมการสร้างสัมมาชีพด้วยหลักสูตรในการการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ จากผลิตผลทางการเกษตรของสมาชิกชุมชนตำบลหุ่งแล้ง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยมีการวิจัยคุณภาพ (Qualitative Research) จาก นั้นดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีกลุ่ม สมาชิกในชุมชนตำบลหุ่งแล้งเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ เพื่ออธิบายถึงการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตร โดย สามารถอธิบายได้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลหุ่งแล้ง จำนวนทั้งสิ้น 7,242 คนจาก 12 หมู่บ้าน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้เท่ากับ 12 คน โดยการจัดสรรจำนวน 1 คนต่อหมู่บ้าน แล้วสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ วิจัยเชิงคุณภาพได้เท่ากับ 24 คน โดยการ จัดสรรจำนวน 2 คนต่อหมู่บ้าน แล้วสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสนทนากลุ่ม (Focus group Discussion) โดยมี หัวข้อการสนทนา เกี่ยวกับบริบทของพื้นที่และความต้องการในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ ให้กับผลิตผลการเกษตรของชุมชน ตำบลหุ่งแล้ง

การวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะของ แบบสอบถามเป็นมาตรา
ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (1.00 – 5.00) มีส่วนประกอบ ดังนี้ แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับ กระบวนการอบรม ประกอบด้วยด้านวิทยากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ความสะดวก ด้านการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่ และด้านประโยชน์ที่ได้จากการอบรม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกของชุมชนในตำบลทุ่งแล้ง อำเภอลอง
จังหวัดแพร่ โดยดำเนินการในรูปแบบการจัดกิจกรรม 2 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมศึกษาบริบทและความ
ต้องการของชุมชนพร้อมทำการบันทึกจากการสนทนากลุ่ม และ 2) กิจกรรมการฝึกอบรมโดยการแจก
แบบสอบถามหลังการอบรม หลังจากนั้นนำแบบสอบถาม ที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำ
แบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจสอบให้คะแนนตาม เกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำคะแนนของกลุ่มตัวอย่างมา
วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและแปลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการ สนทนากลุ่ม
(Focus group Discussion) แล้วทำการสรุปผลของข้อมูลการวิจัยที่ได้จากการ ดำเนินกิจกรรมที่ 1

การวิจัยเชิงปริมาณ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ ความถี่
ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วทำการแปลผลที่ได้จาก การวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตร ตามแนวคิด เศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ ภายใต้การมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนตำบลทุ่งแล้ง อำเภอลอง จังหวัด แพร่ โดยสามารถอธิบาย
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1) เพื่อศึกษาบริบทและความต้องการของชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์จาก ผลิตผลทาง
การเกษตร ของสมาชิกชุมชนตำบลทุ่งแล้ง ถือได้ว่าเป็นหนึ่งใน 9 ตำบลของอำเภอลอง จังหวัดแพร่ มีพื้นที่
ทั้งหมด 224 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 140,000 ไร่ ระยะห่างจากที่ว่าการอำเภอลอง ประมาณ 20
กิโลเมตร เป็นพื้นที่การเกษตรจำนวน 17,352 ไร่ จำนวนครัวเรือนทั้งหมด 2,574 ครัวเรือน โดยจำนวน
ประชากรทั้งหมด 7,242 คน แยกเป็นชาย จำนวน 3,653 คน หญิง จำนวน 3,579 คน ความหนาแน่นเฉลี่ย
32.33 คน/ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศตั้งอยู่ที่ราบระหว่าง หุบเขา มีภูมิประเทศเป็นภูเขาและป่าไม้ มี
แม่น้ำยมไหลผ่าน สมาชิก ในชุมชนที่ส่วนมาก ประกอบอาชีพด้านการเกษตร และทำปศุสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยง
โคเนื้อ สุกร ปลาและสัตว์อื่น ๆ เป็นอาชีพเสริม อีกทั้งมีการสร้างผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน
เช่นการทอผ้าฝ้าย เพื่อสวมใส่ และจำหน่ายแก่ผู้ที่สนใจ สำหรับผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนตำบลทุ่งแล้ง
ส่วนใหญ่จะประกอบด้วย การผลิตข้าว ส้ม ยางพารา ข้าวโพด ต้นสัก เงาะ ลองกอง มัน ลำปะหูลัง และกล้วย

จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มสมาชิกในชุมชนตำบลทุ่งแล้ง พบว่าทางกลุ่ม ต้องการใช้
ประโยชน์จากกล้วย เพื่อพัฒนาแปรรูปเป็นกล้วยเบรคแตก เป็นการสร้างรายได้และ ความเข้มแข็งใน

กระบวนการผลิตของกลุ่มดังนั้น การฝึกอบรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยี การแปร รูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย รวมทั้ง ความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรจุภัณฑ์ และหลักปฏิบัติที่ดีในการ ผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice, GMP) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าแก่กล้วย ซึ่งเป็น ผลผลิตทางการเกษตรที่ทางกลุ่มดำเนินการ นอกจากนี้ยังเป็น การส่งเสริมให้ ทางกลุ่มมี ประสิทธิภาพและพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต บรรจุภัณฑ์ และการตลาด และเป็น การพัฒนา เศรษฐกิจของชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

2) เพื่อพัฒนาหลักสูตรในการการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลิตผลทางการเกษตร ของสมาชิก ชุมชนตำบลทุ่งแล้ง

ตารางที่ 1 รายละเอียดเนื้อหาหลักสูตรผลิตภัณฑ์กล้วยเบรคแตก การสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์และ ช่อง ทางการจำหน่าย

ที่	หน่วยการเรียนรู้	ทฤษฎี (ชั่วโมง)	ปฏิบัติ (ชั่วโมง)	รวม (ชั่วโมง)
1	คุณค่าการต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของ กล้วย	2		2
2	กิจกรรมแปรรูปกล้วยเป็นผลิตภัณฑ์กล้วย เบรคแตก		16	16
3	การสร้างแบรนด์และจัดทำต้นแบบบรรจุ ภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมและทันสมัย	2	4	6
4	การส่งเสริมการขายและการตลาด ออฟไลน์/ออนไลน์	2	4	6
รวม		6	24	30

จากตารางที่ 1 พบว่าหลักสูตรผลิตภัณฑ์กล้วยเบรคแตก การสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และช่องทาง การจำหน่าย ประกอบไปด้วย 4 หน่วยการเรียนรู้ คือ 1) คุณค่าการต่อยอดเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มของกล้วย 2) กิจกรรมแปรรูปกล้วยเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยเบรคแตก 3) การสร้าง แรนด์และจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและทันสมัย และ 4) การส่งเสริม การขายและการตลาดออฟไลน์/ออนไลน์ รวมจำนวน 30 ชั่วโมง จากเนื้อหาหลักสูตรข้างต้น ได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ค่าความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตรจาก ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของหลักสูตร (IOC- Item Objective Congruence Index) ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นโดยรวมว่าหลักสูตรมีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการ ฝึกอบรม 3) เพื่อประเมินผลการฝึกอบรมการสร้างสัมมาชีฟด้วยหลักสูตรในการการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ จากผลิตผลทางการเกษตรของสมาชิกชุมชนตำบลทุ่งแล้ง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการเข้าร่วมการฝึกอบรม

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึง พอใจ
ความพึงพอใจด้านวิทยากร	4.57	0.64	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวก	4.54	0.57	มากที่สุด

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึง พอใจ
การให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.62	0.63	มากที่สุด
ประโยชน์ที่ได้จากการอบรม	4.60	0.62	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.59	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมของระดับ ความพึงพอใจทุก ๆ ด้าน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน เท่ากับ 4.59 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.49 โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับแรก เป็นความพึงพอใจด้านการให้ การบริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.63 รองลงมาเป็นความพึงพอใจ ด้านประโยชน์ที่ได้จากการอบรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และมีค่า ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.62 ความพึงพอใจด้านวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.64 และความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 ตามลำดับ



ภาพที่ 1 กลุ่มสมาชิกผู้เข้าร่วมงานวิจัยและผลิตภัณฑ์ที่ได้จากงานวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในเรื่องการศึกษาบริบทและความต้องการของชุมชนเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ จากผลิตผลทางการเกษตรของชุมชน แสดงให้เห็นว่าชุมชนให้ความสำคัญ อย่างมาก ของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์ให้กับผลิตผลชุมชน โดยอาศัยทรัพยากรพื้นฐานที่ อยู่ในชุมชน เป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเป็นอย่าง แรก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Munoz, Castellanos & Salinero, 2011 : 574-594) ที่พบแนวคิดว่า ทรัพยากรขององค์กรเป็นปัจจัย สำคัญในการทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน และส่งผลต่อผลการ ดำเนินงานขององค์กร โดยที่ (Barney, Ketchen & Wright, 2011 : 1299-1315) กล่าวไว้ว่า ความได้เปรียบ นี้เกิดขึ้นจากการที่องค์กร สามารถครอบครองและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่และรักษาทรัพยากรเหล่านั้นไว้ โดยที่คู่แข่งไม่ สามารถลอกเลียนแบบ หรือหาทรัพยากรอื่นใดมาทดแทนได้ นอกจากนี้ (Men & Hung, 2012 : 151-173) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ที่อยู่ในตัวของบุคคล ถือเป็นทรัพยากรสำคัญอย่างหนึ่ง การที่ องค์กรจะ

ได้เปรียบทางการแข่งขัน ต้องมีบุคคล ถ่ายทอดความรู้จากตัวเองไปให้ผู้อื่น องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นต้องมีการถ่ายทอดต่อ ๆ กันไป เพื่อป้องกันการสูญหาย และนำไปสร้างให้เกิด ประโยชน์ต่อองค์กร เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในตลาดชุมชน ที่เน้นการผสมผสาน วัฒนธรรม ประเพณี เข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือร่วมใจในการดำเนินกิจการของ ชุมชน นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ อีกทั้งการบริหารจัดการตลาดของกลุ่ม โดยกระบวนการมีส่วนร่วม เริ่มตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมรับ ผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน ของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (จินตวีร์ เกษมสุข, 2561 : 169-176) ซึ่งพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงเป็นการที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและ ควบคุมการใช้ทรัพยากร และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทาง เศรษฐกิจและสังคม ตามความจำเป็นในฐานะสมาชิกของสังคม และได้พัฒนาภูมิปัญญา ซึ่ง แสดงออกในรูปของการตัดสินใจต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกันโดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงควรมีส่วนร่วมในกระบวนการนี้ตั้งแต่เริ่มแรก จนกระทั่งถึงการติดตาม และประเมินผล เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการเรียนรู้ การปรับเปลี่ยนร่วมกัน ซึ่งจะ เป็น ประโยชน์ต่อทุกฝ่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ (Cohen and Uphoff, 1970) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม ในการดำเนินการในองค์กรหรือชุมชน มีความสำคัญและจำเป็นต่อการทำงานให้เกิด ประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของบุคลากรในทุก ๆ ฝ่ายที่มีความร่วมมือร่วมใจ ประสานงาน และความรับผิดชอบร่วมกัน เพราะการร่วมคิดร่วมทำของบุคคลทุกฝ่ายที่ เกี่ยวข้อง เป็นพลังส่งเสริมให้การจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยที่ผู้ที่มี ส่วนร่วม เป็นผู้รับผลประโยชน์จากองค์กร รวมทั้งผู้ประเมินผล

ทั้งนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของชุมชน เป็นปัจจัยที่ควรให้ ความสำคัญ เนื่องจาก จากสมาชิกในชุมชน ที่มีความต้องการจำหน่ายสินค้าของชุมชนให้มากขึ้น จึงคิดหาวิธีการต่างๆที่จะทำให้ ผลิตภัณฑ์ของตนเองมีความโดดเด่น มีความพิเศษ แตกต่างจาก ผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่นๆ อีกทั้ง หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนแนวความคิดเหล่านี้ ในการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยการผสมผสาน วัฒนธรรม อัตลักษณ์ของชุมชน หรือสร้าง ความมีลักษณะพิเศษเฉพาะให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความต้องการ อยากรได้มาครอบครองของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สำหรับ (Theepapan, 2004) และ (Wiphawin, 2003) ที่ได้กล่าวถึงแนวทางการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ที่เน้นกระบวนการ อันทำให้ผลิตภัณฑ์ดีขึ้น เป็นการ นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เดิมทำให้สามารถตอบสนอง ความ ต้องการของผู้ซื้อได้ โดยผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมได้ แต่มีลักษณะที่ แตกต่างจากไปจาก ผลิตภัณฑ์เดิมอย่างสิ้นเชิง หรือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้จากการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้ดูดีขึ้นหรือตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น สอดคล้องกับ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547 : 65) ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญ ของการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ ไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มที่มากกว่าคู่แข่ง จะทำให้สามารถตอบสนองความ ต้องการ และทำให้ผู้บริโภค เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาจทำได้ด้วยการ เสนอ ผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความ ไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดี ที่สุด เพราะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การแสวงหา ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเพื่อมาครอบครองสอดคล้องกับงานวิจัยของ (บุญทวารณ วิงวอน และคณะ, 2560 : 233-

242) ที่ได้กล่าวถึงแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัด เชียงราย ว่าคนใน ชุมชนได้มีการวางแผนต่อยอดทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน โดยการวางแผนระหว่างชุมชนและ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดตั้งกลุ่มในชุมชนในการ ประยุกต์ใช้ทรัพยากรในชุมชนด้วย การแปรรูป ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ เพราะการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการสร้าง นวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนทั้งจากที่มี อยู่เดิมและสร้างขึ้นใหม่ เพื่อเสริมสร้าง สมรรถนะการสร้างผลผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนส่งเสริมอาชีพที่เป็น ประโยชน์ และนำไปสู่ความต้องการของคน ในชุมชนอย่างแท้จริงผ่านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การรวมตัวกันของสมาชิกใน ชุมชน มีพื้นฐานมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง โดยรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ของคนใน ชุมชนเพื่อประกอบกิจการโดยใช้ทุนและทรัพยากรพื้นฐานที่มีในชุมชนทำให้เกิดมีมูลค่าเพิ่มทาง เศรษฐกิจ

อนึ่งจากผลงานวิจัยพบว่าเข้าร่วมโครงการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีสถานภาพ สมรส ส่วนใหญ่ จะมีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการเกษตรกร รองลงมา ประกอบอาชีพรับจ้าง ซึ่งส่วนใหญ่ จะมีรายได้ น้อยกว่า 5,000 แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันผู้หญิง กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญและเป็นฟันเฟืองในการ พัฒนาระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการ ดำเนินกิจกรรมในชุมชนต่างๆ ผู้หญิงจะเป็นหัวเรี่ยวหัวแรง ในการ ดำเนินกิจกรรมในชุมชนและ สังคม อีกทั้งการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จาก ผลิตผลชุมชน ดังที่ (อรรชกา ศรีบุญเรือง, 2560 : 102) ได้กล่าวในพิธีเปิดการประชุมทางวิชาการด้านการ ส่งเสริมผู้ประกอบการสตรีว่าประเทศไทยมีสัดส่วนแรงงานสตรีและผู้ประกอบการสตรีสูงกว่าค่าเฉลี่ยของ ประเทศในภูมิภาคเอเชีย – แปซิฟิก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Sarfaraz et al., 2014 : 1-11) ที่พบว่า ปัจจุบัน ผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะมีบทบาทมากขึ้นในการเป็นผู้ประกอบการ สำหรับอายุผู้ประกอบการและ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจนั้นสอดคล้องกับข้อค้นพบของ (George Deep, 2015) ที่ได้สังเคราะห์ งานวิจัย จำนวนมากและพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเริ่มต้นการทำธุรกิจในช่วงอายุ 40 ปี ขึ้นไปและเมื่ออายุ มากกว่า 55 ปี จะเริ่มมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนในระดับสูงทั้งในด้านการบริหารจัดการ และการหา แหล่งเงินทุน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ปัญหาที่สำคัญของการพัฒนาสร้างอาชีพอย่างต่อเนื่อง คือ แรงงาน เนื่องจาก แรงงานส่วนใหญ่มีอาชีพหลักอยู่แล้วและมีอาชีพจากกิจกรรมที่ไปพัฒนาเป็น เพียงอาชีพเสริม เพราะมี ผลตอบแทนที่ต่ำกว่าการสร้างอาชีพจากการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เนื่องจากต้องอาศัยความอดทนและ ระยะเวลาในการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักทำให้คนใน ชุมชนมีความสนใจแต่ไม่ทำไปพัฒนาต่อยอดอย่าง ต่อเนื่อง และเลือกที่จะทำการเกษตรที่เห็น ผลตอบแทนจำนวนมากกว่า ทางหลักสูตรควรเพิ่มการพัฒนา ผลิตภัณฑ์โดยเน้นการสร้างหลัก แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยผ่านเรื่องเล่า (Story Telling) เกี่ยวกับภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติเพื่อพัฒนาตลาดให้กว้างขวางมากขึ้น และยังสามารถสร้าง

มูลค่าเพิ่มมูลค่าทางผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นทำให้แรงงานรุ่นเก่าช่วยสร้างและรุ่นใหม่ช่วยพัฒนา และให้ความสำคัญอยากกลับมาพัฒนาสินค้าจากชุมชนให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ในส่วนของชุมชนหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษานี้เป็นแนวทาง ในการขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพและต่อยอดสินค้าทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์เชิง พาณิชนัยเพิ่มขึ้นโดยกระตุ้น และส่งเสริมให้เกษตรกรเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพ ของตนเองให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง ของโลก มีการพัฒนาและนำเอาเทคโนโลยีและ นวัตกรรมเข้ามาใช้ในการผลิตเพื่อให้มีคุณภาพ และได้ มาตรฐานโดย ชุมชนเกษตรกรจะต้องมี การวางแผนในการปรับตัวและเพิ่มการเรียนรู้ในการพัฒนา ศักยภาพ ของตนเองเพิ่มขึ้นให้ทันกับ การเปลี่ยนแปลงของโลก ได้แก่ การศึกษาเพิ่มเติมองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่จะนำมา ประยุกต์ใช้ การ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้เชี่ยวชาญในด้านการนำสินค้าทางการเกษตรที่ตนเองผลิตได้ไปต่อยอด ให้ เกิดประโยชน์เชิงพาณิชนัยเพิ่มขึ้น เช่น พัฒนาจนได้มาตรฐานได้เครื่องหมาย ออย. นอกจากนี้ เกษตรกร จะต้องมีการ ปรับเปลี่ยนทัศนคติจากเดิมที่ยึดติดกับการทำการเกษตรแบบเดิม ๆ มา เป็นการเปิดรับการ เปลี่ยนแปลง เรียนรู้ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยแนวทางเศรษฐกิจเชิง สร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาผลกระทบของการระบาดของโคโรนาไวรัส ที่มีต่อ กลุ่มเกษตรกร ชุมชนท้องถิ่น และด้านการต่อยอดภาคการเกษตรให้เกิดประโยชน์ เชิงพาณิชนัย และสาธารณะ ภายใต้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของทุกชุมชน หลังจากนั้นทำการคัดเลือก ชุมชนที่มีศักยภาพของจังหวัดแพร่ มา เป็นตัวอย่างของชุมชนในการ วางแผนการต่อยอดภาค การเกษตรของชุมชนจังหวัดแพร่ ให้เกิดประโยชน์เชิง พาณิชนัย และสาธารณะ ต่อจากนั้นการ วิจัยควรบูรณาการการทำงานกับชุมชนนอกจังหวัดแพร่ เพื่อมุ่งสู่ เป้าหมายของการขยาย ผลการวิจัยให้เกิดประโยชน์ของการนำไปใช้ให้มากขึ้น รวมถึงการวางแผนการต่อยอด ภาค การเกษตรให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชนัยและสาธารณะ ร่วมกับชุมชนในประเทศอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าเกษตรอย่าง ยั่งยืนและเกิดประโยชน์ร่วมกันมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแพร่. แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ พ.ศ.2561-2565 (ฉบับทบทวน พ.ศ.2565).

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://phrae.go.th/file_strategic/strategic.php. [2565, พฤษภาคม 17].

จินตวีร์ เกษมศุข. “แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน Public Participation Approach for Sustainable Community Development”, วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา. 26(50), (2561) :169-176.

บุญทวรรณ วิงวอน, อาชวิน ใจแก้ว, อัจฉรา เมฆสุวรรณ, และปิยนุช คำเงิน. การสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย. การประชุม วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 ณ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

อุบลราชธานี. 19 ธันวาคม 2560.

พินิจพนีย์ พรหมศิริ. กลยุทธ์การตลาดสำหรับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพมหานคร : ประชาชาติธุรกิจ, 2547.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพมหานคร : สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560.

อรรชกา ศรีบุญเรือง. การประชุมทางวิชาการด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี (Woman's Entrepreneurship Conference Bangkok 2017). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://www.sti.or.th/news-detail.php?news_id=165 [2565, พฤษภาคม 17]

อารีย์ นัยพินิจ ภัทรพงษ์ เกริกสกุล และจงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. “การปรับตัวภายใต้ กระแส โลกาภิวัตน์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2557) : 1-17.

Andriopoulos, C. and Lowe, A Enhancing organizational creativity: The process of perpetual challenging. **Management Decision**, 37 (10), (2000).734-742.

Barney, J. B., Ketchen, D. J., & Wright, M. The future of resource-based theory revitalization or decline?. **Journal of management**, 37(5), (2011).1299- 1315.

Cohen, John M. and Uphoff, Norman T. Participation's Place in Rural Development : **Seeking Clarity Through Specificity World Development**. Vol 7.

George Deep. Does Age Matter For Entrepreneurial Success?. [Online]. Available : 2015. <https://www.forbes.com/sites/georgedeep/2015/04/16/does-age-matter-for-entrepreneurial-success/#2c7df7ce30f1> Retrieved from [2022, May 17].

Men, L. R., & Hung, C. J. F. Exploring the roles of organization-public relationships in the strategic management process: Towards an integrated framework. **International Journal of Strategic Communication**, 6(2), (2012).151-173.

Munoz Castellenos, R. M., & Salinero Martin, M. Y. Training as a source of competitive advantage: performance impact and the role of firm strategy, the Spanish case. **The international journal of Human Resource Management**, 22(3), (2011), 574-594.

Sarfaraz, L., Faghih, N., & Majd, A.A. The relationship between woman entrepreneurship and gender equality. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 2(1), (2014). 1 – 11.

Theepapan, P. **Marketing Management**. Bangkok: Amon printing, 2004.

Wiphawin, N. **New product development skills**. Bangkok: SE-Educations, 2003.

Trompenaars, F. and Hampden-Turner, **Riding the waves of Innovation**. New York: McGraw-Hill, 2010.