



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับ
การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์
รหัสโครงการ 209596

โดย

พระคมสัน เจริญวงศ์, ผศ.ดร.

พระครูสังฆวิริยกิจ, รศ.ดร.

ผศ.ดร.เอนก ไยอินทร์

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๙

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800768017



Complete research project report
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Developing the potential of community enterprises to drive creativity
to create a sustainable economy, society and community

Project Code 209596

By

Phra Komsan Jalearnwong, Asst.Prof.Dr.

Phrakrusanghaviriyakij, Assoc.Prof.Dr.

Asst.Prof.Dr. Anek Yai-In

Social Sciences of Faculty Mahachulalongkornrajavidyalaya University

April B.E. 2569

Fundamental Fund

Fiscal Year B.E. 2568

From National Science, Research and Innovation Fund (NSRF)

MCU RS 800768017

| | |
|----------------------------|---|
| ชื่อรายงานการวิจัย: | การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการ ออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ |
| ผู้วิจัย: | พระคมสัน เจริญวงศ์, ผศ., พระครูสังฆวิริยกิจ, รศ.ดร., ผศ.ดร.เอนก ไยอินทร์ |
| ส่วนงาน: | คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| ปีงบประมาณ: | ๒๕๖๘ |
| ทุนอุดหนุนการวิจัย: | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (๒) พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดย (๑) สํารวจข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน ประชุมปรึกษาหารือระดมความคิด วิเคราะห์ปัญหาาร่วมกับชุมชนโดยใช้เทคนิค SWOT (๒) จัดกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมการต่อยอดพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเอกลักษณ์ท้องถิ่น โดยใช้เทคนิคแผนที่ความคิด สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และสัมภาษณ์เชิงลึก (๓) วางแผนด้วยเทคนิค AIC คือ การสร้างความรู้ การสร้างแนวทางการพัฒนา และการสร้างแนวทางปฏิบัติ

ผลการวิจัยพบว่า

๑. การส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (๑) ผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังจากสถานการณ์วิกฤติโรคระบาดโควิด ๑๙ คือ ขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ สมาชิกภายในกลุ่มแย่งกัน ผู้ประกอบการแบกรับค่าใช้จ่ายและรับสภาพขาดทุนไม่ไหว เกิดภาวะเครียดสะสม สุขภาพจิตใจบอบช้ำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชะงักหยุดการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชั่วคราว (๒) การสะท้อนความคิดและปรึกษาหารือระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อฟื้นฟูกำลังใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (๒.๑) เทคนิค AIC ขั้นตอนการสร้างความรู้ (A) ได้แก่ หาเงินทุนสนับสนุนเพื่อเป็นกองทุนผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ รวบรวมสมาชิกเดิมให้กลับมารวมกลุ่ม เร่งสร้างภาคีเครือข่าย เพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น ขึ้นสร้างแนวทางการพัฒนา (I) ได้แก่ ฟื้นฟูสภาพจิตใจสมาชิก สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนปรับเปลี่ยนขนาดของผลิตภัณฑ์ การตลาดรูปแบบใหม่ ขึ้นสร้างแนวทางการปฏิบัติ (C) ได้แก่ การแบ่งความรับผิดชอบ และการตกลงใจในรายละเอียดของการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (๒.๒) เทคนิคการเขียนแผนที่ความคิด เขียนวาดภาพแนวทางที่จะนำไปสู่การฟื้นฟูการพัฒนาที่ดีขึ้น วางขั้นตอนการหาสมาชิก การสร้างภาคีเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง การวางแผนการหางบประมาณสนับสนุนและวัตถุประสงค์

อุปกรณ์ และการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ การใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบไปด้วย จุดแข็ง ได้แก่ มีความมุ่งมั่นต้องการฟื้นฟูต่อผลิตภัณท์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน มีความพร้อมเพรียงกันและความสามัคคี การมีวิสัยทัศน์และมุมมองการพัฒนาผลิตภัณท์ชุมชนที่ดีของ ประธานกลุ่ม และการมีความเข้มแข็งและความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย จุดอ่อน ได้แก่ จำนวนสมาชิก ภายในกลุ่มไม่คงที่ การมีงบประมาณเงินทุนเพื่อการฟื้นฟูมีจำนวนจำกัด ขาดบุคลากรหรือที่ปรึกษาด้าน อาหารและโภชนาการ และโรงเรียนไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา (อย.) โอกาส ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันกับเครือข่าย การทำการตลาดออนไลน์ การพัฒนาผลิตภัณท์ให้ตอบ โจทย์กลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ และการบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ อุปสรรคได้แก่ สภาพจิตใจที่มีความ หวาดระแวง ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการประกาศของรัฐบาล การได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์การ อาหารและยา (อย.) และเงินทุนสำรองมีน้อย ดำเนินกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการและสมาชิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปลุกขวัญกำลังใจ ด้วยกิจกรรมชื่อว่า “ฮึด ฮึด ฮึด” การปลุกกำลังใจ “พลังสู้” หมั่นให้ กำลังใจตัวเอง บอกตัวเองว่าฉันทำได้ การปลุกกำลังใจ “พลังฮึด” ฉันมีสิ่งล้ำค่าที่เป็นกำลังใจ การ สนับสนุนและกำลังใจจากคนในครอบครัว การปลุกกำลังใจ “พลังสู้” หาทางออกใหม่เพื่อแก้ไขปัญหา ปรับเปลี่ยนวิธีการคิดใหม่และวางเป้าหมายใหม่

๒. การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณท์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณท์เชิง พื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ พบว่า (๑) การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณท์ชุมชนด้วยความคิด สร้างสรรค์ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ผลิตภัณท์ชุมชนให้สื่อถึงบริบทและสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ การสร้างตรา สัญลักษณ์ผลิตภัณท์ชุมชนด้วยเอกลักษณ์ท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณท์ชุมชนให้มีคุณค่าและได้มาตรฐาน มี รสชาติคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงรสชาติดั้งเดิม (๒) การออกแบบผลิตภัณท์เชิงพื้นที่ บ่งบอกตัวตนด้าน วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาที่ก่อเกิดอาชีพและสร้างรายได้ ประกอบไป ด้วย วัตถุดิบที่ยังไม่แปรรูป ได้แก่ ข้าว ตะไคร้ ปลาแห้ง ปลาป่น กุ้งแห้ง ฯลฯ วัตถุดิบแปรรูป ได้แก่ ไชร์ป จากข้าว ไชร์ปจากหญ้าหวาน (๓) การส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ เพิ่มช่องทางการตลาดและการขายที่มี ความหลากหลายและมีความทันสมัย เช่น การตลาดแบบออฟไลน์ การตลาดแบบออนไลน์ การบริการส่ง สินค้าแบบเดลิเวอรี่ และการฝากวางสินค้าจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อและร้านค้าทั่วไป

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ, ผลิตภัณท์ชุมชน, กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

| | |
|--------------------------------------|--|
| Research Title: | Developing the potential of community enterprises to drive creativity to create a sustainable economy, society and community |
| Researchers: | Phra Komsan Jalearnwong, Asst.Prof Phrakrusanghaviriyakij, Assoc.Prof.Dr. Asst.Prof.Dr. Anek Yai-In |
| Department: | Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University |
| Fiscal Year: | 2568 / 2025 |
| Research Scholarship Sponsor: | Mahachulalongkornrajavidyalaya University |

ABSTRACT

This research study, entitled “Developing the potential of community enterprises to drive creativity to create a sustainable economy, society and community,” aimed to: (1) promote mental rehabilitation and build positive energy among entrepreneurs and members of community enterprise groups; and (2) develop community goods and products through creativity, product design, spatial design, and the promotion of modern marketing. This study employed a participatory action research approach consisting of: (1) collecting preliminary community data, conducting meetings, consultations, brainstorming sessions, and collaboratively analyzing community problems using SWOT analysis; (2) organizing activities to rehabilitate the mental well-being of entrepreneurs and community enterprise members, encouraging further development of community products, and creating community product branding based on local identity through the use of mind mapping techniques, participatory observation, and in-depth interviews; and (3) planning using the AIC technique, which includes Appreciation (knowledge creation), Influence (development of improvement guidelines), and Control (development of action plans).

The research findings revealed that:

1. Promoting psychological recovery and fostering positive energy among entrepreneurs and members of community enterprise groups (1) The impacts on mental health and the problems faced by entrepreneurs and members of community enterprise groups after the COVID-19 crisis included loss of income due to the inability to sell goods and products, dispersion of group members, and entrepreneurs being unable to

bear operating expenses and accumulated losses. This resulted in chronic stress, mental exhaustion, and psychological deterioration. Product development was also suspended, and the production of goods and products was temporarily halted. (2) Reflection and group consultation through brainstorming and collective discussions were conducted in order to restore morale among entrepreneurs and members of the community enterprise group. (2.1) The AIC technique was applied. The Appreciation (A) stage, which focuses on knowledge creation, included seeking financial support as a production fund, gathering former members to reunite the group, accelerating the establishment of network partnerships, and expanding more diverse marketing channels. The Influence (I) stage, which emphasizes developing improvement guidelines, involved restoring members' mental well-being, strengthening the community enterprise network, clearly defining target customer groups, adjusting product sizes, and adopting new marketing strategies. The Control (C) stage, which focuses on creating practical implementation guidelines, included assigning responsibilities and making agreements on operational details for managing the community enterprise group. (2.2) Mind mapping was utilized to illustrate and outline approaches leading to improved recovery and development. This included planning steps for recruiting members, strengthening partnership networks, preparing plans to obtain financial support and equipment, and targeting new customer segments. In addition, SWOT Analysis was applied as follows: Strengths: strong determination to restore and further develop community products to generate income and create employment within the community; unity and cooperation among members; the group leader's vision and strong perspective on product development; and strong collaboration with partner networks. Weaknesses: inconsistent number of group members; limited funding for recovery; lack of personnel or consultants in food and nutrition; and production facilities that did not meet the standards required by the Food and Drug Administration (FDA). Opportunities: building relationships with networks, expanding online marketing, developing products that meet the needs of modern youth consumers, and providing delivery services. Threats: psychological fear and anxiety, uncertainty regarding government announcements, difficulties in obtaining FDA quality certification, and limited reserve funds. Furthermore, activities were implemented to support the psychological recovery of entrepreneurs and members of the community enterprise group and to restore morale through an activity titled "Endure, Rise, and Fight." This included encouraging motivation through "fighting power," which involved

continuously motivating oneself and affirming, “I can do it.” It also included boosting determination through “rising power,” recognizing valuable sources of encouragement such as support from family members. Lastly, it promoted “fighting power” by seeking new solutions to overcome problems, adjusting mindsets, and setting new goals.

2. The development of community goods and products through creativity, place-based product design, and the promotion of modern marketing revealed that: (1) The creative development of community goods and products includes establishing a community product brand that reflects the local context and spatial symbols, creating a product logo that represents local identity, and improving product quality to meet standards while maintaining consistent taste without altering the original flavor. (2) Place-based product design reflects cultural identity, traditions, ways of life, and local wisdom that generate occupations and income. It consists of unprocessed raw materials such as galangal, lemongrass, dried fish, fish powder, dried shrimp, etc., and processed ingredients such as rice syrup and sweet grass syrup. (3) The promotion of modern marketing increases diverse and up-to-date marketing and sales channels, such as offline marketing, online marketing, delivery services, and product consignment for sale in convenience stores and general retail shops.

Keywords: Restoration, Entrepreneurship, Community Enterprises

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกว.) ปีงบประมาณ ๒๕๖๘ มีวัตถุประสงค์ คือ (๑) เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ (๒) เพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

การวิจัยในครั้งนี้ได้รับความร่วมมือช่วยเหลือจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และภาคีเครือข่าย ได้มีการรวมกลุ่มระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ภาวะโรคระบาดโควิด ๑๙ ซึ่งทำให้เกิดความท้อแท้ วิตกกังวล อยู่ในภาวะซึมเศร้าอ่อน ๆ พร้อมทั้งทำการต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถแข่งขันในตลาดสินค้าทั่วไป สร้างแบรนด์สินค้าที่ดึงเอาเอกลักษณ์ท้องถิ่นของชุมชนมาเป็นจุดเด่นในการออกแบบ

คณะผู้วิจัยจึงขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ธนาคารออมสินภาค ๑๔ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.) เกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและภาคีเครือข่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่ได้ให้การตอบรับและให้ความร่วมมือพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน เข้าร่วมอบรมรับการถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และอบรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจเพื่อลุกขึ้นมาต่อสู้กับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นจากโรคระบาดโควิด ๑๙ และให้ข้อมูลเชิงลึกตอบข้อคำถามสัมภาษณ์แก่นักวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ให้โอกาสที่นักวิจัยได้ทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อช่วยผลักดันในการขับเคลื่อนกิจกรรมเชิงพื้นที่และทำงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ จนทำให้กิจกรรมภายใต้โครงการวิจัยดังกล่าวนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

พระคมสัน เจริญวงศ์, ผศ.
หัวหน้าโครงการวิจัย

สารบัญ

| | |
|--|-----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ก |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ค |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญรูปภาพ..... | ณ |
| บทที่ ๑ บทนำ | ๑ |
| ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | ๑ |
| ๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย..... | ๓ |
| ๑.๓ ปัญหาการวิจัย..... | ๓ |
| ๑.๔ ขอบเขตการวิจัย..... | ๓ |
| ๑.๕ นิยามศัพท์ในการวิจัย..... | ๕ |
| ๑.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | ๖ |
| ๑.๗ ผลที่คาดว่าจะได้รับ..... | ๗ |
| บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | ๘ |
| ๒.๑ แนวคิดการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต..... | ๘ |
| ๒.๒ แนวคิดการคิดเชิงบวก..... | ๑๑ |
| ๒.๓ แนวคิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน..... | ๑๕ |
| ๒.๔ แนวคิดส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์..... | ๑๙ |
| ๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | ๒๓ |
| บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย | ๒๖ |
| ๓.๑ รูปแบบการวิจัย..... | ๒๖ |
| ๓.๒ พื้นที่การวิจัย ประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ..... | ๒๙ |
| ๓.๓ เครื่องมือวิจัย..... | ๓๐ |
| ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | ๓๑ |
| ๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล..... | ๓๒ |
| บทที่ ๔ ผลการวิจัย | ๓๓ |
| ๔.๑ เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการ และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... | ๓๓ |
| ๔.๒ เพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่..... | ๕๐ |
| บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | ๕๖ |
| ๕.๑ สรุปผลการวิจัย..... | ๕๖ |
| ๕.๒ อภิปรายผล..... | ๖๐ |
| ๕.๓ ข้อเสนอแนะ..... | ๖๒ |

| | |
|--|----|
| บรรณานุกรม..... | ๖๔ |
| ภาคผนวก..... | ๖๘ |
| ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์..... | ๖๙ |
| ภาคผนวก ข แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์..... | ๗๑ |
| ภาคผนวก ข ภาพประกอบ..... | ๗๕ |
| ภาคผนวก ค ประวัตินักวิจัย..... | ๘๖ |

สารบัญรูปรูปภาพ

| | | |
|----------------|--|----|
| รูปภาพที่ ๑.๑ | แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย..... | ๖ |
| รูปภาพที่ ๔.๑ | ประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกันกับชุมชน..... | ๓๕ |
| รูปภาพที่ ๔.๒ | การสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ..... | ๓๘ |
| รูปภาพที่ ๔.๓ | บริการส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคแบบเดลิเวอรี่..... | ๔๑ |
| รูปภาพที่ ๔.๔ | กิจกรรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจของสมาชิกภายในกลุ่ม..... | ๔๓ |
| รูปภาพที่ ๔.๕ | การเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map)..... | ๔๔ |
| รูปภาพที่ ๔.๖ | เปิดบูธขายสินค้าตามงานเทศกาลต่าง ๆ..... | ๔๕ |
| รูปภาพที่ ๔.๗ | ส่งสินค้าตามร้านสะดวกซื้อและร้านค้าเครือข่าย..... | ๔๘ |
| รูปภาพที่ ๔.๘ | เปิดร้านค้างานกิจกรรมเกษตรแปรรูป..... | ๕๑ |
| รูปภาพที่ ๔.๙ | การเตรียมอุปกรณ์และวัตถุดิบในการผลิต..... | ๕๒ |
| รูปภาพที่ ๔.๑๐ | ภาคีเครือข่ายความร่วมมือในการขับเคลื่อนกิจกรรม..... | ๕๓ |
| รูปภาพที่ ๔.๑๑ | ส่งเสริมการขายเพื่อสร้างรายได้ผ่านการสื่อสารสาธารณะ..... | ๕๔ |

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจรากหญ้าของประเทศไทยตลอดระยะเวลา ๕ ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. ๒๕๖๒-๒๕๖๖) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ (COVID-19) ทำให้ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องพึ่งพาตนเองต้องหยุดชะงัก ไม่มีงบประมาณ ไม่มีรายได้ ไม่มีการผลิตสินค้า และไม่มีลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ฯลฯ ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่ต้องสต็อกสินค้าและหาช่องทางขายสินค้าที่ผลิตไว้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ เพื่อไม่ให้ขาดทุนมากกว่าที่จะเป็นผลมาจากการเสื่อมราคาของสินค้า และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสต็อกสินค้า การแพร่ระบาดของโควิด ๑๙ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถประกอบอาชีพได้ ขายสินค้าได้รายได้ลดลง ต้นทุนสูงขึ้น ลูกค้ายาลดลง มีหนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้น รวมไปถึงมีเงินทุนหมุนเวียนของกิจการลดลง^๑ อัตราการว่างงานเพิ่มสูงขึ้น ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ความรู้สึกอึดอัดอันจากมาตรการล็อกดาวน์ ความตึงเครียดทางการเงิน รวมไปถึงปัญหาความขัดแย้งและความรุนแรงในครอบครัว ซึ่งทำให้เกิดความเครียด ความรุนแรงทางสังคม ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม ปัญหาอาชญากรรม จนนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ลดลง^๒ จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างก็เจอปัญหาและสถานการณ์เหมือน ๆ กันทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรายได้ลด การถูกให้ออกจากงาน รายได้ที่เลี้ยงปากท้องลดลงหรือหายไปเฉย ๆ กลายเป็นผู้ว่างงานและอยู่บ้านโดยไม่มีงานทำ^๓

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะการส่งเสริมธุรกิจที่มีขนาดเล็กถึงปานกลางหรือองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การส่งเสริมอำนาจที่ดึงดูดใจผ่านวัฒนธรรมต่าง ๆ และนโยบายต่างประเทศ โดยที่ไม่ได้ใช้กำลังทหารหรือเศรษฐกิจที่สร้างความเสียหายและการเปลี่ยนแปลง (Soft Power) เป็นการสร้างรายได้จากทุนที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่นนั้น ๆ ของประเทศไทย โดยใส่ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ รูปร่าง ลวดลาย ลักษณะทรวดทรง ฯลฯ ให้มีเอกลักษณ์ที่สวยงาม ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อตามรสนิยมหรือเทรนด์ความต้องการในช่วงเวลานั้น ๆ เศรษฐกิจฐานรากโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนถือว่าเป็นพื้นที่พัฒนาทักษะ ความสามารถเฉพาะตัว การใช้เวลาว่างให้เป็น

^๑ โฉมิตา หวานชื่น (และคณะ), “ผลกระทบโควิด 19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการค้าขายในตลาดเกินดั่ง บริเวณพื้นที่ชายแดน ตำบลสุโขทัย-ลพบุรี อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา”, < <https://shorturl.asia/Xdwct>>, ตุลาคม ๒๕๖๗.

^๒ เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว, “ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ต่อดัชนีชี้วัดระดับสันติภาพของสังคมไทย”, วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๕): หน้า ๗๔-๗๕.

^๓ พัฒนภมร อ่อนสำลี, “การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙”, วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, ปีที่ ๒๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔): หน้า ๑๙๗.

ประโยชน์ เป็นแหล่งสร้างรายได้เสริมเพื่อจูลเจือครอบครัว เป็นพื้นที่ที่จำลองระบบเศรษฐกิจระดับครัวเรือน เศรษฐกิจระดับจุลภาค ขับเคลื่อนโดยประชาชนในท้องถิ่นชุมชนนั้น ๆ มีการสร้างรายได้ ขายสินค้าและบริการ และมีเงินจากการขายสินค้าเพื่อนำไปจับจ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าอื่น ๆ ซึ่งถือว่าเป็นการขับเคลื่อนเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจด้านการบริโภค (Consumption : C) ทำให้เศรษฐกิจภาคประชาชน หรือเศรษฐกิจระดับชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สามารถยืนด้วยลำแข้งและช่วยเหลือตัวเองได้อย่างยั่งยืน “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน” เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความมุ่งมั่นและมีความตั้งใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของวิสาหกิจชุมชนให้ได้มาตรฐานรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อรับรองความมั่นใจ ความปลอดภัย และมีคุณภาพจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาหลายชนิด เช่น น้ำปลาหวาน หมี่กรอบอยุธยา มันแผ่นทอดกรอบ เผือกทอดกรอบ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผลิตขึ้นมาล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ระดับชุมชน ได้รับการรับรองจากการเข้าประกวดและร่วมกิจกรรมจากงานออกบูธสินค้าระดับจังหวัด เป็นสินค้านำเสนอในระดับหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นอาหารกินเล่นที่นักท่องเที่ยวแนะนำในงานจำหน่ายสินค้าถนนคนเดิน (Street Food) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่พอใจในระดับชุมชน ซึ่งคุณภาพยังเป็นแบบบ้าน ๆ กล่าวคือ มีความสะอาด รูปร่างหน้าตาสวยงาม น่ารับประทาน และอร่อย แบบบ้าน ๆ คือ ไม่มีค่าเสถียรที่เป็นเครื่องมือที่สามารถวัดค่าความสะอาด วัดค่าความชื้น วัดคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ได้ ฯลฯ ทำให้ผู้ประกอบการเป็นกังวลเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัยของผู้บริโภค จึงทำให้ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาเชิงพื้นที่ทางกายภาพเพื่อให้ตอบโจทย์ตามเกณฑ์มาตรฐานเพื่อได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

กลุ่มวิสาหกิจสตรีศรีบางปะหัน ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ (COVID-19) ทำให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตสินค้าระดับชุมชน ช่วงระยะเวลาที่โรคระบาดโควิด ๑๙ มีการแพร่ระบาดอย่างรุนแรง ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถทำการผลิตสินค้าได้เลย ไม่มียอดการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า (Order) ทุกกิจกรรมดำเนินงาน ทุกยอดการสั่งซื้อและการผลิต ฯลฯ ต้องหยุดการผลิต ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันต้องทบทวนหน้าที่และการทำงานของกลุ่มในระดับชุมชน จะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตปรับเปลี่ยนรูปแบบการขาย เน้นการขายผลิตภัณฑ์และสินค้าออนไลน์มากขึ้น และเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นภายใต้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารและยา (อย.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าและผู้บริโภค ได้รับผลิตภัณฑ์ที่ดี สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน พร้อมขยายกลุ่มตลาดลูกค้าไปยังพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าและผู้บริโภคที่หลากหลายรวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมพัฒนาด้านจิตใจให้กับผู้ประกอบการและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลกระทบด้านจิตใจในช่วงวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดโควิด ๑๙ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการและสมาชิกหลายคนรู้สึกท้อแท้ ถอดใจไม่ยอมสู้ต่อ ไม่อยากพัฒนาสินค้าระดับชุมชน รวมถึงการตามไม่ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่จำเป็นและต้องใช้ในการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันและในอนาคตข้างหน้า ปัญหาที่กล่าวถึงในข้างต้นจึงถือว่าเป็นปัญหาที่กลุ่มคณะผู้วิจัยต้องการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาเพื่อส่งเสริมด้านศักยภาพการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ยืนได้ด้วยลำแข้งและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์สู่การสร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน โดยส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๑.๒.๒ เพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

๑.๓.๑ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ ทางด้านอะไรบ้าง

๑.๓.๒ สภาพจิตใจและการฟื้นฟูสภาพจิตใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ ได้ผ่อนคลายลงและเข้าภาวะปกติ ได้รับการช่วยเหลือและการเยียวยาสภาพจิตใจอย่างไร

๑.๓.๓ การพัฒนาและการต่อยอดเกี่ยวกับผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังจากได้รับผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ มีกระบวนการและวิธีการอย่างไร

๑.๓.๔ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภาคีเครือข่ายและทีมคณะนักวิจัย ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่และทำการตลาดเพื่อขายผลิตภัณฑ์ใหม่ในท้องตลาดยุคปัจจุบันด้วยวิธีการอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาในเนื้อหา ดังนี้

๑) การส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๑.๑) ลงพื้นที่ประชุมปรึกษาหารือร่วมกับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

๑.๒) แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ ที่ทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับผลกระทบและสร้างความเสียหายให้การผลิตและการขายผลิตภัณฑ์

๑.๓) ประสานงานขอความร่วมมือกับกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เพื่อช่วยฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย

๑.๔) กิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก โดยความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย และการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๑.๕) ถอดบทเรียนสะท้อนปัญหา ผลกระทบ และการฟื้นฟูสร้างพลังบวกจากการ ผ่านการอบรมและการทำกิจกรรมร่วมกัน

๒) การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

๒.๑) ทำหนังสือประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการขนาดย่อม เพื่อสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือ เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ธนาคารออมสินภายใต้โครงการออมสิน ยุวพัฒนารักษ์ถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลหันสัง และหน่วยงานภาคเอกชน

๒.๒) ประชุมปรึกษาหารือหรือออกแบบกิจกรรมและขับเคลื่อนโครงการร่วมกัน

๒.๓) ออกแบบผลิตภัณฑ์จากการพัฒนาและคิดค้นร่วมกันจากภาคีเครือข่ายความร่วมมือเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการทดลอง ตรวจสอบ คุณภาพและรสชาติเพื่อให้ได้มาตรฐาน

๒.๔) การทำการตลาดและการแสวงหาช่องทางการตลาดเพื่อช่วยส่งเสริมให้กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนมีพื้นที่การตลาดเพิ่มมากขึ้น สามารถขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ทั้งช่องทาง ตลาดออนไลน์และตลาดออฟไลน์ เช่น ร้านค้าออกงานกาชาดประจำปี ร้านค้าขายสินค้างานประจำปี ของวัดต่าง ๆ ร้านค้าขายของกินในงานกีฬาประจำปีของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒.๕) ถอดบทเรียนและนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่สำหรับในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ตำบลหันสัง อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการ ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ตำบลหันสัง อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีสมาชิกทั้งหมด จำนวน ๑๑ คน โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการใช้เครื่องมือในการศึกษาจากกลุ่มประชากร ได้แก่

๑. การสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ที่ได้เข้าร่วม กิจกรรมการฟื้นฟูจิตใจและสร้างพลังบวก รวมไปถึงการมีส่วนร่วมพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วย ความคิดเชิงสร้างสรรค์กับภาคีเครือข่าย และตัวแทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

๑.๑ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๗ คน

๑.๒ ตัวแทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคีเครือข่าย จำนวน ๔ คน

๒. การขับเคลื่อนกิจกรรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้กับสมาชิกของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน โดยความร่วมมือและออกแบบกิจกรรมจากกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เพื่อ สร้างกำลังใจและคิดบวก ทำให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีกำลังใจในการต่อสู้และลุกขึ้นมา

ดำเนินการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการขับเคลื่อนกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และแสวงหาช่องทางการทำการตลาดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อนกิจกรรมในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

๒.๑ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน

๒.๒ องค์การบริหารส่วนตำบลหันสัง

๒.๓ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒.๔ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.)

๒.๕ ธนาคารออมสิน ภาค ๑๔ ภายใต้โครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น

๒.๖ กรมส่งเสริมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

การวิจัยเชิงปฏิบัติการ คณะผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่ายความร่วมมือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ การสร้างแรงบันดาลใจจากกิจกรรมให้เป็นพลังบวกเพื่อให้สามารถคิดดี มีพลังกำลังทางจิตใจและร่างกายให้สามารถพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีมาตรฐานและนำออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด รวมไปถึงการขับเคลื่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกันกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และสินค้าชิ้นใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมไปถึงการเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้มีจำนวนมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งการดำเนินงานกิจกรรมเชิงปฏิบัติการในการวิจัยในครั้งนี้ คือ

๑. กิจกรรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๒. กิจกรรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่

๓. กิจกรรมการออกบูธและการหาช่องทางการตลาด ทั้งการทำตลาดออนไลน์และการทำตลาดออฟไลน์ เช่น เปิดบูธสินค้าในงานประเพณีและกิจกรรมต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยเริ่มตั้งแต่ ๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ – ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๙ ใช้ระยะเวลาในการทำวิจัยทั้งสิ้น ๑๒ เดือน

๑.๔.๕ ขอบเขตด้านแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่มีความสำคัญต่อการฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้

๑. แนวคิดการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต

๒. แนวคิดการคิดเชิงบวก

๓. แนวคิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

๔. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๕ นิยามศัพท์ในการวิจัย

การฟื้นฟูสภาพจิตใจ หมายถึง การบำบัดทางจิต การให้คำปรึกษาด้านจิตใจ โดยการใช้กิจกรรมการมีส่วนร่วมและการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้ประสบปัญหาจากผลกระทบโรคระบาดโควิด ๑๙ มีโอกาสได้เสริมศักยภาพการสร้างพลังบวก มีความเข้มแข็งทางด้านจิตใจ มีวิสัยทัศน์

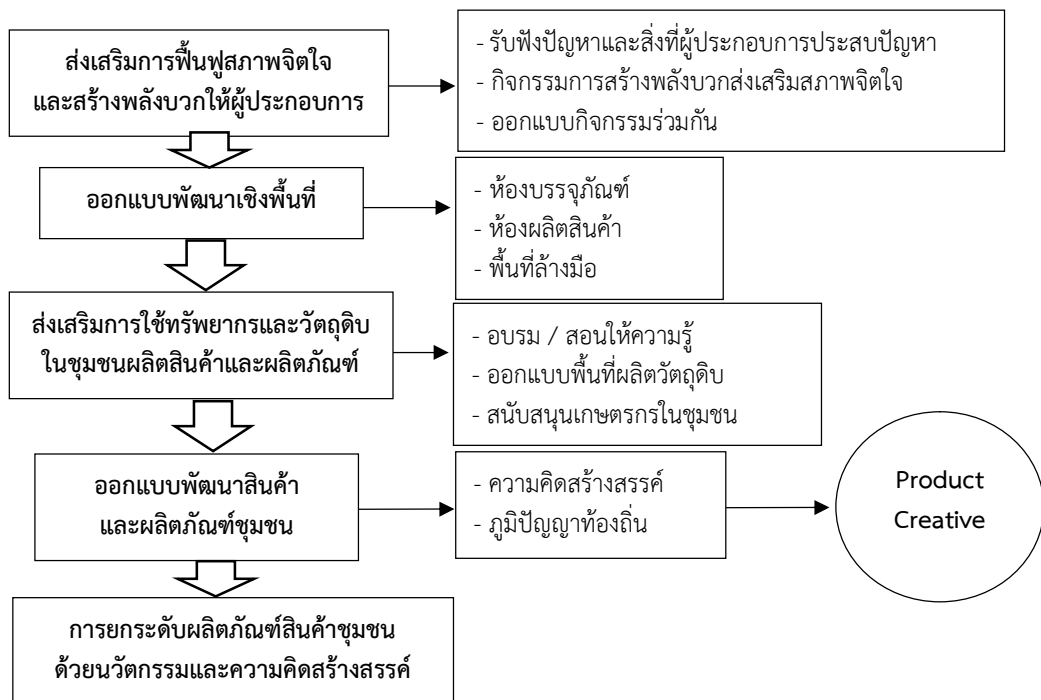
ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการคิดค้นและพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความแปลกใหม่ ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่ แก้ไขปัญหาและจุดบกพร่องผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน หมายถึง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันได้พัฒนาการออกแบบ คิดค้นสูตรสำเร็จรูป ใช้วัตถุดิบและอุปกรณ์ภายในชุมชนเพื่อการผลิต ผลิตขึ้นมาโดยสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และความมั่นคง

ผู้ประกอบการขนาดย่อม หมายถึง กลุ่มผู้ดำเนินกิจกรรมทางด้านการผลิต การจำหน่าย และการบริการธุรกิจ SMEs ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่เข้าร่วมกิจกรรมอบรม

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีการรวมตัวกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป โดยมีเป้าหมายที่จะผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้คนในชุมชน ใช้การมีส่วนร่วมและความผูกพันกันแบบเครือญาติร่วมกันประกอบกิจการ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อพึ่งพาตนเองให้สามารถมีความเข้มแข็งยืนได้ด้วยลำแข้งของตนเอง

๑.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ ๑.๑ แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

๑.๗ ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๗.๑ ได้ทราบผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ประสบปัญหา มาในช่วงสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด ๑๙

๑.๗.๒ ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสภาพจิตใจและการฟื้นฟูสภาพจิตใจ การเข้าไปช่วยเหลือ เยียวยาของหน่วยงานภาครัฐให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นอกจากนั้นยังได้ออกแบบกิจกรรม เพื่อการช่วยเหลือสภาพจิตใจและการสร้างพลังบวกเพื่อให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้ลุกขึ้นสู้ต่อไป

๑.๗.๓ ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการและวิธีการพัฒนาและการต่อยอดการผลิต สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หลังจากได้รับผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙

๑.๗.๔ ได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการระดมความคิดและช่วยเหลือกันของ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ภาคีเครือข่าย ทีมคณะนักวิจัย และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมไปถึง การออกแบบทำการตลาดเพื่อขายผลิตภัณฑ์ใหม่ในท้องตลาดยุคปัจจุบันด้วยวิธีการที่ทันสมัย

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์” ในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- ๒.๑ แนวคิดการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต
- ๒.๒ แนวคิดการคิดเชิงบวก
- ๒.๓ แนวคิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
- ๒.๔ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต

๒.๑.๑ ความหมายพลังสุขภาพจิต

เสาวลักษณ์ สุวรรณไมตรี^๑ ได้ให้ความหมายของคำว่า พลังสุขภาพจิต (Resilience) คือ ความสามารถของบุคคลในการปรับตัว ปรับใจ เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์วิกฤต และสามารถฟื้นตัวกลับมาดำเนินชีวิตต่อไปได้

นิจวรรณ เกิดเจริญ และคณะ^๒ ได้ให้ความหมายของคำว่า พลังสุขภาพจิต คือ ศักยภาพและความสามารถของจิตใจในการปรับตัวและฟื้นตัวภายหลังการเผชิญภาวะวิกฤตหรือเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความยุ่งยาก ลำบากหรือกระทบต่อการดำเนินชีวิต ผู้ที่มีระดับพลังสุขภาพจิตดีจะสามารถเอาชนะอุปสรรคและจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างเข้มแข็ง ช่วยป้องกันและดูแลเราให้รอดพ้นจากปัญหาสุขภาพจิตต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ความเครียด ซึมเศร้า วิตกกังวล หรือเกิดการเจ็บป่วยทางจิต

โสฬวรรณ อินทสิทธิ์ และคณะ^๓ ได้ให้ความหมายของคำว่า พลังสุขภาพจิต คือ ตัวช่วยหนึ่งที่จะช่วยป้องกันเราไม่ให้สูญเสียสุขภาพจิตเมื่อถึงวันที่ชีวิตเหวี่ยงเราเข้าไปในเหตุการณ์วิกฤตซึ่งเราควบคุมไม่ได้ ลักษณะของอารมณ์และจิตใจที่พลังสุขภาพจิตสูงเปรียบได้กับสิ่งของที่มีความ

^๑ เสาวลักษณ์ สุวรรณไมตรี, **คู่มือการให้การปรึกษาเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต**, (นนทบุรี: ปิยอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๕๒), หน้า ๕.

^๒ นิจวรรณ เกิดเจริญ และคณะ, “พลังสุขภาพจิต ผลกระทบต่อจิตใจ และปัจจัยจากโรคโควิด ๑๙” ที่มีผลต่อสุขภาพจิตของนักศึกษาแพทย์ ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด ๑๙”, **วารสารเวชศาสตร์และสุขภาพจิต**, ปีที่ ๖๕ ฉบับเพิ่มเติม (พฤศจิกายน ๒๕๖๔): หน้า ๑๐๓.

^๓ โสฬวรรณ อินทสิทธิ์ และคณะ, **เปลี่ยนร้ายกลายเป็นดี พลังสุขภาพจิต RQ: Resilience Quotient ศักยภาพทางอารมณ์และจิตใจที่จะช่วยพาคุณก้าวผ่านภาวะวิกฤตและความไม่แน่นอนของชีวิตได้อย่างสง่างาม**, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (นนทบุรี: บริษัท ปิยอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๖๓), หน้า ๓๓-๓๔.

ยืดหยุ่นสูง แม้ว่าจะมีแรงกดดันไป แต่ก็สามารถที่จะ “คืนตัว” และ “กลับมาเหมือนเดิม” ได้อย่างรวดเร็ว หรืออาจจะเปรียบเทียบได้ว่าเป็นความเข้มแข็งของจิตใจที่แม้มีปัจจัยภายนอกเข้ามากระทบ แต่ก็ไม่ทำให้เกิดการกระเทือนจนถึงขั้นแตกร้า

พลังสุขภาพจิตจึงช่วยปกป้องตัวเราและครอบครัวของเราจากปัญหาทางสุขภาพจิต เช่น เครียด ซึมเศร้า วิตกกังวล หรือ การเจ็บป่วยทางจิต หรือสูญเสียภาวะสุขภาพจิตที่ดีไปหลังเผชิญเหตุการณ์ที่มากระทบ รวมทั้งยังช่วยป้องกันปัญหาสุขภาพกายที่ต่อเนื่องจากความเครียด เช่น โรคแผลในกระเพาะอาหาร โรคหัวใจ เบาหวาน ความดันโลหิตสูง เป็นต้น

๒.๑.๒ องค์ประกอบพลังสุขภาพทางจิต

ศรีประไพ อินทร์ชัยเทพ และคณะ^๔ ได้อธิบายไว้ว่า การรู้เท่าทันสุขภาพจิตมีองค์ประกอบ ๓ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านความรู้เกี่ยวกับสุขภาพจิตและความผิดปกติทางจิต ๒) ด้านความเชื่อเกี่ยวกับสุขภาพจิตและความผิดปกติทางจิต และ ๓) ด้านความสามารถในการรับรู้ปัญหา การป้องกัน และการจัดการปัญหาทางจิต บุคคลที่มีรู้เท่าทันสุขภาพจิตจะตระหนักถึงปัญหาการเจ็บป่วยทางจิต สามารถดูแลสุขภาพจิตของตนเองและคนรอบข้างได้ และมีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลที่มีปัญหาทางจิต รวมถึงมีความสามารถในการรับรู้ความผิดปกติ รู้วิธีหาข้อมูลด้านสุขภาพจิต มีความรู้เกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงและสาเหตุของการรักษา แสวงหาความช่วยเหลือจากบุคลากรสุขภาพ ทัศนคติที่ส่งเสริมการรับรู้ และการแสวงหาความช่วยเหลือที่เหมาะสม

อารียา ดีประเสริฐ^๕ ได้อธิบายไว้ว่า พลังสุขภาพจิต มี ๓ องค์ประกอบ คือ พลังฮึด (ด้านทนต่อแรงกดดัน) พลังฮึด (ด้านการมีความหวังและกำลังใจ) และพลังสู้ (ด้านการต่อสู้เอาชนะอุปสรรค) บุคคลผู้ที่ยังอยู่กับความทุกข์มักจะมีปัญหาสุขภาพจิตตามมา แต่บุคคลที่พยายามหาทางออก ปรับตัว ปรับใจ จะสามารถดำเนินชีวิตต่อไปโดยได้รับผลกระทบทางสุขภาพจิตน้อยกว่า พลังสุขภาพจิตเป็นความสามารถในการฟื้นฟูสภาพหรือปรับตัวอย่างรวดเร็วจากการเจ็บป่วย ความโศกเศร้า การเปลี่ยนแปลงหรือความโชคร้ายให้กลับสู่ภาวะปกติ เป็นความสามารถเชิงบวกของบุคคลในการรับมือกับปัญหา ความเครียด ความล้มเหลว หรือการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง

กนกภรณ์ ทองคุ้ม และคณะ^๖ ได้อธิบายไว้ว่า “พลังสุขภาพจิต” มี ๓ องค์ประกอบ คือ ๑) “ฉันเป็น” (I am) เป็นพลังที่เกิดจากการเรียนรู้สะสมมาในอดีต โดยประพัตดินเป็นบุคคลที่น่าเคารพนับถือ เป็นผู้มีจิตใจสงบและประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นผู้ที่เคารพตนเองและผู้อื่น โดยการรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเองและยอมรับผลที่เกิดขึ้น เข้าใจความรู้สึกหวั่นไหวผู้อื่น มีความมั่นใจในตนเอง มองโลกในแง่ดี มีความหวังและศรัทธา ๒) “ฉันมี” (I have) เป็นปัจจัยสนับสนุนจากภายนอกที่จะช่วยส่งเสริมพลังสุขภาพจิต และเป็นพลังที่เกิดจากการเกื้อหนุนจากบุคคลหรือสิ่งอื่น

^๔ ศรีประไพ อินทร์ชัยเทพ และคณะ, “การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสุขภาพจิต สำหรับประชาชนทั่วไป”, วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนี อุดรดิตต์, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑): หน้า ๙๙.

^๕ อารียา ดีประเสริฐ, “การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพลังสุขภาพจิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยในเครือข่ายมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ ในสถานการณ์โควิด ๑๙”, วารสารวิชาการสาธารณสุข, ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๒ (มีนาคม-เมษายน ๒๕๖๖): หน้า ๓๕๒.

^๖ กนกภรณ์ ทองคุ้ม และคณะ, “พลังสุขภาพจิตในผู้สูงอายุ แนวคิดและแนวทางการเสริมสร้างพลังจิต”, วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ปีที่ ๒๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๔): หน้า ๑๑๓.

๓) “ฉันสามารถ” (I can) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นพลังที่มาจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตจนถึงปัจจุบันที่สามารถปรับตัวได้ สามารถมองชีวิตให้เป็นเรื่องสนุกไม่เครียด สามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดของตนเอง สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ เช่น ปัญหาในการทำงาน ปัญหาส่วนตัวและปัญหาสังคม สามารถจัดการกับพฤติกรรมของตนเอง ที่เกี่ยวกับความรู้สึก สิ่งที่มากระตุ้นและการแสดงออกต่าง ๆ รวมถึงสามารถเข้าถึงความช่วยเหลือต่าง ๆ ได้ เมื่อต้องการ

๒.๑.๓ การเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข^๗ ได้อธิบายว่า การส่งเสริมสุขภาพจิต คือ การส่งเสริมให้ประชาชนทุกเพศวัยได้รับการดูแลทางสังคมจิตใจให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะในการดูแลตนเอง และอยู่ในสิ่งแวดล้อม ครอบครัว สังคม ชุมชน ที่เอื้ออำนวยต่อการมีสุขภาพจิตที่ดี ดังนั้น การส่งเสริมสุขภาพจิตจึงเกิดจากการที่สังคมชุมชนดูแลคุณภาพชีวิตของประชาชน การจัดการบริการสุขภาพแบบองค์รวมทั้งร่างกายจิตใจ และการที่ประชาชนมีศักยภาพในการดูแลจิตใจตนเอง

ณัฐพล พูลวิเชียร^๘ ได้อธิบายไว้ว่า การส่งเสริมสุขภาพจิต เป็นการเสริมสร้างสุขภาพจิต ช่วยให้พลังสุขภาพจิตสูงขึ้นจากภาวะหมดไฟในการทำงานต่ำลง มีทั้งหมด ๔ ขั้นตอน คือ

๑. การค้นพบสภาพการณ์จริง เป็นกระบวนการเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต มีการทบทวนความรู้เกี่ยวกับปัญหาทางด้านสุขภาพจิต สาเหตุผลกระทบของปัญหาทางด้านสุขภาพจิต เช่น ความเครียด ภาวะหมดไฟในการทำงาน รวมไปถึงร่วมแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างสมาชิกกลุ่มแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งมีโอกาสรับรู้ถึงปัญหาด้านสุขภาพจิตหรือปัญหาด้านอื่น ๆ ของคนอื่น ทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

๒. การสะท้อนคิดอย่างมีวิจารณญาณ ใช้กิจกรรมการบรรยาย เรื่อง “วิกฤตที่เกิดขึ้นในชีวิตของคนทุกคน” ช่วยกระตุ้นให้สมาชิกทบทวนและสำรวจปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเอง นอกจากนั้นก็ยังใช้วิธีการดูวิดีโอที่ ๒ เรื่อง คือ “ฉันลุกขึ้นสู้ได้อีกครั้ง” และ “ฉันมีสิ่งล้ำค่าเป็นกำลังใจ” รวมทั้งฟังเพลง “พลังใจ” เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้สมาชิกได้ฮึดสู้ จนนำไปสู่การตัดสินใจและนำไปปรับใช้ในชีวิตภายใต้วิกฤตที่เกิดขึ้นได้

๓. การตัดสินใจเลือกวิถีปฏิบัติกิจกรรมที่เหมาะสม ใช้วิธีการ “สร้างพลังใจ” โดยการกำหนดเป้าหมายและวิธีการสร้างพลังใจให้ตนเองและทำข้อตกลงหรือสัญญาใจในการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันภาวะหมดไฟในการทำงาน ซึ่งให้แต่ละคนเลือกข้อตกลงหรือสัญญาใจที่เหมาะสมกับตนเอง

๔. การคงไว้ซึ่งการปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ โดยการทำกิจกรรมร่วมกันที่ชื่อว่า “เติมพลังใจตนเองให้เต็ม” และ “เติมพลังใจตนเองให้เต็มอย่างต่อเนื่อง” เป็นการทบทวนข้อตกลงหรือสัญญาใจของสมาชิก เมื่อพบปัญหาหรืออุปสรรคจะใช้กระบวนการกลุ่มในการร่วมมือแก้ไขปัญหานั้น

^๗ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, **มาตรฐานการส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตสำหรับโรงพยาบาลชุมชน**, (นนทบุรี: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, ๒๕๕๘), หน้า ๑.

^๘ ณัฐพล พูลวิเชียร, “อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน”, **วารสารวิชาการสาธารณสุข**, ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖): หน้า ๑๕๙-๑๖๐.

อัมเรศ เนตาสีทธิ์ และคณะ^๙ ได้อธิบายไว้ว่า การส่งเสริมสุขภาพจิต เป็นการดำเนินกิจกรรม เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีพลังสุขภาพจิตที่พัฒนาขึ้นไป มีความเข้มแข็งทางจิตใจ สามารถปรับตัวใน สภาพความเป็นจริงได้อย่างมีเหตุมีผล เป็นภูมิคุ้มกันติดตัวแม้ว่าจะพบเจอกับภัยธรรมชาติหรือ ปรากฏการณ์อันเลวร้ายแบบฉับพลันทันด่วนที่ส่งผลต่อสภาพจิตใจ โดยใช้กิจกรรม ๕ กิจกรรม ดังนี้

๑. “กิจกรรมเล่าเรื่องลบ พบทางออก” ใช้การวิเคราะห์และรู้เท่าทันอารมณ์ของตนเอง สามารถบอกวิธีการควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เรียนรู้วิธีการควบคุมอารมณ์ของสมาชิกในชุมชนคน อื่น ๆ แล้วสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการควบคุมอารมณ์ของตนเองได้อีกด้วย

๒. “กิจกรรมใจส่งใจ” ใช้การปรับความคิดและปรับการกระทำให้เหมาะสมกับ สถานการณ์ได้ รู้วิธีการดูแลตนเองให้มีความสุขเมื่อเกิดความทุกข์ สามารถปรับแนวคิดให้ยืดหยุ่นตาม สถานการณ์ มีความคิดบวกกับปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดความสนุกสนานและเกิดอารมณ์ขันได้อีกด้วย

๓. “กิจกรรมหมั่นมิตร” ใช้การผูกมิตรซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือคนอื่นเท่าที่ทำได้ มีการ สื่อสารซึ่งกันและกันทั้งภาษาพูดและภาษากาย ฟังเพลงเพื่อเกิดการผ่อนคลายและโยกตามจังหวะ พร้อมทั้งใช้วิธีการบิบนวดมือซึ่งกันและกัน

๔. “กิจกรรมคลิบชวนคิด” ใช้การเปิดใจปรับเปลี่ยนมุมมองและยอมรับความคิดของคน อื่นที่แตกต่างจากเขา มีความเชื่อมั่นในตนเอง เชื่อมั่นในความร่วมมือของชุมชนว่า เมื่อไหร่ที่คนใน ชุมชนร่วมมือกันอย่างจริงจัง สถานการณ์ร้าย ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนก็จะผ่านพ้นไปด้วยดี

๕. “กิจกรรมบัตรคำนำทาง” ใช้การปรับเป้าหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เป็นอยู่ ด้วยวิธีการยืดหยุ่น มีความตั้งใจแก้ไขปัญหอย่างจริงจังจากการร่วมมือกันของสมาชิกหรือผู้คนใน ชุมชนเพื่อป้องกันสถานการณ์ร้าย ๆ ที่จะเกิดขึ้นในภายข้างหน้า

๒.๒ แนวคิดการคิดเชิงบวก

๒.๒.๑ ความหมายการคิดเชิงบวก

วรรณิ เจริญรุ่งเรือง^{๑๐} ได้อธิบายไว้ว่า พลังบวก คือ พลังที่ขับเคลื่อนให้ทำสิ่งที่ดี ๆ เป็น แรงผลักดันหรือความรู้สึกในด้านบวกที่ทำให้มีความกระตือรือร้น ทำงานที่ท้าทาย มองโลกในแง่ดี ไม่ย่อ ท้อต่ออุปสรรคหรือปัญหา ทำให้รู้สึกว่าเป็นที่ดี มีความสุขกับในชีวิต ร่างกายที่แข็งแรงสดชื่น และจิตที่ เข้มแข็งมั่นคง คือพลังบวกที่สำคัญในตนเองที่ผลักดันการแสดงทักษะ ความสามารถ หรือศักยภาพ ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเต็มศักยภาพ ผ่านสัมผัสทั้ง ๕ คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกาย

วรรณิ เจริญรุ่งเรือง^{๑๑} ได้อธิบายไว้ว่า การคิดเชิงบวก คือ กระบวนการทางความคิดที่เกิด จากการรับรู้และการแปลความหมายที่มีต่อสถานการณ์และบุคคลอื่น ๆ ไปในแง่ดี พร้อมปรับเปลี่ยน

^๙ อัมเรศ เนตาสีทธิ์ และคณะ, “การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพลังสุขภาพจิต (RQ) สำหรับชุมชน ที่ถูกน้ำท่วม: กรณีศึกษาตำบลห้วยแพะ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง”, วารสารครุศาสตร์, ปีที่ ๔๔ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๕๙): หน้า ๒๔๒-๒๔๓.

^{๑๐} วรรณิ เจริญรุ่งเรือง, “พลังบวก กับ การออกกำลังกายและกีฬา”, วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศิลปากร, ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔): หน้า ๑๕๑.

^{๑๑} ปัญญา วรวัฒน์ชัย, “การคิดเชิงบวก”, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๕): หน้า ๒๑๗-๒๑๘.

มุมมอง ความเชื่อ และความรู้สึกเพราะรู้จักเลือกใช้ประโยชน์จากด้านบวกที่แฝงอยู่จากสิ่งนั้น ๆ ได้ ช่วยลดความเครียด เพิ่มผลการเรียน สร้างความสุขในชีวิต เพิ่มความพึงพอใจในชีวิต เสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์และพฤติกรรมการทำงานในองค์กร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว เป็นผู้มีความรักดี มีความเชื่อมั่น มีความมั่นใจในตนเองอย่างสร้างสรรค์

พระครูอุทัยธรรมานุกูล^{๑๒}ได้อธิบายไว้ว่า การคิดเชิงบวก คือ การใช้ศิลปะการดำรงชีวิตให้มีความสุข ประสบความสำเร็จ ท่ามกลางปัญหาและอุปสรรค โดยการสร้างเจตคติที่ดีต่อตนเอง ต่อคนอื่นและสถานการณ์ที่เป็นบวก เปลี่ยนปัญหาให้เป็นกำลังใจและความเข้มแข็งในการต่อสู้ให้ชีวิตดำเนินต่อไปอย่างสร้างสรรค์และมีความสุข

๒.๒.๒ แนวทางการฝึกคิดเชิงบวก

จิริยา อัครเพชรกุล^{๑๓} ได้อธิบายแนวทางการเสริมสร้างพลังบวกของนักเรียนวัยรุ่น โดยใช้การบูรณาการแนวคิดและเทคนิคของทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างพลังบวกต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับการเสริมสร้างพลังทางบวกของนักเรียนวัยรุ่น ไว้ดังนี้

๑. การเสริมสร้างพลังทางบวกด้านภูมิปัญญาและความรู้ โดยการบูรณาการทฤษฎีการให้การปรึกษากลุ่มแบบพฤติกรรมนิยม ทฤษฎีการรู้คิดและพฤติกรรม ทฤษฎีภวนิยม ทฤษฎีเผชิญความจริง เพื่อให้เด็กนักเรียนมีพลังทางบวกด้านภูมิปัญญาและความรู้ในการค้นคิดสิ่งใหม่ การแสวงหาคำตอบให้กับคำถามที่สงสัยและการรักที่จะเรียนรู้

๒. การเสริมสร้างพลังทางบวกด้านความกล้าหาญ โดยการบูรณาการทฤษฎีการให้การปรึกษากลุ่มแบบเกสตัลท์ ทฤษฎีภวนิยม ทฤษฎีการรู้คิดและพฤติกรรม และทฤษฎีพฤติกรรมนิยม เพื่อให้เด็กนักเรียนมีพลังทางบวกด้านความกล้าหาญในการกล้าแสดงออก ความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ความสุจริตเที่ยงธรรมและการมีชีวิตชีวา

๓. การเสริมสร้างพลังทางบวกด้านการมีสัมพันธภาพ โดยการบูรณาการทฤษฎีการให้การปรึกษากลุ่มแบบวิเคราะห์สัมพันธภาพทฤษฎีเกสตัลท์ ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม เพื่อให้เด็กนักเรียนมีพลังทางบวกด้านการมีสัมพันธภาพ ด้านความรัก ความกรุณา และการมีสัมพันธภาพของนักเรียนวัยรุ่น

๔. การเสริมสร้างพลังทางบวกด้านการรู้จักใช้เวลาอย่างสร้างสรรค์ ใช้การบูรณาการทฤษฎีการให้การปรึกษาครอบครัวแบบโครงสร้าง ทฤษฎีเผชิญความเป็นจริง และทฤษฎีพฤติกรรมนิยม เพื่อให้เด็กนักเรียนมีพลังทางบวกด้านการรู้จักใช้เวลาอย่างสร้างสรรค์ในการใช้เวลาในการทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ การเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเยาวชน การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาและการให้เวลากับครอบครัว

ดวงกมล ปิ่นเฉลียว^{๑๔} ได้อธิบายแนวทางการสร้างเสริมสุขภาพจิตด้วยความคิดบวก ซึ่งใช้เทคนิคคล้ายคลึงกับเทคนิคการสร้างความสุขด้วยตนเอง โดยมีพื้นฐานจากแนวคิดทางจิตวิทยาเชิง

^{๑๒} พระครูอุทัยธรรมานุกูล, “พลังคิดบวกในการบริหารงานตามแนวพุทธบูรณาการ”, วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒, (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๐): หน้า ๙๑.

^{๑๓} จิริยา อัครเพชรกุล และคณะ, “การเสริมสร้างพลังทางบวกของนักเรียนวัยรุ่น โดยการให้การปรึกษากลุ่มบูรณาการ”, วารสารพยาบาลทหารบก, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๘): หน้า ๘๑.

^{๑๔} ดวงกมล ปิ่นเฉลียว, “การสร้างเสริมสุขภาพจิตด้วยความคิดบวก”, วารสารพยาบาลตำรวจ, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๙): หน้า ๒๒๘-๒๒๙.

บวก คือ การพัฒนาจุดแข็งของบุคคล และปรับวิธีการคิดให้เป็นบวกร่วมกับการดูแลตนเองด้านสุขภาพกาย มีรายละเอียดดังนี้

๑. การดูแลสุขภาพร่างกาย ร่างกายและจิตใจเป็นส่วนที่สัมพันธ์กัน หากร่างกายแข็งแรง ไม่เจ็บป่วย จิตใจจะแจ่มใส ควรนอนพักผ่อนให้เพียงพอ และรับประทานอาหารที่มีประโยชน์

๒. ฝึกทำสมาธิ ทำจิตใจให้ว่าง การฝึกทำสมาธิเป็นการฝึกจิตใจให้เข้มแข็ง มีสติ สามารถเข้าใจตนเองและปรับปรุงตนเองได้เสมอ เมื่อมีปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ จะสามารถพิจารณาได้อย่างมีเหตุผล ไม่ใช่อารมณ์เป็นที่ตั้ง ไม่ปล่อยจิตตนเองไปตามอารมณ์ และถ้านั่งสมาธิเป็นประจำทุกวัน ร่างกายและจิตใจก็จะไม่เก็บอารมณ์ทางลบหรือเรื่องราวไม่ดีมาจำฝังใจ ส่งผลให้มีความคิดเชิงบวก มีความสุข จิตใจแจ่มใส

๓. คิดในมุมกลับ กล่าวคือไม่คิดแต่เพียงมุมมองของตัวเอง แต่ให้คิดมุมมองของผู้อื่นด้วย ซึ่งจะทำให้ลดความโกรธหรือความคับข้องใจลง เพราะการอยู่ร่วมกันมักจะมีความคิดแตกต่างกัน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความไม่พอใจซึ่งกันและกัน ดังนั้น จึงควรมองในมุมมองของผู้อื่นด้วย เพื่อให้สามารถเข้าใจความคิดเห็นหรือมุมมองของคนอื่นได้มากขึ้น

๔. คิดหลายมุม ด้วยการมองให้รอบด้าน อย่ามองเพียงด้านเดียว วิเคราะห์ให้เห็นถึงสาเหตุปัจจัยต่าง ๆ โดยคำนึงถึงเวลา สถานที่ และบริบทที่เกิดปัญหา จะทำให้ได้คำตอบที่หลากหลายแจ่มใสมากยิ่งขึ้น

๕. หมั่นคุยกับตนเองด้วยความคิดเชิงบวก ทบทวนตรึงตรองตัวเองเรียงลำดับความคิดเชิงลบเพื่อเปลี่ยนแปลงมุมมองคิดคิดใหม่และบอกตัวเองเสมอว่า “พรุ่งนี้จะต้องดีกว่าเดิม” และฝึกพูดประโยคเชิงบวกว่า “ฉันคิดว่าปัญหานี้มีทางออกเสมอ” ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มระดับภูมิปัญญาในทางใน ร่างกายและเสริมสร้างพลังในการรับมือกับปัญหาต่าง ๆ

๖. บันทึกสิ่งที่ดีที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน เป็นการบันทึกประสบการณ์ที่ดี จดบันทึกแต่สิ่งที่ดี ถ้าหากจดบันทึกเป็นประจำทุกวัน สมองจะสะสมเรื่องราวดี ๆ เอาไว้ ซึ่งจะส่งผลให้สุขภาพจิตดี

๗. มีความยืดหยุ่น การจะเปลี่ยนตัวเองให้คิดบวกได้ ส่วนหนึ่งต้องเริ่มจากตัวเองก่อน คือ เปลี่ยนความคิดที่ว่า ทุกอย่างต้องถูกต้องตามหลักการที่ถูกต้องเท่านั้น เปลี่ยนเป็นคิดยืดหยุ่นบ้าง เพราะความคาดหวังคือสิ่งที่อาจทำให้เราเสียใจและมองโลกในแง่ร้ายได้

๘. ยิ้มและหัวเราะ การยิ้มและหัวเราะเป็นสิ่งที่สะท้อนอารมณ์ได้ดีว่ากำลังมีความสุขหรือความทุกข์ และยังเป็นการปรับอารมณ์ด้านลบให้ดีขึ้นด้วย ดังนั้น ถ้าหากทำงานเครียดมาทั้งวัน ควรหาเวลาผ่อนคลายด้วยการหัวเราะ โดยหาความบันเทิงได้จากการดูหนังตลก อ่านหนังสือการ์ตูน พูดคุยกับเพื่อนสนิท วาดภาพ หรือร้องเพลง เป็นต้น

๙. คบหาหรือเป็นมิตรกับเพื่อนที่ร่าเริง มีความคิดบวก เพราะเพื่อนแท้ที่นิสัยร่าเริงแจ่มใส มองโลกในแง่บวก จะช่วยให้เราเกิดความรู้สึกดี ๆ และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ดี แต่หากอยู่กับคนที่เครียดกับชีวิตมากเกินไป หรือมองโลกในแง่ร้าย จะทำให้ไม่สามารถพัฒนาความคิดเชิงบวกได้ ดังนั้น ถ้าอยากเริ่มเป็นคนคิดบวกจึงควรผูกมิตรหรือคบเพื่อนที่มองโลกในแง่ดี

๑๐. รู้จักการปล่อยวางหรือละทิ้ง เรื่องราวบางเรื่องหรือสถานการณ์บางอย่างที่ผ่านไปแล้ว ไม่สามารถย้อนเวลาหรือย้อนเหตุการณ์กลับไปแก้ไขได้ ควรรู้จักการปล่อยวางและคิดว่าสิ่งที่เราหมกมุ่นกับอดีตที่ผ่านมา เป็นการกระทำที่เปล่าประโยชน์ และการนำเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้น

กลับมาคิดซ้ำ ๆ จะทำร้ายตนเองโดยไม่รู้ตัว ควรปรับความคิดของตนเองด้วยการเรียนรู้ที่จะนำอดีตมาเป็นบทเรียน และแสวงหาแนวทางการแก้ไขเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีกในครั้งต่อไป

๑๑. ช่วยเหลือผู้อื่น โดยไม่เห็นแก่ตัว เช่น อุทิศเวลาเพื่อประโยชน์ของสังคม หรือบริจาคเงินให้มูลนิธิต่าง ๆ เป็นต้น

๒.๒.๓ คุณค่าและประโยชน์ของการคิดเชิงบวก

ปัญจนานู วรวัฒน์ชัย^{๑๔}ได้อธิบายเกี่ยวกับคุณค่าและประโยชน์ของการคิดเชิงบวก ไว้ว่าเป็นการทำให้เป็นผู้มีจิตใจที่เข้มแข็งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง สามารถต่อสู้ฟันฝ่าอุปสรรคด้วยกำลังและความกระตือรือร้นทำงานจนประสบความสำเร็จ มีดังนี้

๑. ทำให้เป็นผู้มีสุขภาพจิตดี ลดภาวะซึมเศร้า และโรคประสาท ผู้ที่มีการคิดเชิงลบจะอธิบายเหตุการณ์ที่เลวร้ายให้รู้สึกสลดหดหู่ใจ หมดหวังและท้อแท้

๒. ทำให้เป็นผู้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สำหรับในคนปกติจะมีการดูแลสุขภาพที่ดีและผู้ที่มีเจ็บป่วยก็จะทุเลาได้เร็วกว่าคนที่มองโลกในแง่ลบ

๓. ทำให้เป็นผู้ประสบความสำเร็จในทุก ๆ ด้าน มากกว่าคนที่มองโลกในแง่ลบ

๔. ทำให้มีความสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่นได้ดีกว่าคนที่มองโลกในแง่ลบ เนื่องจากคนที่มองโลกในแง่ลบจะให้อภัยในความผิดของผู้อื่นและพร้อมที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพกับคนอื่นได้ยืนยาว

พิทักษ์ สุพรรณโณภาพ^{๑๕}ได้อธิบายเกี่ยวกับผลของการการคิดเชิงบวกที่ส่งผลต่อคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบุคคลหลายประการ มีดังนี้

๑. ทำให้มีสุขภาพจิตที่ดี กล่าวคือ การคิดเชิงบวกส่งเสริมให้บุคคลมีความสามารถในการปรับตัวและเผชิญความจริงได้อย่างมีเหตุมีผล เกิดความพึงพอใจในตนเอง ครอบครอง หน้าที่การงาน และในสังคมที่เกี่ยวข้อง มีความพึงพอใจในการดำรงชีวิตและเป็นการเพิ่มความสุขในชีวิต

๒. ทำให้มีสุขภาพกายที่ดี กล่าวคือ การคิดเชิงบวกส่งเสริมให้บุคคลมีสุขภาพกายที่ดีและมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง โดยในคนปกติจะมีการดูแลสุขภาพที่ดี ส่วนในคนที่มีความเจ็บป่วย การคิดเชิงบวกสามารถช่วยฟื้นฟูสุขภาพกายของมนุษย์ให้เป็นไปในทางที่ดีได้

๓. ทำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในชีวิต กล่าวคือ การคิดเชิงบวกเป็นส่วนสำคัญในการจูงใจตนเองให้เห็นว่าทุกสิ่งทุกอย่างไม่ได้เลวร้าย จึงมีพลังแสวงหาโอกาสที่จะพลิกผันสถานการณ์ที่เลวร้ายให้กลับคืนดีให้ได้และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่ขวางกั้น จึงเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ชีวิตและการทำงาน มีสติปัญญาในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ เกิดความคิดที่จะปรับปรุงและพัฒนาปรับเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาส ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่สมบูรณ์และเกิดความมีมาตรฐานในงาน

๔. ทำให้มีสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น กล่าวคือ การคิดเชิงบวกจะตามมาด้วยการพูดดีและการทำดี จึงทำให้ตนเองและผู้อื่นสบายใจ เนื่องจากเจ้าของความคิดเองสามารถทำความเข้าใจกับเรื่องราวต่าง ๆ ตามความเป็นจริงและสามารถปรับความคิดของตนเองให้ปราศจากความยุ่งยากลำบาก

^{๑๔} ปัญจนานู วรวัฒน์ชัย, “การคิดเชิงบวก”, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๕): หน้า ๒๑๔-๒๑๕.

^{๑๕} พิทักษ์ สุพรรณโณภาพ, “การคิดเชิงบวก : ตัวแปรในการพัฒนาชีวิต”, Veridian E-Journal, Silpakron University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๑): หน้า ๑๙๖๘-๑๙๖๙.

ใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ส่งผลให้ตนเองและบุคคลรอบข้างมีความสุข นอกจากนี้ยังพบว่าคนที่มีการคิดเชิงบวกจะให้อภัยในความคิดของผู้อื่นและพร้อมที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพกับคนอื่นได้ยืนยาว

๕. ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ กล่าวคือ การคิดเชิงบวกช่วยให้คิดในด้านดี กล้าคิดกล้าฝัน เห็นความดีของตนเอง ผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เกิดเป็นความสุขใจมากกว่าความทุกข์ใจ เพิ่มคุณค่าให้แก่ชีวิตในทุก ๆ ด้าน อันนำไปสู่รากฐานสำคัญของความคิดสร้างสรรค์

๒.๓ แนวคิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

๒.๓.๑ ความหมายการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ธงชัย ธนะสิงห์^{๑๗} ได้ให้ความหมาย “การพัฒนา” (Development) หมายถึง การทำให้มั่นคง การทำให้เกิดความก้าวหน้า รวมไปถึงการพัฒนาประเทศก็ทำให้ชุมชน สังคม ประเทศมีความมั่นคง มีความเจริญมากขึ้นกว่าเดิม ความหมายของการพัฒนาประเทศ ก็เท่ากับความตั้งใจที่จะทำให้ชีวิตของแต่ละคน แต่ละสังคมมีความปลอดภัย มีความเจริญ รวมทั้งมีความสุขมากยิ่งขึ้น

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ^{๑๘} ได้ให้ความหมาย “การพัฒนา” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงซึ่งมีการกระทำให้เกิดขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ต้องเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถ้าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่ดี ก็ไม่เรียกว่าการพัฒนา ขณะเดียวกัน การพัฒนามิได้หมายถึงการเพิ่มขึ้นปริมาณสินค้าหรือรายได้ของประชาชนเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการเพิ่มความพึงพอใจและเพิ่มความสุขของประชาชนด้วย

พระมหาประกอบ กิตติญาโณ^{๑๙} ได้ให้ความหมาย “การพัฒนา” หมายถึง การทำให้เจริญ การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนสภาพ และปรับปรุงให้ต่างจากเดิม

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘^{๒๐} ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วิสาหกิจชุมชน” หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการบริการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด

^{๑๗} ธงชัย ธนะสิงห์, **ภูมิศาสตร์และการพัฒนา**, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๙), หน้า ๑.

^{๑๘} วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, “ความหมายของการพัฒนา คำที่มีความหมายใกล้เคียง และแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนา”, <<https://shorturl.asia/9NyGd>>, ตุลาคม ๒๕๖๗.

^{๑๙} พระมหาประกอบ กิตติญาโณ, “การพัฒนาสังคมในทัศนะพุทธปรัชญาเถรวาท”, **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาจุฬาลงกรณแก่น**, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๔): หน้า ๔๓.

^{๒๐} ราชกิจจานุเบกษา, พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘, <https://www.moac.go.th/law_agri-files-391991791824>, ตุลาคม ๒๕๖๗.

ชุมชน หุ่นนาค และคณะ^{๒๑} ได้อธิบายเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ไว้ว่า เป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ พัฒนาระบบการจัดการชุมชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของคนในท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ มั่นคง และยั่งยืน โดยคำว่า ทุนของชุมชนไม่ได้หมายถึงทุนเงินตราเพียงอย่างเดียว แต่ครอบคลุมถึง คน ความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติและผลผลิตของชุมชน

สรุปความได้ว่า “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน” หมายถึง การเปลี่ยนแปลงและยกระดับความสามารถวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น โดยการพัฒนารูปแบบการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาด รูปแบบการขายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าด้วยรูปแบบการขายใหม่ ๆ มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเดิมให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีขึ้นกว่าเดิม สร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ทำให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนมีความมั่นคงและสามารถช่วยเหลือตนเองขึ้นด้วยลำแข้งจากการประกอบอาชีพ

๒.๓.๒ การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์^{๒๒} ได้อธิบายถึงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ไว้ว่า ให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ สามารถวางแผนบริหารจัดการธุรกิจ ดังนี้

๑. การวางแผนการผลิต เช่น การควบคุมต้นทุน การวางแผนการผลิตให้เพียงพอกับคำสั่งซื้อ และการวางแผนการจัดสรรวัตถุดิบ

๒. การวางแผนการเงินและการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนธุรกิจและการลงทุนในอนาคต ตลอดจนเฝ้าต่อการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานและแหล่งเงินทุนต่าง ๆ โดยภาครัฐจัดอบรมให้ความรู้ และอาจต้องออกกฎระเบียบการจัดทำบัญชี และมีการตรวจสอบจากภาครัฐ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย จะได้สามารถคำนวณรายรับ-รายจ่าย และต้นทุนที่แท้จริงในการดำเนินธุรกิจได้

๓. วางแผนการตลาด เช่น กำหนดลูกค้าเป้าหมาย ช่องทางการจำหน่าย การตลาดยุคดิจิทัล การประชาสัมพันธ์บอกเล่าเรื่องราวธุรกิจและผลิตภัณฑ์ สร้างอัตลักษณ์สินค้า การออกสู่ตลาดต่างประเทศ และการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าระหว่างประเทศ

๔. การวางแผนการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เช่น พัฒนาศักยภาพบุคลากร แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่ม สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกในชุมชน ตลอดจนการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการสมาชิกและชุมชน

๕. วางแผนบริหารความเสี่ยง เช่น การมีแผนเตรียมการรองรับหากราคาผลผลิตตกต่ำ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนทำธุรกิจอย่างถูกวิธีและเป็นระบบ มีความเข้มแข็งและยืดหยุ่น สามารถเตรียมความพร้อมให้เท่าทันและรับมือกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

^{๒๑} ชุมชน หุ่นนาค และคณะ, “แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์สาธิตการเกษตร ร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี”, วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๓): หน้า ๒๖.

^{๒๒} สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์, การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก, (กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์, ๒๕๖๖), หน้า ๓๔.

รัชดา ภัคดียิ่ง^{๒๓} ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น โดยได้เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

๑. ด้านการบริหารจัดการ (Management) จะต้องมีการดำเนินการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานอย่างชัดเจนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เน้นการวางแผนโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิก มีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์จากการดำเนินงานเพื่อให้เข้าใจตรงกันและมีความเหมาะสม มีการวางโครงสร้างองค์กรและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน มีการประชุมพบทวนการทำงานร่วมกัน พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการดำเนินงานและนำมาปรับปรุง

๒. ด้านคุณภาพและมาตรฐาน (Quality and Standards) จะต้องเน้นการดำเนินงานและกระบวนการผลิตสินค้าอย่างมีคุณภาพและมีมาตรฐาน มีการกำหนดขั้นตอนการผลิตที่ชัดเจนเป็นที่เข้าใจตรงกันของสมาชิก ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น วัตถุดิบที่ใช้ต้องได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ ตรวจสอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่าย กำหนดราคาเป็นมาตรฐานและยอมรับได้ คิดค้นและปรับปรุงวิธีการผลิตใหม่ ๆ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์

๓. ด้านภาวะผู้นำ (Leaderships) ผู้นำจะต้องมีความรู้ มีประสบการณ์ มีวิสัยทัศน์และความคิดริเริ่ม มีความรับผิดชอบ มีการจัดสรรตำแหน่งหน้าที่การทำงานที่เหมาะสมกับประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของสมาชิก รวมทั้งสามารถสื่อสารและประสานงานผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดได้อย่างดี ตลอดจนสามารถแก้ปัญหาและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนได้

๔. ด้านการบริหารการตลาด (Marketing Management) การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจะพิจารณาองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4P) การบริหารจัดการในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และควรผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

๕. ด้านเครือข่าย (Networking) การมีเครือข่ายเป็นการลดต้นทุนผู้ประกอบการ เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่จะนำมาพัฒนาการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ วิสาหกิจชุมชนจะต้องได้เข้าร่วมกิจกรรมและรับการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๖. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก (Involvement of Members) เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้คัดสรรวัตถุดิบให้เพียงพอและทันต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า มีส่วนร่วมในการวางแผนการตลาดและหาตลาดให้กลุ่ม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและร่วมแก้ไขปัญหา

๗. ด้านการบัญชีการเงิน (Finance/Accounting) การมีระบบการชำระเงินหลายรูปแบบเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน มีการจ่ายค่าตอบแทนและเงินปันผลให้สมาชิกอย่างมีระบบและเป็นธรรมและมีการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส

๘. ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ส่งเสริมให้เข้าร่วมอบรมสัมมนาและศึกษาดูงานชุมชนอื่น ๆ เพื่อพัฒนาตนเองและกลุ่ม มีการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน อบรมวิชาชีพและทักษะในการทำงานให้กับสมาชิก มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการจัดการความรู้เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการ

^{๒๓} รัชดา ภัคดียิ่ง, “การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น”, *Journal of Buddhist Education and Research*, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓): หน้า ๑๘๑-๑๘๓.

๒.๓.๓ ปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

อิสรี แพทย์เจริญ และคณะ^{๒๔} ได้อธิบายถึงปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ไว้ว่า การบริหารจัดการและการปฏิบัติงานในทุกระดับภายในองค์กรจะต้องมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจและรู้ว่าต้องปฏิบัติอย่างไร ปัจจัยความสำเร็จไม่จำเป็นต้องวัดผลได้ แต่ต้องทำหน้าที่ชี้แนะต่อเป้าหมายหลักขององค์กร โดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

๑. ให้ความสำคัญไปที่ผลผลิตและผลลัพธ์ขององค์กร ไม่เน้นปัจจัยนำเข้าหรือกระบวนการ

๒. มีความเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์ พันธกิจหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมุ่งเน้นเฉพาะงานที่สำคัญเท่านั้น

๓. มีความหมายเฉพาะเจาะจงและสามารถเข้าใจงานได้ ชัดเจน ไม่คลุมเครือ และสามารถสื่อความหมายได้อย่างเดียวกัน เพื่อสมาชิกทุกคนในองค์กรสามารถเข้าใจตรงกับสิ่งที่องค์กรมุ่งหวังและวิธีการบรรลุเป้าหมายเหล่านั้น

๔. ผู้บริหารให้การยอมรับว่าปัจจัยดังกล่าว เป็นปัจจัยที่สำคัญส่งผลต่อการบรรลุสำเร็จตามวิสัยทัศน์ขององค์กร

๕. องค์กรสามารถควบคุมผลให้เกิดขึ้นได้ในทางปฏิบัติ องค์กรกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยคำนึงถึงการควบคุมขององค์กรที่มีต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นสำคัญ หากปัจจัยแห่งความสำเร็จบางอย่างมีความสำคัญ แต่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ก็ไม่ควรนำปัจจัยดังกล่าวมาเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ทักษญา สง่าโยธิน^{๒๕} ได้อธิบายถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความสำเร็จ และศึกษาถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

๑. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ควรจะต้องมีภาวะผู้นำในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ครอบคลุมกับการบริหารธุรกิจ

๒. ส่งเสริมให้สมาชิกในกลุ่มต้องมีความสามัคคี มีส่วนร่วมและมีความผูกพัน

๓. วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดี มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน โปร่งใส

๔. วิสาหกิจชุมชนต้องจัดหาเงินทุนในหลายรูปแบบที่เหมาะสมกับชุมชน โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเงินทุนภายนอก

๕. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริม สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ทักษะทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งด้านเงินทุน

^{๒๔} อิสรี แพทย์เจริญ และคณะ, “ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน”, วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๕): หน้า ๘๖.

^{๒๕} ทักษญา สง่าโยธิน, “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน”, วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๐): หน้า ๒๒-๒๓.

๖. ผู้ดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชน ควรต้องมีทักษะความสามารถในการผลิต รวมถึงการนำนวัตกรรมการผลิตเข้ามาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
๗. การสร้างเครือข่ายที่สามารถช่วยเหลือและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา
๘. มีการพัฒนาสมาชิกให้มีความรู้ ความสามารถในการฝึกวางแผน การตัดสินใจและการบริหารจัดการที่เป็นระบบ
๙. มุ่งเน้นการทำตลาดเฉพาะท้องถิ่นก่อน และทำการขายไปยังตลาดภายนอกท้องถิ่น
๑๐. มีการจัดบันทึกรายการรับ-จ่าย ที่ถูกต้อง โปร่งใส และสามารถทำการตรวจสอบความถูกต้องได้
๑๑. ส่งเสริมให้สมาชิกมีการแลกเปลี่ยนพูดคุยกันในประเด็นปัญหาและการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น
๑๒. ผลិតสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค
๑๓. จัดเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์และเครื่องมือให้มีความพอเพียงในการผลิต และมีการพัฒนาระบบการผลิตอย่างต่อเนื่อง
๑๔. มุ่งส่งเสริมให้ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อการลดต้นทุน และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์
๑๕. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันปัญหาด้านต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

๒.๔ แนวคิดส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์

๒.๔.๑ ความหมายของความคิดสร้างสรรค์

กิลฟอร์ด (Guilford)^{๒๖} ได้กล่าวไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการคิด เป็นความคิดนอกขนาน คือ ความคิดหลายทิศทางหลายแง่มุมที่จะนำไปสู่การประดิษฐ์สิ่งแปลกใหม่ และแนวทางในการแก้ปัญหา ตลอดจนนำความคิดไปประยุกต์ใช้กับงานต่าง ๆ

ทอร์แรนซ์ (Torrance)^{๒๗} ได้กล่าวไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความสามารถของบุคคลในการคิดแก้ปัญหาด้วยการคิดอย่างลึกซึ้ง ที่นอกเหนือไปจากลำดับขั้นของการคิดอย่างปกติธรรมดา เป็นลักษณะเฉพาะตัวบุคคลที่จะสามารถคิดได้หลายแง่มุมผสมผสานจนได้ผลใหม่ซึ่งถูกต้องสมบูรณ์กว่า

วอลลาซและโคแกน (Wallach and Kogan) ได้กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ ว่าเป็นความสามารถของบุคคลที่จะคิดแบบโยงสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ เช่น เมื่อนึกถึงสิ่งใดได้ก็จะเป็นสะพานเชื่อมโยงให้ระลึกถึงสิ่งอื่น ๆ ติดต่อกันสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ เช่น เมื่อนึกถึงปากกาก็นึกถึงกระดาษ ดินสอดำร่า ห้องเรียน เป็นต้น คำที่ระลึกออกมาต่างก็เป็นสิ่งสมเก็บไว้ในสมองของตน เมื่อมีสิ่งเร้ามากระตุ้น

^{๒๖} Guilford, J.P., *Personality*. (New York: McGraw-Hill, 1959), P. 389.

^{๒๗} Torrance, Paul, E. *Education and The Creative Potential*, (Minneapolis: The University of Minnesota Press, 1963), P.47.

ก็จะตอบสนองออกมา ยิ่งคิดได้มากก็ยิ่งแสดงถึงศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น จึงกล่าวได้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่อยู่ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง

เลิศ อานันนันทะ^{๒๘} กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการคิดหรือการแสดงออกในลักษณะแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากความคิดของบุคคลธรรมดา

วิรุณ ตั้งเจริญ^{๒๙} กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยวิธีการที่ดีเยี่ยม ซึ่งสมรรถภาพในการแก้ปัญหานั้นเป็นผลมาจากการเรียนรู้ การริเริ่มและศักยภาพของแต่ละบุคคลโดยแก้ปัญหา และสร้างหรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เกิดรูปแบบหรือเนื้อหาสาระใหม่ขึ้น ความคิดสร้างสรรค์นี้บ่งชี้ว่ามีความเกี่ยวเนื่องกับประสบการณ์สะสม ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์

กานดา พุทธรักษา^{๓๐} กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดได้หลายทิศทาง แปลกใหม่ เป็นความคิดที่มีประโยชน์มีคุณค่าและสามารถคิดได้หลายทิศทาง หรือที่เรียกว่าความคิดนอกเนกนัย โดยอาศัยประสบการณ์ที่มีอยู่มาดัดแปลงให้เกิดความคิดแปลกใหม่ และสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาและประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

อรรถเจษฎ์ สุขสาสนี^{๓๑} กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการคิดสิ่งต่าง ๆ ที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบเดิมที่มีอยู่แล้ว เป็นการคิดบูรณาการที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับความรู้ต่าง ๆ ในแง่มุมใหม่ ๆ และเป็นกระบวนการคิดที่เกิดขึ้นหลายทิศทาง

สรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดสิ่งแปลกใหม่ได้หลายทิศทาง และเมื่อพบปัญหาก็สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วด้วยวิธีการที่ดีเยี่ยม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

๒.๔.๒ การส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์

จิตตรา มาคะผล^{๓๒} ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ ไว้ดังนี้

๑. การส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ด้านทุนมนุษย์ ควรรวบรวมองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดสืบสานให้คงอยู่ และส่งเสริมปราชญ์ชาวบ้านให้สร้างสรรค์นวัตกรรมจากภูมิปัญญาปลูกฝังเยาวชนให้มีความสร้างสรรค์ ต่อยอดอาชีพจากวัฒนธรรมชุมชน รู้จักนำของดีในชุมชนมาสร้างมูลค่า ใช้ชุมชนเป็นห้องทดลองผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่ ๆ ส่งเสริมผู้นำให้มีความรอบรู้ มีวิสัยทัศน์ มีบารมี มีคนเคารพเชื่อถือ ให้ความร่วมมือและเป็นศูนย์กลางความสามัคคีในชุมชน

^{๒๘} เลิศ อานันนันทะ, “สอนอย่างไรให้มีความคิดสร้างสรรค์”, *แม่และเด็ก*, (มีนาคม ๒๕๓๐): หน้า ๔๒-๔๓

^{๒๙} วิรุณ ตั้งเจริญ, *ศิลปะทรรศน์*, (กรุงเทพฯ: ดันอ้อ, ๒๕๓๒), หน้า ๑๙๑.

^{๓๐} กานดา พุทธรักษา, “ผลการใช้แบบฝึกการเขียนแบบสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๓ โรงเรียนพนัสศึกษาลัย อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี”, *รายงานการวิจัย*, (สำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม เขตการศึกษา ๑๒, ๒๕๔๐), หน้า ๙.

^{๓๑} อรรถเจษฎ์ สุขสาสนี, “ความคิดสร้างสรรค์”, *วารสารไปรษณีย์โทรเลข*, (พฤษภาคม ๒๕๓๐): หน้า ๑๕-๑๗.

^{๓๒} จิตตรา มาคะผล, “แนวทางการส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ในประเทศไทย”, *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร*, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑๒ (มิถุนายน ๒๕๕๖ - มีนาคม ๒๕๕๗): ๒๐๑-๒๐๒.

๒. การส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ด้านทุนสังคม ควรส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความอดทนต่อความคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่าง รู้จักเปลี่ยนวิถีคิดและมุมมองต่อความคิดเห็นที่แตกต่างว่าไม่ใช่ปัญหา แต่เป็นประโยชน์ต่อความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และร่วมมือกันแก้ไขความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์หาทางออกให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ เปิดโอกาสให้ความคิดแปลกใหม่ถูกนำไปปฏิบัติ แสดงออกต่อผู้ที่เห็นต่างอย่างสันติและให้ความร่วมมือต่อส่วนรวม ทุกคนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาเครือข่ายของชุมชน สร้างพันธมิตรจากภาคส่วนต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และกระตุ้นให้เครือข่ายมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

๓. การส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ด้านทุนวัฒนธรรม รวบรวมข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อใช้วางแผนพัฒนา สร้างและนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนผ่านสินค้าหรือบริการที่สะท้อนความเป็นตัวตนของชุมชน ส่งเสริมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน และดำรงรักษาโดยการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม ปฏิบัติตามจารีตประเพณี ประยุกต์และสร้างนวัตกรรมที่สอดคล้องการเปลี่ยนแปลง แต่ยังคงสะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมชุมชนส่งเสริมให้มีพื้นที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมในชุมชน เช่น ลานวัฒนธรรมถนนคนเดิน พัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีวัฒนธรรมของชุมชนฝังอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ ร่วมกันสร้างแบรนด์ของชุมชนและใช้ประโยชน์ร่วมกัน

๔. การส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ด้านทุนทรัพยากร ควรส่งเสริมให้ชาวบ้านเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติหรือการนำมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่ามีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำหรับสืบค้น จัดเก็บ และเผยแพร่องค์ความรู้ของชุมชน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างนวัตกรรม โดยไม่จำเป็นต้องซับซ้อนหรือล้ำสมัยและไม่ทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิม

วิทยา ทองดี และคณะ^{๓๓} ได้อธิบายถึงการพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์ไว้ว่า การพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมาจากความร่วมมือร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำจากชุมชน จากปัจจัยที่มีอยู่ภายในชุมชน ผนวกกับการปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม และถ้าจะเริ่มพัฒนาจากพื้นที่ของชุมชนจริงควรเริ่มพัฒนาจากศาลหลักเหมืองเก่า (ป้อบ้าน) ซึ่งเป็นจุดศูนย์รวมจิตใจชาวบ้าน เป็นพื้นที่ที่ประชาชนให้ความสำคัญอย่างยาวนาน และต้องการพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ ชาวบ้านสามารถสืบค้นข้อมูลได้สะดวกและมีความรวดเร็ว โดยใช้ปัจจัยและตัวชี้วัดจากกระบวนการจัดการชุมชนเข้มแข็ง ดังนี้

๑. กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน
๒. กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
๓. กระบวนการการฟื้นฟูผลิตซ้ำและสร้างใหม่
๔. กระบวนการใช้สิทธิชุมชน ข้อบัญญัติของชุมชน
๕. กระบวนการตัดสินใจร่วมกันของชุมชน
๖. กระบวนการของเครือข่ายการพัฒนา

^{๓๓} วิทยา ทองดี และคณะ, “รูปแบบการพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการทางเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม สุขภาวะ ศิลปะ และการออกแบบเมืองขอนแก่น”, วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔): หน้า ๒๗๐.

๗. กระบวนการด้านการจัดการตนเอง

๒.๔.๓ องค์ประกอบชุมชนสร้างสรรค์

รัตติยา เหนืออำนาจ และคณะ^{๓๔} ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบชุมชนสร้างสรรค์ “Smart Community” ดังนี้

๑. Smart People หมายถึง การพัฒนาพฤติกรรมการแสดงออกทางสังคมที่สะท้อนถึงคุณธรรมจริยธรรมในระดับปัจเจกที่ส่งผลต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม อย่างมีความสุข และสันติสุข

๒. Smart Culture หมายถึง การมีขนบธรรมเนียม ประเพณี หรือวัฒนธรรมที่ดีงาม และส่งผลให้เกิดการพัฒนาจิตใจให้รักความสงบ รู้จักระงับอารมณ์ มีสติ การแสดงออกถึงความรักและเมตตากรุณาต่อเพื่อนมนุษย์

๓. Smart Ecology หมายถึง การมีสภาพแวดล้อมในชุมชนหมู่บ้านเหมาะแก่การอยู่อาศัย การประกอบสัมมาชีพ มีการสะอาดเพื่อก่อให้เกิดความสะอาด สะดวก ถูกสุขลักษณะ และมาจากสุขลักษณะนิสัยที่ดีของคนในชุมชน (๕ส)

๔. Smart Economy หมายถึง การประกอบสัมมาชีพที่นำมาซึ่งความสุข ความพอดีพอประมาณ มีเหตุมีผล มีภูมิคุ้มกัน ตั้งอยู่บนฐานของความรู้ และคุณธรรม

๕. Smart Technology หมายถึง การพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของชุมชนที่แสวงหาทางออกเมื่อเผชิญปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินชีวิตหรือการประกอบสัมมาชีพ เป็นการนำพลังแห่งสติและปัญญามาใช้ในสถานการณ์วิกฤติและสร้างสรรค์ สามารถนำพาตนเอง สังคมชุมชน และประเทศไปสู่ความผาสุกได้

นนทนินท์ สมคิด^{๓๕} ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบชุมชนสร้างสรรค์ (Creative Capital) ไว้ดังนี้

๑. ความรู้ความสามารถ ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยการจัดกิจกรรมเพิ่มทักษะความสามารถเรียนรู้และรับรู้ร่วมกับคนอื่น มีการสร้างกลุ่มส่งเสริมความรู้ความสามารถในชุมชน

๒. วิถีวัฒนธรรม สร้างการรับรู้และความเข้าใจวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ปรับตัวให้เข้ากับสภาพและวิถีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ถ่ายทอดและรักษาวิถีวัฒนธรรมประจำถิ่น

๓. เทคโนโลยี มีการประสานการทำงานกับพหุภาคี โดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาช่วยเหลือในการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ และทำการตลาด

๔. สินค้าและบริการที่แสดงความเชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม มีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมภายในชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างคน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตและความสุขของคนในชุมชน

^{๓๔} รัตติยา เหนืออำนาจ, “การพัฒนาความรู้และองค์ประกอบชุมชนสร้างสรรค์ “Smart Community” ของชุมชนในสังคมไทย”, วารสารศิลปการจัดการ, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๔): หน้า ๕๖๖.

^{๓๕} นนทนินท์ สมคิด, “แนวทางการพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี”, วารสารมหาจุฬาริชาการ, ปีที่ ๖ ฉบับพิเศษ, (พฤษภาคม ๒๕๖๒): หน้า ๓๒๑.

๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธิดา แจ้งประจักษ์^{๓๖} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม: กรณีศึกษากลุ่มซอสพริกป่าพุ ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี” ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม มี ๔ ขั้นตอน ได้แก่ ๑) การวิเคราะห์สถานการณ์กลุ่มและศักยภาพของกลุ่ม พบว่า กลุ่มมีศักยภาพด้านคุณภาพสินค้าและแกนนำมีความสามารถ แต่มีปัญหาด้านต้นทุน การตลาด การเปลี่ยนแปลงในชุมชน ๒) การวางแผนพัฒนา พบว่า กลุ่มมีแผนเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภายนอกและเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ และแผนการขยายธุรกิจใหม่ “เมล่อน คุณผ่อง” ๓) การนำแผนไปปฏิบัติ พบว่า กลุ่มทำกล่องเพื่อใช้เป็นบรรจุภัณฑ์และสร้างโรงเรือนเมล่อนได้ตามแผนที่กำหนด ๔) การติดตามและประเมินผล พบว่า แกนนำมีความสามารถในการจัดการวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ส่วนปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ สมาชิกมีส่วนร่วมไม่ครบทุกขั้นตอน ขาดการเตรียมความพร้อมให้แก่ทีมวิจัย ระดับความรู้ความสามารถในการจัดการวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกแตกต่างกัน ขาดองค์ความรู้และขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

สุวพัชร วุฒิเสน^{๓๗} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า ด้านการสร้างคุณค่าในใจลูกค้า ด้านช่องทางการขายที่สามารถขายได้ทุกที่ และด้านการสร้างผู้ติดตามในตราสินค้า มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อโอกาสจากการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองต่อนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และการเขียนแผนการดำเนินงานประจำปีด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

นุชนาถ ทับครุฑ และคณะ^{๓๘} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ” ผลการศึกษาพบว่า การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ร่วมทุนกับเพื่อน ใช้เงินทุนส่วนตัว และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐต้องการให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังให้ประสบความสำเร็จ มี ๒ ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร กล่าวคือ ปัจจัยภายในองค์กร ประกอบด้วย ๑) การบริหารจัดการกลุ่ม ประชาน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญ มีประสบการณ์ในการทำงานและมีการแบ่งหน้าที่กันทำ

^{๓๖} สุทธิดา แจ้งประจักษ์, “กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม: กรณีศึกษากลุ่มซอสพริกป่าพุ ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี”, รายงานการวิจัย (มหาวิทยาลัยบูรพา), ๒๕๕๘, หน้า ๘๓-๘๘.

^{๓๗} สุวพัชร วุฒิเสน, “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, รายงานการวิจัย (มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร), ๒๕๖๖, หน้า ๑๒๒-๑๒๓.

^{๓๘} นุชนาถ ทับครุฑ (และคณะ), “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ”, รายงานการวิจัย (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย), ๒๕๖๓, หน้า ๖๑-๖๒.

ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อประสานงาน ติดต่อกันในตลาด สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้ที่มีความสามารถมีทักษะและมีความชำนาญ จึงทำให้สามารถช่วยกันบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง หากเกิดปัญหาขึ้นในกลุ่ม คณะกรรมการจะร่วมกันแก้ปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไป ๒) การมีส่วนร่วมของสมาชิก การเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทุกระบวนการ มีการร่วมกันคิด ร่วมกันปฏิบัติงานตามที่กลุ่มกำหนด มีการร่วมกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรค สมาชิกทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอต่าง ๆ เพื่อให้เป็นแนวทางการดำเนินงานของกลุ่ม ๓) การส่งเสริมการเรียนรู้ มีการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างสม่ำเสมอโดยการฝึกทักษะจากการฝึกอบรมและศึกษาดูงานที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น ๔) ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นเอกลักษณ์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังให้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยภายนอกองค์กร ประกอบด้วย ๑) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมในด้านต่าง ๆ จากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ๒) เงินทุน ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐแบบทุนให้เปล่า มีการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ๓) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น มหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐ เข้ามาร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น และช่วยกันทำวิจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

พัชรี ฤงแก้ว และคณะ^{๓๙} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนากระบวนการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษานิววิถีชีวิตใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลบริบทพื้นฐานเกี่ยวกับภูมิคุ้มกันทางใจ ได้แก่ ภาวะหมดไฟในการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง มีภาวะหมดไฟในการทำงานด้านความอ่อนล้าทางอารมณ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเกิดจากสาเหตุการตอบสนองต่อความเครียดที่ดำเนินมาอย่างยาวนานในการทำงาน การไม่ได้รับความยุติธรรมในการทำงานและการขัดแย้งระหว่างบุคคลกับงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงานเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน และการใช้ชีวิตส่วนตัวมีประสิทธิภาพลดลง เป็นสาเหตุทำให้เกิดภาวะหมดไฟในการทำงาน ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะโรคซึมเศร้า การพัฒนากระบวนการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษา ใช้รูปแบบการฝึกอบรมโดยการออกแบบกิจกรรม ๓ ชุดกิจกรรม คือ ชุดกิจกรรมที่ ๑ ด้านสุขภาพจิต : กิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจ “ฮึด ฮึด ฮู้” (Resilience) และแนวทางการฟื้นฟูจิตใจของกรมสุขภาพจิต ประกอบด้วย ๔ กิจกรรมย่อย ได้แก่ (๑) กิจกรรม I am : พลังฮึด (๒) กิจกรรมการสร้างพลัง (๓) กิจกรรม I have : พลังฮึด (๔) กิจกรรม I can : พลังฮู้ ชุดกิจกรรมที่ ๒ ด้านจิตวิทยา : กิจกรรมการให้การปรึกษาเบื้องต้น (Basic Counseling) และการช่วยเหลือทางจิตใจในภาวะวิกฤต (Crisis Intervention) ประกอบด้วย ๒ กิจกรรมย่อย ได้แก่ (๑) กิจกรรมเทคนิคการผ่อนคลายในภาวะวิกฤต (๒) กิจกรรมการให้การปรึกษาเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจ ชุดกิจกรรมที่ ๓ ด้านดนตรี และนาฏศิลป์พื้นบ้าน : กิจกรรมพื้นบ้านคลายเครียด ประกอบด้วยกิจกรรมดนตรีและนาฏศิลป์พื้นบ้าน

^{๓๙} พชรี ฤงแก้ว (และคณะ), “การศึกษาและพัฒนากระบวนการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษานิววิถีชีวิตใหม่”, รายงานการวิจัย (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา), ๒๕๖๓, หน้า ๙๓-๙๗.

เพื่อการคลายเครียด ดังนั้น ผู้ที่จะมีภูมิคุ้มกันทางใจที่ดีและส่งผลต่อภูมิคุ้มกันทางกายที่ดี จะต้องสามารถมองโลกในแง่ดี มีการมองชีวิตในทางบวก เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ สามารถเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความสุขในชีวิตต่อไป การสามารถแก้ไขปัญหาควบคุมอารมณ์ การมีอารมณ์ขัน จะเอาชนะอุปสรรคในชีวิต ส่งผลช่วยให้มีพลังสุขภาพจิตที่เพิ่มขึ้นได้

คริสเตียน ดาลตัน-ล็อก และคณะ (Christian Dalton-Locke et al)^{๔๐} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของบริการฟื้นฟูสุขภาพจิต: การทบทวนอย่างเป็นระบบและการสังเคราะห์เชิงบรรยาย” (The Effectiveness of Mental Health Rehabilitation Services: A Systematic Review and Narrative Synthesis) ผลการศึกษาพบว่า คนที่ป่วยเป็นโรคจิตเภทสามารถรักษาให้หายได้ แต่ก็จะมีปัญหาเกี่ยวกับการเข้ารับบริการเพื่อฟื้นฟูสุขภาพจิต คนที่ป่วยเป็นโรคจิตเภทจะต้องเข้ารับบริการด้านสุขภาพจิตเป็นเวลานานหลายปี และเข้ารับการรักษาหลายครั้ง ผู้ป่วยจะมีอาการที่ต้องการเข้ารับการรักษา การฟื้นฟูสุขภาพจิตจะต้องได้รับการสนับสนุนจากชุมชน เพื่อง่ายต่อการช่วยเหลือการฟื้นฟูสมรรถภาพ ทำงานร่วมกันเพื่อสนับสนุนกันให้ผู้ป่วยได้รับการรักษาที่ดีที่สุด การฟื้นฟูสุขภาพจิตใช้พื้นที่สำหรับการรักษา ๓ พื้นที่ คือ ๑) เข้ารับการรักษาฟื้นฟูสุขภาพจิตในพื้นที่ที่กำหนดให้และมีการควบคุมที่เหมาะสม ๒) เข้ารับการรักษาฟื้นฟูสุขภาพจิตในพื้นที่ชุมชน และ ๓) เข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาล ซึ่งการรักษาฟื้นฟูสุขภาพจิตช่วยแก้ปัญหาที่มีสุขภาพจิตร้ายแรงได้

แฮร์รี โอรูกบา โอฟฮาร์เฮ (Harry ORUGBA Ovharhe)^{๔๑} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน: การประกอบการเพื่อการบำบัดและภาวะสุขภาพจิต” (Sustainable Development Goals: Therapeutic Entrepreneurship and Mental Health Conditions) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ได้รับการบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพจิต หากได้รับการรักษาที่เหมาะสมจะช่วยให้ฟื้นฟูสุขภาพจิตใจของผู้ประกอบการได้อย่างมาก การฟื้นฟูภาวะสุขภาพจิตเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมีองค์ประกอบในการบำบัด คือ วัฒนธรรม ความเสี่ยง ความหลงใหล ความสามารถ ทุน จิตวิญญาณ และเสน่ห์ โดยการใช้กลยุทธ์ คือ การยอมรับความจริง ผึกฝนใจให้รับมือได้ทุกอุปสรรค หากบทเรียนในสถานการณ์นั้น มีคนคอยสนับสนุนและให้กำลังใจ ใช้วิธีป้องกันและรับมือปัญหาสุขภาพจิต คือ สร้างวิถีชีวิตของคนสุขภาพดี เรียนรู้วิธีการจัดการอารมณ์อย่างเหมาะสม ปรับระดับความคาดหวังต่อตัวเองอย่างพอดี และเข้าหาเครือข่ายผู้ประกอบการที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน มองหาตัวช่วยหรือนักให้คำปรึกษา เพื่อช่วยกระตุ้นความคิด อารมณ์ความรู้สึก และมุมมองที่ตนเองอาจมองไม่เห็น ซึ่งจะสามารถช่วยเยียวยาและบำบัดฟื้นฟูจิตใจผู้ประกอบการได้

^{๔๐} Christian Dalton-Locke (et al), “The Effectiveness of Mental Health Rehabilitation Services: A Systematic Review and Narrative Synthesis”, Research Progress Report (University College London), 2021, pp. 72-74.

^{๔๑} Harry ORUGBA Ovharhe, “Sustainable Development Goals: Therapeutic Entrepreneurship and Mental Health Conditions”, Research Progress Report (University of Port Harcourt Teaching Hospital), 2023, pp. 81-83.

บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์” ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยได้มีการกำหนดขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการทำวิจัย ๒ ขั้นตอน แบ่งออกเป็น ๖ ระยะ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีการผสมผสานแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหารโดยชุมชน และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผนวกเข้าด้วยกัน (Food Security and Creative Economy) ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ระยะที่ ๑ ก่อนทำการวิจัย (Pre-research Phase)

๑.๑ การคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดโควิด ๑๙ โดยการคัดเลือกจากการประชุมปรึกษาหารือระหว่างทีมคณะนักวิจัย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.) และ ธนาคารออมสิน ภาค ๑๔ เพื่อให้ได้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและมีความตั้งใจมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในท้องถิ่น กระจายรายได้ อาชีพและการมีงานทำของชาวบ้านรอบ ๆ แต่ได้รับผลกระทบจากการระบาดโควิด ๑๙ ทำให้การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งออกขายสินค้าต่าง ๆ ลดลง ทำให้ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

๑.๒ การบูรณาการตัวนักวิจัยเข้ากับชุมชนการมีส่วนร่วมกับชุมชนและการมีปฏิสัมพันธ์ของคณะนักวิจัยกับคนในชุมชนเป็นสิ่งที่สร้างการบูรณาการและสร้างความกลมกลืนกับชุมชน สามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน (PAR) ซึ่งทำให้คนในชุมชนเปิดรับความรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น

๑.๓ การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน รวมไปถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แสดงเจตจำนงเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมเพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้สามารถลุกขึ้นสู้และพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ได้คุณภาพและมีมาตรฐานส่งออกขายสู่ตลาด โดยการสัมภาษณ์จากสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกิจกรรม รวมไปถึงศึกษาข้อมูลที่มีการรวบรวมไว้เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

และผู้ประกอบการขนาดย่อม จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.)

ระยะที่ ๒ การทำวิจัย (Research Phase)

๒.๑ การวิเคราะห์ปัญหาร่วมกับชุมชน โดยการประชุมปรึกษาหารือระดมความคิดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทีมคณะผู้วิจัย ตัวแทนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.) และตัวแทนจากกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ด้วยเทคนิค AIC ซึ่งจะช่วยให้เห็นปัญหาเกี่ยวกับการสภาพปัญหาและผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดโควิด ๑๙ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจและการครองชีพจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ กำลังซื้อสินค้าของผู้บริโภคลดลง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาดย่อมขายสินค้าไม่ได้และขาดงบประมาณในการต่อยอดผลิตภัณฑ์และการพัฒนาให้ดีขึ้น และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหในอนาคต ใช้เทคนิค SWOT เพื่อให้มองเห็นถึงจุดเด่นของวิสาหกิจชุมชน และมองเห็นจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน จนนำไปสู่การพัฒนาจุดแข็งและแก้ไขจุดอ่อนให้ดียิ่งขึ้น

๒.๒ การวิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการ PAR และกำหนดแนวทางแก้ไข

๒.๓ การออกแบบกิจกรรมการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลมี ๒ วิธี คือ

๑) การศึกษาและจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ในชุมชนเกี่ยวกับบริบทของชุมชน รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์ การประสบปัญหาช่องทางการตลาดและผลกระทบจากโรคระบาดโควิด ๑๙ ปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และศึกษาจากข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน

๒) รวบรวมข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเขียนลงกระดาษ ด้วยเทคนิคแผนที่ความคิด (Mind map) เพื่อเตรียมนำข้อมูลนั้นเสนอในการประชุมร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภาคีเครือข่ายความร่วมมือและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

๒.๔ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการมีส่วนร่วมกับชุมชน เป็นข้อมูลพื้นฐานบริบทชุมชน ปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับการปัญหาและผลกระทบจากภาวะโรคระบาดโควิด ๑๙ นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของคนในชุมชนร่วมกันกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาและเสนอวิธีการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก โดยการวางแผนเป็นแนวทางในการส่งเสริมสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งด้วยเทคนิค AIC

ระยะที่ ๓ จัดกิจกรรมอบรมการส่งเสริมฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาดย่อมที่มีความสนใจ โดยกิจกรรมพลังยึดหยุ่นในจิตใจ ๓ กิจกรรม คือ ๑) พลังฮึด คือ สภาวะจิตที่เข้มแข็ง สงบมั่นคง ทนต่อแรงกดดัน ควบคุม ตัวเองได้และมั่นใจว่าตนเองต้องเอาชนะปัญหาอุปสรรค และผ่านพ้นวิกฤตได้ ๒) พลังฮึด คือ การมีกำลังใจหรือมีแรงใจที่จะดำเนินชีวิตต่อไป ภายใต้สถานการณ์ที่กดดัน ซึ่งกำลังใจนี้มีที่มาสำคัญ คือ การสนับสนุนจากคนรอบข้าง ๓) พลังสู้ คือ ต่อสู้เอาชนะอุปสรรคปัญหาที่เกิดจากสถานการณ์วิกฤติ สามารถแก้ไข ปัญหา และมีทักษะในการจัดการกับอารมณ์และความเครียด ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้

๓.๑ ประสานงานขอความช่วยเหลือสนับสนุนบุคลากรจากกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เพื่อนำกระบวนการกลุ่มในการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก พร้อมทั้งนำการถ่ายทอดประสบการณ์ ปัญหา อุปสรรค และชวนให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาด

ย่อมได้สะท้อนคิดเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและขณะนั้นมีวิธีการจัดการกับอารมณ์ ภาวะความเครียด ด้วยวิธีการอย่างไร

๓.๒ ทำหนังสือแจ้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและทำแบบฟอร์มรับสมัครผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้สมัครเข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ยังมีการแจ้งเพื่อให้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code)

๓.๓ ขับเคลื่อนกิจกรรมโดยการสร้างการมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสะท้อนคิด ชักถามประเด็นที่เป็นปัญหาและอุปสรรค ผลได้และผลเสียจากกิจกรรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก เพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ถ่ายทอดประเด็นต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุด

๓.๕ ถอดบทเรียนปัญหาและผลกระทบของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยใช้เทคนิค SWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค

ขั้นตอนที่ ๒ การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

ระยะที่ ๔ การออกแบบพัฒนาเชิงพื้นที่ มีกระบวนการดังนี้

๔.๑ ประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อวางแผน กำหนดแนวทางและทิศทางร่วมกันของผู้ประกอบการ ประธานและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเสนอแนวทาง ปัญหาอุปสรรค และแนวทางการออกแบบเชิงพื้นที่

๔.๒ ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเชิงพื้นที่ โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญการออกแบบเชิงพื้นที่ การออกแบบโรงผลิตสินค้าเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐาน การแบ่งโซนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ ห้องรักษาอุณหภูมิ ห้องรักษาคุณภาพวัตถุดิบ พื้นที่ล้างมือ พื้นที่ล้างอุปกรณ์สำหรับผลิต เป็นต้น

๔.๓ ปฏิบัติการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยการพัฒนาพื้นที่โรงผลิตสินค้าชุมชนตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคณะผู้วิจัย

ระยะที่ ๕ การออกแบบพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งได้มีกระบวนการ ดังนี้

๕.๑ ประชุมปรึกษาหารือ ระดมความคิด เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์

๕.๒ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรสชาติหลากหลาย พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนชนิดใหม่

๕.๓ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบโจทย์รสนิยมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยุคใหม่

๕.๔ นำองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมกับวิทยาการโภชนาการสมัยใหม่ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

ระยะที่ ๖ สรุปผลการดำเนินงาน ประเมินความคุ้มค่าของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมส่งเสริมการสร้างรายได้และการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้เทคนิค AAR ซึ่งเป็นการทบทวนผลหลังเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ได้แก่ ความคาดหวัง เป้าหมาย ปัญหา อุปสรรคหรือจุดที่ควรแก้ไข เพื่อจะได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานหรือกิจกรรมครั้งต่อไป

๓.๒ พื้นที่การวิจัย ประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๒.๑ พื้นที่การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่วิจัย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ตำบลหันสัง อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทงานสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ได้รับการรับรองจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.) แต่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ จึงทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนแห่งนี้หยุดชะงัก ขาดความต่อเนื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีปัญหาด้านการขายสินค้าค่อนข้างลดลง

๓.๒.๒ ประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๑. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรม

๒. คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) โดยพิจารณาจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการอบรมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางทีมงานคณะผู้วิจัยได้จัดฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ๑๑ คน ประกอบด้วย

๑. สัมภาษณ์สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๗ คน

๒. สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการขนาดย่อมและตัวแทนภาคีเครือข่าย จำนวน ๔ คน

๒.๒ การขับเคลื่อนกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก กิจกรรมการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ รวมไปถึงการออกบูธเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์เพื่อส่งเสริมการขาย เป็นการทำกิจกรรมที่คณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการขนาดย่อม รวมไปถึงตัวแทนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกัน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการมีส่วนร่วมโดยตรง (Direct Participant) และเป็นการสังเกตการณ์โดยตรง (Direct Observation) จากการทำกิจกรรมและการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่สืบเนื่องด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ความคุ้นเคยร่วมกิจกรรม ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ และถอดบทเรียนการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ สอบถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคโควิด ๑๙ ซึ่งในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้ มีภาคีเครือข่าย ดังนี้

๑. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน

๒. องค์การบริหารส่วนตำบลหันสัง

๓. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๔. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.)

๕. ธนาคารออมสิน ภาค ๑๔ ภายใต้โครงการออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น

๖. กรมส่งเสริมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

๓.๓ เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้นำเครื่องมือการวิจัยต่าง ๆ ประกอบไปด้วย ๑) กิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้กับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการมีส่วนร่วมโดยตรง การสังเกตการณ์โดยตรง การสัมภาษณ์ ถอดบทเรียนและองค์ความรู้ ๒) กิจกรรมการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่และเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยการค้นหาค้นหาบันทึกจากเอกสารอื่น ๆ ใช้การเขียนแผนที่ความคิด (Mind map) เทคนิค AIC เทคนิค SWOT และเทคนิค ARR ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาและออกแบบเครื่องมือวิจัย ดังนี้

๓.๓.๑ กิจกรรมขับเคลื่อนเพื่อการวิจัย ประกอบด้วยกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก ใช้วิธีการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยจัดกิจกรรมการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก โดยการให้ความรู้จากเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนจากกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข และการจัดกิจกรรมออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่และเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย จากการออกแบบและระดมความคิดเชิงสร้างสรรค์ร่วมกันของสมาชิกภายในกลุ่มและผู้ประกอบการขนาดย่อมที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรม พร้อมทั้งทำร่วมกันจัดบูธและออกแบบร้านค้าเคลื่อนที่เพื่อรองรับการออกงานตามเทศกาลและงานประจำปีต่าง ๆ

๓.๓.๒ การมีส่วนร่วมโดยตรง (Direct Participant) ใช้วิธีการเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้ร่วมอบรมในกิจกรรมต่าง ๆ การระดมความคิดและประชุมปรึกษาหารือถอดบทเรียนและองค์ความรู้ กิจกรรมที่ทำร่วมกันกับภาคีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การอบรมให้ความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การรณรงค์จากเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการสนทนาพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้การฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ประกอบการและการส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายเพื่อการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยการมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่ายผู้ประกอบการขนาดย่อมโดยตรงในขณะช่วงทำกิจกรรมนั้น ๆ

๓.๓.๓ การสังเกตการณ์โดยตรง (Direct Observation) ใช้วิธีการสังเกตโดยตรงจากพฤติกรรมการทำงานกิจกรรมขณะร่วมอบรมกิจกรรมและการทำงานร่วมกันในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เช่น กิริยาท่าทาง การให้ความร่วมมือ การซักถามข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการกระตือรือร้นเข้าร่วมกิจกรรม

๓.๓.๔ การสัมภาษณ์ (Interview) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) โดยทำการซักถามพูดคุยกันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มบุคคลที่มีส่วนร่วมในการอบรมกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก รวมไปถึงกิจกรรมออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่และเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการพูดคุยซักถามแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบชาวบ้านทั่วไป เพื่อสร้างความคุ้นเคยและไว้วางใจกับผู้ให้สัมภาษณ์ ทำให้ไม่เกิดอาการเกร็งหรือประหม่า กลัวจะให้ข้อมูลผิดๆ ถูกๆ ทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกผ่อนคลายเหมือนกับว่าไม่ได้สัมภาษณ์แต่เป็นการพูดคุยกันแบบธรรมดา เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลเชิงลึกมากที่สุดในการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์

๓.๓.๕ การถอดองค์ความรู้ ใช้วิธีการถอดองค์ความรู้จากการอบรมผ่านกิจกรรมที่ทีมคณะนักวิจัยได้ออกแบบไว้ร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้ได้ทราบแนวคิด วิธีการ กระบวนการ ของภาคี

เครือข่ายการทำงานร่วมกัน ตั้งแต่การเริ่มต้นจนถึงการได้ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทำช่องทางการตลาด เพื่อการขายได้ปริมาณรายได้มากขึ้น ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มรายได้ สร้างอาชีพได้มั่นคง

๓.๓.๖ การค้นหาค้นหาจากเอกสารอื่น ๆ ใช้วิธีการจดบันทึกจากเอกสารและข้อมูลการจดบันทึกเกี่ยวกับการฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก การพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความคิดเชิงสร้างสรรค์ และการเพิ่มช่องทางการตลาดให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เป็นต้น ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน และข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.)

๓.๓.๗ แผนที่ความคิด (Mind map) ใช้ประกอบการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดให้มีความหลากหลาย ซึ่งได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การจดบันทึกการสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วมโดยตรง และการสังเกตการณ์จากการขับเคลื่อนกิจกรรมและการออกแบบอุปกรณ์ร่วมกัน โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดเป็นหมวดหมู่และนำเสนอในรูปแบบของแผนที่ความคิด เพื่อสร้างความน่าสนใจ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลและสามารถเชื่อมโยงข้อมูลเป็นสิ่งเดียวกัน

๓.๓.๘ เทคนิค AIC เป็นเทคนิคที่นำมาใช้ในการระดมความคิดเห็นของคนในชุมชน เริ่มตั้งแต่การค้นหาค้นหาตัวตนของชุมชนตั้งแต่อดีต จนมาถึงการทบทวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และภาพอนาคตที่คนในชุมชนต้องการอยากเห็นในการผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้น จนนำมาสู่การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการกำหนดรูปแบบและผู้รับผิดชอบกิจกรรมต่าง ๆ อย่างชัดเจน

๓.๓.๙ เทคนิค SWOT ใช้สำหรับการวิเคราะห์ถอดบทเรียนชุมชนต้นแบบ การดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรม เพื่อค้นหาจุดเด่น จุดอ่อน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ต้องนำมาร่วมกันวิเคราะห์และทบทวนตัวเอง ตลอดจนการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่กระทบต่อการขับเคลื่อนกิจกรรมทั้งในด้านบวกและลบ คือ โอกาส และ อุปสรรค

๓.๓.๑๐ เทคนิค ARR เป็นการทบทวนผลหลังเสร็จสิ้นจากการดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรม ได้แก่ ความคาดหวัง เป้าหมาย ปัญหา อุปสรรคหรือจุดที่ควรแก้ไข เพื่อจะได้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมในครั้งต่อไป

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๑) เก็บรวบรวมและค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ ตำรา รายงานการวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูสภาพจิตใจและการสร้างพลังบวก และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.) และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

๒) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์โดยตรงจากการลงพื้นที่ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน กิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก และการออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่ม

ช่องทางการขายสินค้าให้ได้ปริมาณที่เพิ่มขึ้น โดยสังเกตจากพฤติกรรมการแสดงออก กิริยาท่าทางการมีปฏิสัมพันธ์ การทำงานร่วมกับคนอื่น การให้ความร่วมมือ การแสดงออกนอกคำพูดและการซักถามประเด็นต่าง ๆ

๓) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) ด้วยการจดบันทึกและบันทึกเสียงด้วยเครื่องบันทึก นำข้อมูลที่ได้จากการสนทนาพูดคุยจากเครื่องบันทึกเสียงมาถอดเป็นข้อความอักษร ใช้การโค้ดคำพูด (Code Words) ที่สำคัญ ๆ ของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลมากยิ่งขึ้น

๔) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการมีส่วนร่วมโดยตรงซึ่งเกิดจากกิจกรรมการอบรมร่วมกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยได้จากความคุ้นเคยและความสนิทสนม แลกเปลี่ยนข้อมูลและประเด็นต่าง ๆ ให้ซึ่งกันและกันได้รับฟัง

๕) เก็บรวบรวมข้อมูลจากสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนความรู้ ในขณะที่ทำกิจกรรมการอบรมร่วมกัน สนทนาแบบตัวต่อตัว ซักถามข้อมูลขณะทำกิจกรรมและใช้กรณีศึกษาเชิงพื้นที่เป็นบริบทประกอบการอธิบายการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการขับเคลื่อนกิจกรรมการอบรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยใช้วิธีการมีส่วนร่วมโดยตรง การสังเกตการณ์โดยตรง การสัมภาษณ์ การถอดบทเรียนหรือองค์ความรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับชุมชน โดยการผลักดันสนับสนุนให้ภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมในการผลักดันและขับเคลื่อนชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งพอจะสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

๑) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเสียงและบันทึกเป็นข้อความ

๒) นำข้อความจากการสัมภาษณ์ที่จดบันทึกมาจำแนกเป็นประเด็นและเรียบเรียงเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์

๓) ถอดบทเรียนหรือชุดองค์ความรู้จากการขับเคลื่อนกิจกรรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยการใช้เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส

๔) ถอดบทเรียนการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์รวมไปถึงการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ ปัญหา อุปสรรค และการสะท้อนคิดของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการขนาดย่อม ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดโรคโควิด ๑๙ โดยการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนร่วม/ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้เทคนิควิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ประกอบบริบท (Content)

๕) สังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนำเสนอต่อไป

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

๔.๑ เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๔.๑.๑ ผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังจากสถานการณ์วิกฤติโรคระบาดโควิด ๑๙

หลังจากวิกฤติโรคระบาดโควิด ๑๙ ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดปัญหาการบริหารจัดการ ปัญหาการผลิต ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปัญหาความร่วมมือ ความสามัคคีภายในกลุ่มค่อนข้างห่างเหินกัน ต่างคนต่างต้องเอาตัวรอดในช่วงสถานการณ์ที่ยากลำบาก ทำให้การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนหยุดชะงักขาดความต่อเนื่องด้านการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์ ส่งผลกระทบต่อวงกว้างกับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทต่าง ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ซึ่งพอจะสรุปประเด็นได้ดังนี้

๑) ขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าไม่ได้ ในช่วงมาตรการล็อกดาวน์ รัฐบาลได้ประกาศให้ทุกคนทำงานอยู่ภายในบ้าน งดการเดินทางและงดการพบปะสังสรรค์ ภายใต้นโยบาย work from home (WFH) ที่อนุญาตให้พนักงานทำงานจากที่บ้านหรือนอกสถานที่แทนการเข้าทำงานออฟฟิศ ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีในสต็อกและผลิตไว้ก่อนหน้านี้ไปขายแบบเปิดบูธขายสินค้า งานแฟร์ต่าง ๆ งานกาชาด ตลาดนัด และงานประจำปีตามวัดต่าง ๆ ได้ นอกจากนั้นแล้วยังขาดความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้าแบบออนไลน์ ส่งผลกระทบทำให้ขาดรายได้ ไม่มีเงินมาจุนเจือครอบครัว และต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเพื่อทำการผลิตสินค้าในล็อตต่อ ๆ ไป เข้าทำนองที่ว่า “ทุนก็หาย กำไรก็หมด” ไม่สามารถที่จะมีรายได้จากการขายสินค้า ยอดขายหยุดนิ่ง ผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ผลิตไว้เพื่อจำหน่ายและกักตุนไว้เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าก่อนที่จะเกิดโรคระบาด ถูกยกเลิกออเดอร์สินค้าและกลายเป็นสินค้าหมดอายุเน่าเสีย ต้องทิ้งหรือนำไปทำลาย ทำให้ขาดทุน ไม่มีเงินหรือรายได้จากการขายสินค้า ส่งผลทำให้ต้องตัดสินใจประทุษร้ายหรือกันหยุดการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จนกว่าสถานการณ์จะปกติ

๒) สมาชิกภายในกลุ่มแยกย้ายกัน เมื่อสถานการณ์การขายสินค้าไม่ตรงเป้าที่กำหนดไว้ ยอดขายสินค้าลดลง ไม่มีออเดอร์สินค้าของลูกค้า การผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องหยุดการผลิตลง ผู้ประกอบการไม่มีทุนและเงินกำไรจากการขายสินค้านำมาใช้หมุนเวียนเพื่อการผลิตสินค้าและเปิดบูธขายสินค้าในงานกิจกรรมต่าง ๆ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงตัดสินใจแยกย้ายกันไปประกอบอาชีพอื่น เพื่อให้มีรายได้มาประคับประคองตัวให้อยู่รอดในช่วงวิกฤติโรคระบาดโควิด ๑๙ การขับเคลื่อนและการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงต้องชะงักและหยุดตัวลง ปิดการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ชั่วคราว เพื่อทบทวนการทำงานและการวางแผนปรับปรุงรูปแบบการผลิตและการส่งเสริมการขายในตลาดอนาคตที่คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

๓) ผู้ประกอบการแบกรับค่าใช้จ่ายและรับสภาพการขาดทุนไม่ไหว การปิดกิจการหรือหยุดการผลิตชั่วคราวจากสถานการณ์ลือคดดาว และนโยบาย work from home การที่ขายสินค้าไม่ได้ เปิดร้านขายสินค้าตามงานเทศกาลไม่ได้ ทำให้ผู้ประกอบการและสมาชิก โดยเฉพาะประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องแบกรับค่าใช้จ่ายและขาดทุนจากการสต็อกสินค้า เพื่อนำไปจำหน่ายในงานเปิดบูธขายสินค้าในงานเทศกาลต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดภาวะการขาดทุนและเป็นหนี้สินตามมา

๔) เกิดภาวะเครียดสะสม การขาดรายได้จากการขายสินค้า การขาดรายได้จากการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์เป็นเวลานาน ๆ ส่งผลให้ทั้งผู้ประกอบการและสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดภาวะโรคเครียด ซึ่งเกิดจากการไม่มีรายได้ ไม่มีเงินมาใช้จ่ายในครอบครัว ต้องนำเงินออมที่สะสมมาหลายปี ออกมาใช้จ่ายและหมดไปเรื่อย ๆ บางรายต้องนำทรัพย์สินที่มีมูลค่า เช่น ทองคำรูปพรรณ วัตถุโบราณที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษไปขายหรือจำนำเพื่อให้ได้เงินมาใช้จ่าย บางรายตัดสินใจเป็นหนี้ในระบบซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างสูง ยิ่งส่งผลกระทบต่อกระหน่ำซ้ำเติม ที่ยิ่งแก้ก็ยิ่งสะสมไปเรื่อย ๆ กลายเป็นปัญหามากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้มีภาวะนอนไม่หลับ ซบผอม เบื่ออาหาร หลงลืม หาทงออก แก้ปัญหาไม่ได้หรือแม้กระทั่งบางรายมีความคิดที่จะฆ่าตัวตาย เพื่อหนีปัญหาที่แบกรับสะสมในช่วงวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ ที่ยากแสนลำบาก

๕) สุขภาพจิตใจบอบช้ำ หากมองไปรอบ ๆ ตัวเองในช่วงวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ จะมองเห็นถึงความสิ้นหวัง รู้สึกได้ความไร้ค่า ผู้คนต่างต้องดิ้นรนเพื่อให้รอดจากสถานการณ์ที่เลวร้าย และยากลำบาก อารมณ์เปลี่ยนแปลงง่ายคล้ายกับคนจะเป็นบ้า คุ้มดีคุ้มร้าย คิดทบทวนไปมาสับสน ในตัวเอง วนเวียนหาทางออกไม่ได้ จะหันหน้าไปปรึกษาใครคนอื่นก็ค่อนข้างยากลำบาก เพราะทุกคนในขณะนั้นก็อยู่ในสภาวะเดียวกัน เป็นผู้ประสบภัยเหมือนกัน ทุกคนอยู่ในสภาพจิตใจที่ย่ำแย่เหมือนกัน ทำให้สภาพจิตใจค่อนข้างบอบช้ำ และได้รับการเยียวยาไม่ทั่วถึง

๖) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชะงักหยุดการผลิตสินค้าชั่วคราว การที่ลูกค้ายกเลิกออเดอร์สินค้าและไม่สามารถนำสินค้าไปขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ แบบเปิดบูธร้านค้าขายของ ทำให้มีสินค้าเหลือ ไม่สามารถระบายสินค้าออกจากสต็อกสินค้าได้ สินค้าเน่าเสียหมดอายุ ต้องนำมากินเอง หากกินไม่ทันก็จำเป็นต้องทิ้ง การผลิตต้องถูกสั่งหยุด การคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บรรจุภัณฑ์ใหม่ รสชาติสินค้าใหม่ จึงต้องถูกระงับการดำเนินการทั้งหมด จนกว่าจะมีการประกาศยกเลิกมาตรการป้องกันโควิด และเปิดการทำการค้าตามปกติ

จากบทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบต่อสภาพจิตใจและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน หลังจากผ่านพ้นวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ มีรายละเอียดเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ช่วงโควิดที่ผ่านมาเป็นช่วงที่ค่อนข้างยากลำบากสำหรับพวกเรามาก ๆ ตอนแรก ๆ ที่มันระบาดนะ ก็ยังพอจะขายของได้ แต่พอมีข่าวหนาหูเข้า ๆ เราก็เริ่มกลัว เริ่มวิตกกังวล เพราะว่ามันนั้นข่าวมันแรงมาก คนตายเยอะ พวกเราหลายคนก็เลยไม่กล้าที่จะออกจากบ้านนะ แต่ว่าอาชีพแม่ค้าเนาะ ทำไม่ได้ มันก็จำเป็นต้องไปขาย ก็ต้องเอาของพวกน้ำปลาหวาน หมี่กรอบโบราณ ม่วงม่วงเบา ม่วงในสวนของชาวบ้านแถว ๆ ละแวกนี้ ของที่เป็นสินค้าของเราออกไปขาย เพื่อที่จะมีรายได้ มีเงินหมุนเวียน ถ้าจะรอใช้เงินเก่าเงินเก็บที่เก็บสะสมไว้ก็คงจะหมดกันพอดี ไปขายของบางที่ก็ขายได้ มีกำไรกลับมา บางที่ก็เท่าทุน พอได้คาร์ถกลับ แต่ที่หนัก ๆ คือเข้าเนื้อตัวเองนี่สิ ต้องควัก

กระเป๋าทองจ่ายพวกค่าน้ำมันรถ ค่าวัตถุดิบ ค่ากิน ค่าเดินทาง และอื่น ๆ รวม ๆ แล้วก็ถือว่า ทรง ๆ ตัว ออกไปขายของก็ดีกว่าอยู่บ้านเฉย ๆ แต่พอเข้าช่วงที่รัฐบาลประกาศล็อกดาวน์ ให้ทำงานอยู่บ้าน work from home อันนี้จบเลย ขายของไม่ได้เลย ของต่าง ๆ ที่เป็นสินค้าของเราต้องทิ้งหมดเลย กินก็กินนะ แต่มันเยอะ กินไม่ไหว แจก ๆ กันเอาไปกินก็ยังไม่หมด พอกินมาก ๆ ก็เบื่อเนาะ พอนาน ๆ ไป ของก็หมดอายุ สุดท้ายก็ต้องเอาทิ้ง หลังจากนั้นมาก็ปิดทำ หยุดการทำ หยุดการผลิตสินค้า โดยตกลงกันว่า..จะเปิดทำอีกทีก็โน่นแหละ ให้สถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ ไปมาค้าขายกันสะดวก คล่อง ๆ หน่อย ไม่ต้องระแวงระวัง ไม่ต้องปิดหน้าปิดจมูกคุยกัน ให้ค้าขายสะดวกคล่องตัว ใช้ชีวิตตามปกติค่อยมาตกลงกันทำใหม่ว่า..จะทำการอย่างไร จะดำเนินการอย่างไร? ต่อไป...”



รูปภาพที่ ๔.๑ ประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกันกับชุมชน

“...ถ้าอยู่ในภาวะปกติก็พอจะมีรายได้จากการไปขายของ เปิดบูธตามงานต่าง ๆ แต่พอโควิดเข้ามาเท่านั้นแหละ จบกันทุกคนเลย ทุกคนที่ขายของด้วยกันตั้งแต่เริ่มต้นตั้งกลุ่มมา ก็คือว่าหลายปีอยู่นะ ก็ถือว่าประสบปัญหากันมาล้มลุกคลุกคลานกันมาพอสมควร แต่ก็ไม่น่าหนักเท่ากับครั้งนี้ โควิดครั้งนี้ถือว่าหนักมาก ทำอะไรไม่ได้เลย ขายของไม่ได้ ไปมาหาสู่กันไม่ได้ ให้อยู่แต่ในบ้าน ไม่มีการพบปะสังสรรค์กันเลย ทำให้เราขายของอะไรไม่ได้เลย ตอนนั้นก็ท้อนะ เพราะตรงนี้คือรายได้ของเรา จะบอกว่าเป็นรายได้หลัก ๆ ก็ว่าได้ เพราะนอกจากทำนาขายข้าวแล้วก็มีขายของผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้แหละที่ทำรายได้ มีเงินมีทองไว้ใช้สอยในครอบครัว ตอนนั้นก็มืดแปดทิศ หันไปทางไหนก็เป็นเหมือนกัน ทุกคนอยู่ในสภาพเดียวกันทั้งหมด ก็ได้แต่ปลอบใจตัวเอง ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ไม่ได้มีแต่เราคนเดียวหรอกที่พบเจอ ก็ได้แต่ภาวนาว่าให้มันผ่านพ้นไปไวๆ...”

“...ตอนนี้นะ ที่รัฐบาลประกาศล็อกดาวน์ให้อยู่แต่ในบ้าน ให้ทำงานอยู่ที่บ้าน ไม่ให้มีกิจกรรมรื่นเริง พบปะสังสรรค์ ไม่ให้มีงานประจำปี ไม่ให้มีงานวัด ก็เป็นทุกข์พอสมควร ลำบากมาก ๆ เลย เงินเก็บเราก็ดำเนินเยอะ ใช้แป๊บเดียว ไม่นานก็หมด หากไม่มีเงินใหม่เข้ามา ยิ่งก็ลำบากแน่นอน รายได้ที่ทำให้เราได้ตั้งคืบในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ คือเราต้องขายของ ได้มาก็ใช้ไป เหลือเก็บก็นิด ๆ หน่อย ๆ ไม่เยอะมากมายอะไร พอบอกว่าไม่มีงานที่จะออกไปขายของ ไม่มีงานเทศกาล ไม่มีงานวัด ไม่มีงานประจำปี เปิดบูธเปิดร้านไม่ได้ นั่นคือจบเลยนะ ไม่มีเงินเลยนะ ต้องไปเอาเงินเก่ามาใช้ชั่วคราว แต่จะอยู่ได้นานสักเท่าไร ลูกก็ต้องเรียน ค่าเทอมก็ต้องจ่าย แถมยังมีเพิ่มซื้ออุปกรณ์ให้เรียนออนไลน์

อีกด้วย เพิ่มรายจ่ายเข้ามาเห็น ๆ ส่วนตัวเองก็ต้องไปโรงพยาบาลตามหมอนัด ค่ายาไม่ต้องจ่ายก็จริง แต่ค่ากิน ค่ารถ ค่าเดินทาง และค่าอื่น ๆ ก็ต้องจ่ายอยู่ดี คิดแล้วจะอยู่ได้สักกี่วัน หากสถานการณ์ยังเป็นแบบหวาดกลัว ไปมาหาสู่กันไม่ได้ ตอนนั้นสภาพจิตใจแย่มาก คิดอะไรหลายอย่างอยู่ในหัวเต็มไปหมด เครียดมาก กินไม่ได้ นอนไม่หลับ บางวันต้องกินยานอนหลับ มันพะวงและสับสนไปหมด หาทางออกให้ตัวเองไม่ได้ แต่พอเวลาผ่านไปมันก็เริ่มปรับตัว เห็นคนอื่นปรับตัว ทำโน่นทำนี่ในช่วงระยะเวลาที่ประกาศล็อกดาวน์ เราก็ลุกขึ้นมาทำอะไรบ้าง ทำให้ได้เรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อหารายได้เข้ามาจูละเอื้อครอบครัวได้บ้างเล็กน้อย เช่น การขายของออนไลน์ การรับทำสินค้าแฮนด์เมดจากฝีมือชาวบ้าน ตามคำสั่งซื้อทางออนไลน์ ซึ่งก็ทำให้สภาพจิตใจดีขึ้น...”

“...ตอนที่ขายของไม่ได้ ความรู้สึกมันดำดิ่งเอามาก ๆ เพราะค่าใช้จ่ายของเรามันจิปาถะมาก ไหนจะค่าน้ำ ไหนจะค่าไฟ ไหนจะค่าเทอมลูก ค่ายาคุณพ่อ บางครั้งก็ต้องพาไปหาหมอ เพราะพ่อเป็นอัมพาตนอนติดเตียง สามีกก็พักงาน เป็นลูกจ้างทำงานรายวัน ไม่ได้ทำงานก็ไม่มีรายได้ ทั้งผัวทั้งเมียขาดรายได้ทั้งคู่ คิดแล้วก็เครียด จะเรียกว่าเป็นซึมเศร้าก็ว่าได้ กลายเป็นคนนั่งเหม่อ คิดอะไรไปเรื่อยเปื่อย คนที่บ้านเรียกหลายครั้งก็ยังไม่รู้สึกตัว ไม่ได้ยินเสียงเรียก บางครั้งก็มีอารมณ์แบบว่าอยากจะนอนหลับไปเฉย ๆ ไม่อยากจะรับรู้เรื่องราวอะไรเลย แบบว่ากินยาแล้วให้หลับไปเลย ไม่ต้องรับรู้รับทราบทางสถานการณ์ต่าง ๆ มันเป็นอย่างนี้เลย อยากหลับไปเลย...”

“...ปัญหาที่ตามมาจากที่เราขายของ ขายสินค้า ไม่ได้เป็นเวลานาน ๆ คือ เราต้องใช้เงินเก็บที่สะสมมา ใช้เงินเก่าจนหมด แต่วิกฤตโรคโควิดก็ยังไม่หมดไป ไม่มีที่ท่าว่าจะสว่างลง มีการประกาศปิดล็อกดาวน์รอบ 2 รอบ 3 เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด เวลานั้นนานเกินไป จนทำให้ความกลัวติดโควิดมันหายไปเลย กลายเป็นว่าไม่ได้กลัวโรคโควิดแล้วแหละ แต่กลัวอย่างเดียว คือ กลัวว่าจะอดตาย เพราะคนส่วนใหญ่จะอดตายอยู่แล้ว มันไม่มีอะไรจะกินอยู่แล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือว่า เราต้องไปกู้หนี้ยืมสินมาใช้หมุนเวียนในครอบครัวเสียก่อน เพราะโลกปัจจุบันมันขับเคลื่อนไปด้วยเงิน ไม่มีเงินก็อดตายสิ บางคนก็ไปเป็นหนี้นอกระบบ ก็ยิ่งเหมือนผีซ้ำด้ามพลอย เจ็บหนักไปกว่าเดิม ซ้ำเติมตัวเองเข้าไปอีกชั้น แต่ของเรายังโชคดี หยิบยืมจากคนรู้จักบ้าง จากญาติพี่น้องบ้าง โดยเฉพาะญาติที่เข้าเป็นข้าราชการ เพราะเขามีเงินเก็บและไม่กระทบจากโควิดมากนัก จ่ายดอกเบี้ยก็ไม่แพง ก็ถือว่าช่วยเหลือกันในยามที่ตกทุกข์ได้ยาก...”

๔.๑.๒ การสะท้อนความคิดและปรึกษาหารือระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อฟื้นฟูกำลังใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กระบวนการดังกล่าวเป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมกับชุมชนของคณะผู้วิจัย โดยการสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง วัด บ้าน และหน่วยงานภาครัฐ ได้มีส่วนร่วมระดมความคิดเห็นและพัฒนาต่อยอดให้มีความเข้มแข็งและลุกขึ้นยืนสู้กับปัญหาวิกฤต โดยใช้บริบทพื้นฐานและวิธีการประกอบอาชีพของชุมชนเป็นฐานในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาต่อยอดในการวิจัยครั้งนี้ได้นำ ๓ เทคนิค เพื่อนำมาใช้ในการสะท้อนคิดและระดมความคิดเห็นเพื่อพัฒนาฟื้นฟูร่วมกัน คือ (๑) เทคนิค AIC (๒) เทคนิคการเขียน Mind Map (๓) เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT

๑. การนำเทคนิค AIC สะท้อนคิดและแสดงความคิดเห็น

เทคนิค AIC คือ การวางแผนทำงานร่วมกัน โดยเปิดโอกาสและมีวิธีการที่ให้ผู้อื่นหรือผู้เข้าร่วมประชุมได้แลกเปลี่ยนแนวคิด ได้แสดงออก ได้ตัดสินใจและเสนอแนวทาง โดยมี ๓ ขั้นตอน

คือ (๑) ขั้นตอนการสร้างความรู้ (Appreciation : A) (๒) ขั้นตอนการสร้างแนวทางพัฒนา (Influence : I) (๓) ขั้นตอนการสร้างแนวทางปฏิบัติ (Control : C) ทั้ง ๓ ขั้นตอนดังกล่าวเป็นเทคนิค AIC นั้น คณะผู้วิจัย ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งภาคีเครือข่ายที่ได้เข้าร่วมทำกิจกรรม นำมาใช้ในการขับเคลื่อนกิจกรรมในการวิจัยครั้งนี้ โดยสรุปออกเป็นประเด็น ดังนี้

๑.๑ ขั้นตอนการสร้างความรู้ (Appreciation : A)

ขั้นตอนนี้คณะผู้วิจัยและชุมชนได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เปิดโอกาสให้ทุกคนแสดงความคิดเห็น และเสนอแผนแนวความคิดในอนาคตว่าจะมีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขอย่างไร หลังจากที่ได้ผ่านพ้นวิกฤตโรคระบาดโควิด ๑๙ ไปแล้ว ซึ่งพอจะสรุปประเด็นจากขั้นตอนนี้ ดังนี้

๑.๑.๑ หาเงินทุนสนับสนุนเพื่อเป็นกองทุนผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพราะเนื่องจากได้รับผลกระทบจากการขายสินค้าไม่ได้ ในช่วงวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด ๑๙ ที่ผ่านมา ทำให้เงินทุนสำรองและเงินกองทุนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เคยสำรองเงินเอาไว้เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ได้หมดสิ้นไม่เหลือ จึงจำเป็นต้องช่วยกันหางบประมาณสนับสนุนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถต่อยอดและสามารถขยายการขายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคตได้

๑.๑.๒ รวบรวมสมาชิกเดิมให้กลับมารวมกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกหลายท่านที่เป็นกำลังหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้หันไปประกอบอาชีพอื่นในช่วงวิกฤตการณ์โควิด ๑๙ ที่ผ่านมา ซึ่งหากสมาชิกหลายท่านกลับมารวมกันอีกก็จะสามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

๑.๑.๓ เร่งสร้างภาคีเครือข่าย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รายได้หลัก ๆ มาจากการมีภาคีเครือข่าย ซึ่งได้รับการรับเชิญให้ไปเปิดบูธร้านขายสินค้าในกิจกรรมงานต่าง ๆ เช่น งานประจำปี งานกิจกรรมมหรหรรคมการเกษตร งานกีฬา งานรื่นเริงสังสรรค์ ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมาจากการมีภาคีเครือข่าย หากมีภาคีเครือข่ายจำนวนมาก ก็สามารถนำสินค้าไปจัดวางจำหน่ายได้มากกว่า ซึ่งส่งผลต่อรายได้เข้ามาสู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากยิ่งขึ้น

๑.๑.๔ เพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น เดิมทีทางวิสาหกิจชุมชนจัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยวิธีการเปิดบูธร้านขายสินค้าในงานเทศกาลต่าง ๆ เท่านั้น แต่เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไปจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการขายสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพิ่มช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ เจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น ร้านค้าอาหารชุมชน ร้านกาแฟริมทาง และร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ

“... เดิมทีทางกลุ่มของเราก็มีสมาชิกอยู่หลายคนอยู่นะ เกือบ ๆ จะยี่สิบคนได้ แต่เมื่อโควิดเข้ามาก็แตกกันออกไป ต้องไปทำงานอย่างอื่น เพราะมันขายของไม่ได้เลย ไม่มีงานเข้ามาเลย ถ้ารอก็คงต้องอดตาย ก็ต้องดิ้นรนกันไป เพื่อที่จะได้มีรายได้ พอพ้นวิกฤตเข้าสู่ภาวะปกติ ทางเราก็คิดว่า จะต้องหาทุนสักก้อนมาดำเนินการผลิตสินค้า เป็นเงินก้อนเพื่อเป็นทุนตั้งต้น หากได้หน่วยงานภาครัฐหรือภาคีเครือข่าย ช่วยสนับสนุนงบประมาณนิด ๆ หน่อย ๆ ก็จะได้ว่าเป็นน้ำทิพย์ชโลมจิตใจ ชุมชนก็จะไม่ต้องควักกระเป๋าตัวเองหรือไปกู้หนี้ยืมสินที่อื่นมาตั้งต้นกันใหม่ ...”^๑

“... รูปแบบการขายสินค้าแบบเดิมของเราที่นำสินค้าไปเปิดบูธขายตามงานแฟร์ต่าง ๆ ตอนช่วงโควิด แสดงให้เห็นแล้วว่า มันมีความเสี่ยงมาก ๆ เพราะเราขายสินค้าเพียงทางเดียวเท่านั้น

^๑ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๑, เมื่อวันที่ ๒๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

เนื่องจากว่าตอนนั้นเราก็คิดว่า แบบนี้ดีที่สุดแล้ว ได้เงินดี มีงานให้ขายสินค้าเรื่อย ๆ ซึ่งก็ไม่ได้คิดว่าจะมาเจอสถานการณ์แบบนี้ แต่เมื่อมันเกิดขึ้นแล้ว เราก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ รูปแบบการขายทางออนไลน์ที่คนทั่วไปเขานิยมทำกัน เราก็นำเอามันมาทำ เพราะว่าเดี๋ยวนี้ การขนส่งสินค้ามันดี มากเลย ๑-๓ วันเท่านั้น สินค้าก็ส่งถึงมือคนสั่งแล้ว บางทีส่งเช้า เย็นก็ถึงแหละ อีกอย่างก็ต้องหาแหล่งที่จะกระจายสินค้าให้หลากหลายเช่นกัน ซึ่งตอนนี้ก็ได้วางแผนและติดต่อเครือข่ายไว้หลาย ๆ ที่ ไม่ว่าจะเป็นร้านขายกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าชุมชน โฮมสเตย์ ร้านค้าริมทาง ที่เรามองว่าสามารถจะเป็นภาคีเครือข่ายของเราได้ ซึ่งก็ต้องทดลองนำสินค้าของเราไปวางจำหน่าย แต่การวางจำหน่ายสินค้าก็ต้องมีการวางมัดจำ ซึ่งก็ต้องหาเงินทุนเพื่อมาช่วยเหลือในส่วนนี้ หากมีทุนสนับสนุนจากภาคส่วนที่ช่วยเหลือเราได้ก็ถือว่าช่วยแบ่งเบาภาระของพวกเราได้เป็นอย่างดี แต่ถ้าหากไม่มีนี่สิ ก็จำเป็นที่จะต้องลงขันกันภายในกลุ่มหรือไม่ก็ต้องเป็นหนี้ หยิบยืมจากคนที่พอรู้จัก เพื่อนำมาลงทุน ...”^๒



รูปภาพที่ ๔.๒ การสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ

“... ตอนนี้สมาชิกหลาย ๆ ท่านก็ยังกลับมารวมตัวกันไม่หมดทุกคนเลย เพราะยังพะวงกับการทำงานเดิมอยู่ อีกอย่างก็ไม่ว่าจะเดินไปอย่างไร จึงรอดูท่าทีและทิศทางของกลุ่มว่าจะไปอย่างไรกันอยู่ ซึ่งก็ได้แต่ชวน ๆ กันกลับมา ก็ต้องเข้าใจกันนะ เพราะแต่ละครอบครัวมีภาระหนี้สินมันแตกต่างกัน สมาชิกบางคนที่เคยทำงานร่วมกันมาก็มาแบบไม่ค่อยเต็มเวลา เพราะต้องไปทำงานอย่างอื่น แต่ก็ดีกว่าไม่มาให้เห็นหน้าเห็นตากัน อย่างน้อย ๆ ก็ถือว่าเป็นกำลังใจให้กันและกัน การที่มีสมาชิกเดิม ๆ กลับมาก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ แต่ส่วนสำคัญที่เราลืมไม่ได้ก็คือ การหาเครือข่าย ซึ่งเดิมทีเรามีรายได้จากการมีเครือข่าย เราขายของได้ก็เพราะเครือข่าย แต่พอโรคระบาดโควิดแพร่กระจายเข้ามา เครือข่ายหลายที่ของเราก็ต้องปิดตัวไป ไม่ทำต่อ หรือบางแห่งก็ล้มหายตายจากกันไป อันนี้เราก็ต้อรายได้ ดังนั้น เราจะต้องเร่งหาเครือข่ายใหม่ มีเครือข่ายมากก็มีที่เปิดบูธขายของได้เร็วขึ้น การเปิดบูธเป็นสิ่งที่ทำให้เรามีเงินสดมาหมุนเวียนได้ไวที่สุด และมีสภาพคล่องที่สุด แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ต้องลุ้น

^๒ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๒, เมื่อวันที่ ๒๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

ไปด้วยนะว่า งานนั้นจะขายดีหรือเปล่า ถ้าขายดีก็เยี่ยมแบ่นเลย แต่ถ้าขายได้ไม่ดีก็ต้องนั่งตบยุง ยิ้มหน้าแห้ง ขนของกลับบ้านเหมือนเดิม ยิ่งทำให้ทุนจมไปเรื่อย ...”^๓

๒. ขึ้นสร้างแนวทางพัฒนา (Influence : I)

ขั้นตอนนี้คณะผู้วิจัย ชุมชน และภาคีเครือข่าย ได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และได้นำเสนอแนวทางการต่อยอดทางเลือกเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และการวางแผนแนวทางการทำการตลาด เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้หลากหลายช่องทางเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

๒.๑.๑ **ฟื้นฟูสภาพจิตใจสมาชิก** การได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตการณ์แพร่ระบาดโควิด ๑๙ ทำให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันได้รับผลกระทบทางสภาพจิตใจ ภาระหนี้สินที่สะสมในช่วงการแพร่ระบาดโควิด ๑๙ ที่ต้องหยิบยืมเงินทุนจากผู้อื่น มีดอกเบี่ยที่จำเป็นจะต้องจ่ายและเงินต้นที่ไม่มีทีท่าว่าจะลดลง ซึ่งส่งผลให้สมาชิกบางคนต้องหันไปประกอบอาชีพอื่นที่สามารถสร้างรายได้ประจำและมีความมั่นคงแน่นอนเป็นประจำทุก ๆ เดือน ส่วนสมาชิกบางคนก็ยังอยู่ในช่วงตัดสินใจ เพราะเนื่องจากว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องเริ่มต้นใหม่ทั้งหมด ซึ่งเป็นสิ่งที่บั่นทอนจิตใจของสมาชิกหลายคน จะต้องมาเริ่มต้นระดมทุนใหม่เพื่อซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์สำหรับการผลิตบางอย่างบางชิ้น ดังนั้น การจัดการเพื่อฟื้นฟูสภาพจิตใจจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เพื่อให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้กลับมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่อไปได้อีกครั้ง

๒.๑.๒ **ความเข้มแข็งของเครือข่าย** วิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโซนภาคกลาง มีระบบการทำงานที่เป็นภาคีเครือข่าย เชื่อมระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เกษตรจังหวัด สำนักพัฒนาชุมชน กรมพัฒนาชุมชน (พ.ช.) สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ซึ่งเดิมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบางปะหันเป็นสมาชิกและเป็นเครือข่าย (Connection) นำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปจัดบูธสินค้าเพื่อจำหน่ายในงานแฟร์และเทศกาลต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้จัดงานขึ้น ดังนั้น การผูกสัมพันธ์และการเป็นภาคีเครือข่ายดังกล่าวจึงต้องมีการสานงานต่อและแสดงความประสงค์เจตจำนงค์ โดยการทำหนังสืออย่างเป็นทางการและนำผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นได้ใหม่ ๆ ไปจัดแสดงโชว์ นอกจากนั้น ในงานวาระสำคัญต่าง ๆ เช่น งานฉลองรับตำแหน่งใหม่ งานประจำปี งานปีใหม่ งานสงกรานต์ ฯลฯ ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการเชื่อมความเข้มแข็งและความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่ายด้วยการนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกพัฒนาขึ้นใหม่ ๆ ไปแสดงความยินดีและร่วมงานกับภาคีเครือข่าย

๒.๑.๓ **กำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน** ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ผลิตขึ้น เป็นสินค้าที่มีรูปแบบคล้ายกันหรือเหมือนกันกับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ซึ่งมีทั้งรูปลักษณ์และรสชาติ การนำเสนอรูปแบบการขายสินค้าที่เหมือนกัน กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูง โดยเฉพาะหมีกรอบในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็มีหลาย

^๓ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๓, เมื่อวันที่ ๒๑ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

ร้านค้า คุณภาพ รูปลักษณ์ และรสชาติ ก็มีความใกล้เคียงกัน ไม่มีความแตกต่างกันเลย ดังนั้น กลุ่มลูกค้าที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ในอนาคตจะต้องเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น กลุ่มลูกค้าที่ชอบดื่มกาแฟร่วมกับของว่างหรือทานเป็นกับแกล้ม กลุ่มลูกค้าที่ชอบรับประทานหมี่กรอบคำไม่ใหญ่ มีขนาดไม่ใหญ่มากนัก แบบพอดีคำ เป็นการชิมเพื่อให้รู้รสชาติของอาหารหรือสินค้าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

๒.๑.๔ ปรับเปลี่ยนขนาดของผลิตภัณฑ์ ขนาดกล่องสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แบบเดิมที่ใช้บรรจุขายโดยทั่วไปมีขนาดใหญ่เกินไป คือ ขนาดกล่อง กว้าง ๑๒.๔๐ เซนติเมตร ยาว ๑๘.๕๐ เซนติเมตร สูง ๖.๗๐ เซนติเมตร ขนาดปริมาณ 1,000 ml. จำหน่ายกล่องละ ๕๐ บาท ซึ่งถือว่าเป็นกล่องขนาดใหญ่ ไม่สามารถรับประทานครั้งเดียวให้หมดทั้งกล่องได้ ดังนั้น จึงควรปรับเปลี่ยนขนาดสินค้าให้มีขนาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยได้มีการเพิ่มขนาดแบบกั๊ดคำเดียว หรือขนาดเท่ากับก้อนขนมคุกกี คือสามารถรับประทานแบบพอเหมาะคำแบบหมดครั้งเดียว ซึ่งจะทำให้ไม่เกิดของเหลือและเหมาะสำหรับนักชิมหรือกลุ่มลูกค้าที่ชอบทดลองสินค้าใหม่ ๆ โดยที่ไม่จำเป็นต้องซื้อกล่องขนาดใหญ่ซึ่งรับประทานไม่หมด

๒.๑.๕ การตลาดรูปแบบใหม่ เดิมที่การทำการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ใช้วิธีการจำหน่ายสินค้าแบบจำหน่ายหน้าร้าน เปิดร้านค้า เปิดบูธจัดจำหน่ายสินค้าตามงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานบุญประจำปี งานกาชาดจังหวัด งานแฟร์โชว์สินค้าของดีประจำจังหวัด งานสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับจังหวัด ฯลฯ เมื่อประสบปัญหาภัยวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดโควิด ๑๙ ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าแบบเดิมได้ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจสตรีศรีบางปะหันไม่มีรายได้และจำเป็นต้องหยุดการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ ดังนั้น เพื่อให้ตอบโจทย์การตลาดสมัยใหม่จึงจำเป็นต้องทำอย่างอื่นที่จะทำการตลาดรูปแบบใหม่ เป็นรูปแบบการตลาดแบบออนไลน์ การส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ถึงหน้าบ้านผู้บริโภค โดยเฉพาะในเขตบริเวณใกล้เคียง พื้นที่รอบ ๆ ใกล้เคียงกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีระยะทางไม่เกิน ๑-๒ กิโลเมตร โดยคำนวณจาก GPS หรือ Google Map นำทาง

“... การกลับมาเริ่มต้นฟื้นฟูผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่พวกเราเคยทำอยู่แต่เดิมก็ถือว่าไม่ยากสักเท่าไรหรอก แต่สิ่งที่ยากหน่อยก็เพราะว่าต่างคนก็ต่างมีงานที่ทำ ไปทำงานที่มีรายได้ ช่วงที่โควิดระบาดก็ไม่ค่อยมีเงินเข้าเลย ก็ต้องใช้เงินเก่าจนหมด ที่มีอยู่ก็นำมาใช้จนหมด มันประกาศลือคาวานานเนาะ พอปลดลือคเท่านั้นแหละ ที่เขาบอกว่าไม่ต้องทำงานในบ้าน สามารถทำงานแบบตามปกติได้แล้ว ก็ต่างคนต่างออกไปหางานทำที่สามารถได้เงินมาใช้จ่ายในครัวเรือนตัวเอง เพราะภาระภายในบ้านมันมีเยอะแยะ หากจะกลับมาทำกลุ่ม (วิสาหกิจชุมชน) แบบเดิมก็ต้องดูท่าทีและทิศทางในการที่จะไปขายสินค้า อีกอย่างสภาพจิตใจที่ต้องแบกรับและกดดันในช่วงเหตุการณ์ที่ผ่านมา มันทำให้สมาชิกของเราหลายคนค่อนข้างที่จะท้อแท้และหมดหวัง เมื่อมีทางเลือกอื่นก็เลยต้องไปทำก่อน ...”^๔

“... สภาพจิตใจของสมาชิกและท่านประธานกลุ่มตอนนี้ก็ถือว่าดีขึ้นเยอะเลย หากเทียบกับช่วงที่ผ่านมา ก็อาจจะเป็นเพราะเวลาที่ทำให้ดีขึ้น ดีที่ว่า ประธานกลุ่มมีใจสู้ มีความมุ่งมั่น นอกจากนั้นก็ยังมีสมาชิกหลายคนที่ตัดสินใจฮึดสู้อีกครั้ง แม้ว่าเราจะไม่รู้ว่าจะข้างหน้ามันจะปังหรือไม่ปังก็ตาม ถ้าหากมีกิจกรรมที่หน่วยงานภาครัฐ หรือกรมสุขภาพจิตที่เขานิยามอบรมกันอยู่บ่อย ๆ แบบว่า “ฮึด ฮึด สู้” นำมาอบรมสร้างแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มเราก็จะดีมาก ๆ จะได้มีกำลังใจมากขึ้น มี

^๔ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๔, เมื่อวันที่ ๓ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญ เราก็มารู้สึกว่ามีคนที่ยืนอยู่เคียงข้างกับพวกเรา ตอนนี่การทำการค้าขายมันเปลี่ยนไปมาก เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย แต่เดิมเราก็ขายของแบบเปิดหน้าร้าน เปิดบูธขายตามงานต่าง ๆ งานประจำปี งานเทศกาล งานกาชาด งานสินค้าดีประจำจังหวัด และงานอื่น ๆ ที่เขามีการนำเอาสินค้าของชุมชนไปขาย ตอนนั้นก็ขายดิบขายดีมากมาย ได้เงินเร็ว มีเงินในกระเป๋า สภาพคล่องมาก มีเงินสดในมือหมุนเวียน ทำให้ทางกลุ่มเราสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ได้มาก มีสมาชิกเข้ามาร่วมในกลุ่มมากขึ้น แต่ก็ไม่คาดคิดว่า เมื่อไอ้โรคโควิดแพร่ระบาดเข้ามา มันทำให้พวกเราไม่มีรายได้เลย ขายของก็ไม่ได้ การขายของออนไลน์ก็ไม่คิดว่าจะได้ทำเพราะทำไม่เป็น สมัยก่อนได้ยินแต่ว่าพวกวัยรุ่นหนุ่มสาวเขานิยมทำกันมาก แต่พอมาศึกษาดูก็ทำได้ ไม่ยากมากนัก พอเรียนรู้ได้ ก็ค่อยทำไป แบบว่าค่อยเป็นค่อยไป ก็ได้พวกคนหนุ่มสาว ลูก ๆ หลาน ๆ เข้ามาช่วยแนะนำ เดียวนี้ก็พอจะทำได้บ้างแล้ว โลฟสดขายของได้ เล่นเฟซบุ๊กเป็น เล่นตีกติกเป็น รับออเดอร์สินค้าออนไลน์ได้ ส่งสินค้าแบบพัสดุให้ลูกค้าก็ได้แล้ว ตอนนี่ก็ทำขายทั้งสองช่องทาง แบบหน้าร้านก็ทำ แบบส่งออนไลน์ก็ทำ ...”^๕



รูปภาพที่ ๔.๓ บริการส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคแบบเดลิเวอรี่

“... ตอนนี่เรามีบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ แบบเซเว่นแล้วนะ ภายในบริเวณรัศมีรอบ ๆ ใกล้กลุ่มของเรา ประมาณ ๑-๒ กิโลเมตร เราบริการส่งถึงบ้านเลย ใช้มอเตอร์ไซค์ที่บ้านวิ่งไปส่งแบบเดียว สั่งมาทางเพจก็ได้ โทรสั่งก็ได้ เราไปส่งหมดแหละ ถ้าอยู่ใกล้ ไม่ไกลนะ แต่ถ้าอยู่ไกลก็ส่งแบบกล่องพัสดุ เรื่องการขายถือว่าเป็นเรื่องใหญ่สำหรับพวกเรา เพราะว่าเดิมทีเราขายแบบช่องทางเดียว เมื่อก่อนมีงานเยอะก็ขายได้ รายได้ดี แต่ตอนนี้ไม่ค่อยมีงาน งานที่มีก็นาน ๆ ที ก็เพราะไอ้โควิดนี่แหละที่ทำให้พวกเราต้องหยุดชะงัก แม้ว่าจะกลับมาฟื้นฟูก็จริง แต่ก็ยังไม่เต็มที่ ทางที่ดีเราจะต้องมีทางเลือกที่มากกว่านี้ เครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบบเดิมเราก็ต้องรักษาไว้ สร้างความสัมพันธ์ ไปมาหาสู่กันตามปกติ มีงานก็ไปช่วยกัน นำของไปขายบ้าง นำของไปแสดงความยินดีช่วยงานเล็ก ๆ น้อย ๆ บ้างแหละ การเปิดบูธร้านขายแบบเดิมก็ต้องทำ การขายแบบออนไลน์ก็ต้องทำไปพร้อมกัน แต่สิ่งที่อยากเติมเต็มเข้ามาก็คือ เราต้องหาร้านค้าเพื่อนำสินค้าของเราไปวางจำหน่ายเพิ่มเติม เช่น

^๕ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๕, เมื่อวันที่ ๓ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

ร้านของใกล้บ้านเรา ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าอื่น ๆ ที่เราคาดว่าจะพอขายของของเราได้ ซึ่งพอที่จะขยายตลาดการขายของพวกเราได้ แต่ก็คิดว่า เงินทุนที่เราจะต้องเอาไปวางมัดจำการวางสินค้าตามร้านต่าง ๆ นี่สิ ที่ตอนนี้ยังไม่มีเงินก้อนนั้นเลย ...”^๖

๓. ขั้นตอนการสร้างแนวทางปฏิบัติ (Contra : C)

ขั้นตอนนี้คณะผู้วิจัย ชุมชน และภาคีเครือข่าย ได้มีการสร้างแนวทางปฏิบัติเพื่อการขับเคลื่อนการทำงานให้มีประสิทธิภาพร่วมกัน ดังนี้

๓.๑ การแบ่งความรับผิดชอบ เป็นการมอบหมายภาระหน้าที่ตามความเหมาะสมและความเชี่ยวชาญของสมาชิกแต่ละคนภายในกลุ่ม โดยไม่มีการแต่งตั้งเป็นสายลักษณะอักษร มีลักษณะการทำงานแบบช่วยกันทำ ทุกคนสามารถทำงานได้หลากหลายหน้าที่ เพราะเนื่องจากขั้นตอนการผลิตไม่มีความซับซ้อน ใช้เทคโนโลยีค่อนข้างน้อย เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทงานฝีมือ (Handmade) แผนกต่าง ๆ ประกอบไปด้วย

๑. เตรียมวัตถุดิบ คัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพภายในชุมชนที่เพาะปลูกภายในท้องถิ่น ทำความสะอาดและแปรรูปให้พร้อมใช้สำหรับประกอบการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

๒. เตรียมอุปกรณ์ ทำความสะอาดเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ที่จะนำไปใช้ประกอบการผลิตสินค้า เพื่อให้ถูกต้องตามสุขอนามัย และตรวจเช็คสภาพให้พร้อมใช้ มีความปลอดภัยและไม่ก่อให้เกิดอันตรายในขณะที่ทำการผลิต

๓. ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนการผลิตที่ต้องใช้ฝีมือและความสามารถของสมาชิกกลุ่ม ร่วมกันกับการใช้เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยี เช่น เครื่องบรรจุผลิตภัณฑ์ เครื่องซีลสุญญากาศ ฯลฯ

๔. แผนกการขาย ประธานกลุ่มและற்றுญิกกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบและทำการจัดทำบัญชีและการเงิน สมาชิกทุกคนทำหน้าที่พนักงานขายร่วมกันทั้งหมด

๕. การแบ่งปันผลตอบแทน ประธานกลุ่มเป็นผู้แบ่งปันผลตอบแทน โดยสมาชิกกลุ่มจะได้รับผลตอบแทนตามสัดส่วนและกำไรจากการขายสินค้าที่ได้ตกลงร่วมกันในการขายสินค้าแต่ละรอบ หรือแต่ละงานที่เปิดร้านขายสินค้า

๖. คลังสินค้า/สต็อกสินค้า การผลิตสินค้าในแต่ละครั้งทำการผลิตจำนวนไม่มาก มีจำนวนจำกัด สินค้าเก็บไว้ได้ไม่นาน เนื่องจากไม่ได้ใส่สารกันบูด คลังเก็บสินค้า คือ อาคารที่ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีประธานกลุ่มและற்றுญิกเป็นผู้ดูแลและรักษาความปลอดภัย

๓.๒ การตกลงใจในรายละเอียดของการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แนวทางปฏิบัติของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน มีลักษณะเป็นการขอแรงกันทำ ความไว้เนื้อเชื่อใจกันของผู้คนในชุมชน เน้นความสามัคคีและความพร้อมเพรียงกันทำ ไม่ผลักระให้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ต้องรับผิดชอบมากเกินไป

“... การวางแนวทางปฏิบัติงานของกลุ่มเรา ไม่ได้มีแบบแผนอะไรมากนัก เราอาศัยความพร้อมเพรียงกัน ความสามัคคี ทำพร้อมกัน เลิกพร้อมกัน พัก-กิน พร้อมกัน อาศัยไหว้วานกันได้ตามความเหมาะสม มันคนหมู่มากเนาะ ต่างคนต่างความคิด อีกร้อยก็ต้องคอยถนอมน้ำใจกันให้มากที่สุด

^๖ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๖, เมื่อวันที่ ๓ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

ต้องเข้าใจซึ่งกันและกัน เอาใจเขามาใส่ใจเรา ฟังพากันและกัน การตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นมา ไม่ใช่ของคนใดคนหนึ่ง เพราะเราต้องทำสินค้า ผลิตสินค้าร่วมกัน ต้องไปพร้อมกัน มันเป็นคนในชุมชนของเรา การวางตัว วางตำแหน่งหน้าที่การรับผิดชอบก็จัดให้ตามความเหมาะสม แต่ก็สามารถทำทดแทนกันได้ทั้งหมดนั่นแหละ เพราะทุกคนที่เป็นสมาชิกของเราสามารถทำได้หมด พวกประเภทการผลิตและการออกแบบ แต่สิ่งที่ต้องดูแลเป็นอย่างดี คือ การเงินและการทำบัญชี อันนี้เป็นเรื่องเงินทอง ต้องอาศัยความละเอียดและการจ่ายค่าตอบแทนและปันผลให้เหมาะสมและเป็นธรรมมากที่สุด เพราะหากแบ่งผลตอบแทนไม่เป็นธรรม ไม่สมเหตุสมผล เช่น ขายได้มาก ได้กำไรมาก แต่ผลตอบแทนกลับได้น้อย อันนี้จะต้องมีคำถามและมีปัญหาขึ้นมาทันทีเลย ดังนั้น ประธานและற்றுกิจจะต้องทำหน้าที่ในส่วนนี้อย่างละเอียด เพื่อป้องกันความขัดแย้งและการมีปัญหากับเรื่องค่าตอบแทนและเรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ ซึ่งหากไม่ระมัดระวัง ในอนาคตมีปัญหาแน่ ...”^๗



รูปภาพที่ ๔.๔ กิจกรรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจของสมาชิกภายในกลุ่ม

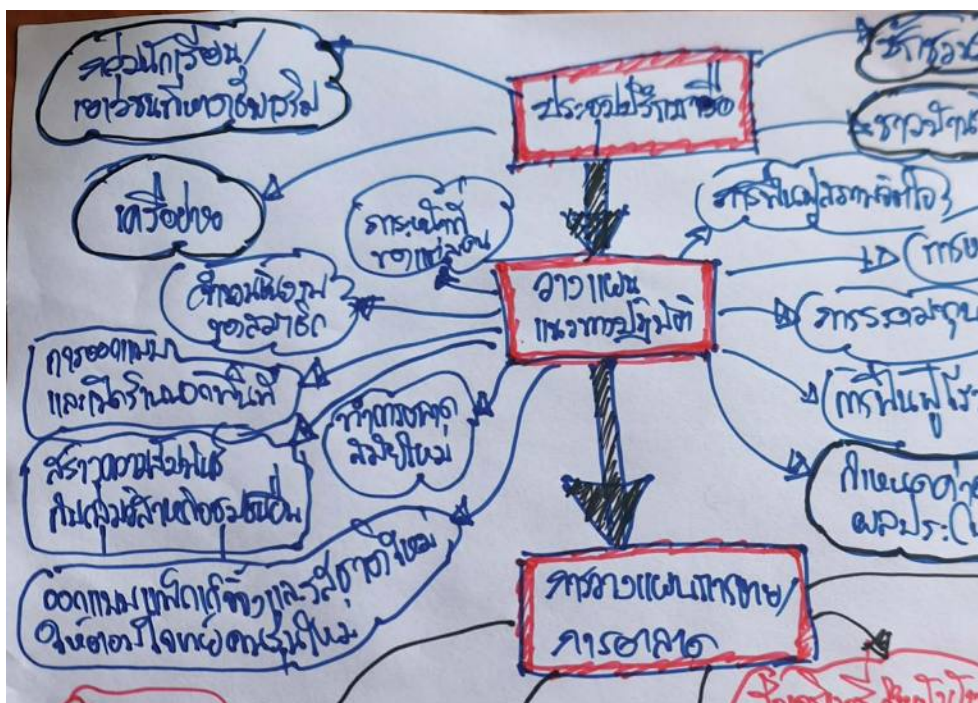
“... หน้าที่ของสมาชิกของกลุ่มเราแต่ละคนคือมาทำงานด้วยกัน เราทำกันได้หมด เพราะว่าเครื่องมือเครื่องใช้ไม่ค่อยได้มีความซับซ้อนอะไร สูตรการทาก็มีสำเร็จรูป ใช้ปริมาณเท่าไร ใช้อะไรเท่าไร คุ้มใช้เวลาเท่าไร เราได้กำหนดค่ามาตรฐานไว้หมดแล้ว ทุกคนทำได้เหมือนกันหมด คุณภาพและรสชาติเหมือนกัน มีความคงที่ รสชาติไม่เพี้ยน เวลาออกไปขายของก็จะไปด้วยกันเป็นทีม ใครก็ได้ส่วนแบ่งและปันผล ใครไม่ไปก็ไม่ได้ แต่ก็จะได้ส่วนที่เป็นค่าแรงที่ทำการผลิต หน้าที่ต่าง ๆ ก็จะมีตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบจากชาวบ้าน หากมีไม่พอก็ต้องไปซื้อตามตลาด อันนี้ก็ต้องสั่งจองล่วงหน้าไว้ เตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาดให้ได้ตามหลักสุขอนามัย เช็กระบบความปลอดภัยการทำงานของเครื่องมือ ว่ามีชิ้นส่วนใดชำรุดหรือไม่ หากชำรุดก็ต้องมีการซ่อมแซม เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้ ทำการผลิตร่วมกัน นำไปขายทั้งออนไลน์ เปิดร้านค้า และบางครั้งก็ลูกค้าสั่งไว้เยอะ ๆ ก็ต้องมีการสต็อกสินค้าไว้ แต่ส่วนใหญ่ก็มีไม่มากนัก เพราะเราต้องการให้ลูกค้าได้บริโภค ได้กินของที่ดี ๆ เป็นของใหม่ สด และสะอาดอยู่ตลาด เราไม่ได้ใส่สารกันบูดในอาหาร ดังนั้น จึงเก็บสินค้าหรือ

^๗ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๗, เมื่อวันที่ ๓ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

ผลิตภัณฑ์ได้ไม่นาน ผลิตภัณฑ์ก็ต้องรีบขายให้หมด ทำตามคำสั่งออเดอร์ที่ลูกค้าสั่งมา พอขายหมดก็ถึงจะผลิตใหม่ ก็จะมีของเหลืออยู่แบบนี้แหละ ...”^๘

๒. เทคนิคการเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map)

การนำเอาเทคนิคการเขียนแผนที่ความคิดมานำทำและปฏิบัติการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน กระบวนการนี้ได้มีการระดมความคิดเห็นและถกประเด็นร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยชุมชน และภาคีเครือข่าย โดยการกำหนดแนวทางและวางเป้าหมายเพื่อให้สามารถดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างลงตัวและมีประสิทธิภาพ ดังปรากฏตามรูปภาพที่ ๔.๕ ดังนี้



รูปภาพที่ ๔.๕ การเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map)

การเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map) ระดมความคิดเห็นร่วมกันของหลายฝ่าย เพื่อต่อยอดการฟื้นฟูการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนสตรีศรีบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้ โดยใช้เทคนิคที่เรียนว่าการเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map) ซึ่งจะเห็นได้ว่า มีการประชุมระดมความคิดเห็น โดยมีระดับขั้นตอนของความคิด ดังนี้

๑. การชักชวนสมาชิกเก่าให้กลับมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์หรือสินค้าร่วมกัน มีการเชิญชวนหาสมาชิกใหม่เพิ่มเติม สร้างความสัมพันธ์กับภาคีเครือข่าย และสร้างโอกาสให้กลุ่มเด็ก ๆ วัยรุ่น คนหนุ่มคนสาวได้โอกาสพัฒนาฝีมือและหารายได้เสริม เพื่อเป็นทุนในการศึกษาและใช้เวลาว่างจากการเรียนให้เกิดประโยชน์

^๘ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๘, เมื่อวันที่ ๓ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

๒. วางแผนและแนวทางปฏิบัติ ประเด็นที่สำคัญที่สุดที่จะต้องเร่งส่งเสริม คือ การฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ประกอบการและสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งหลายคนยังมีความสับสนและเกิดความท้อแท้ เมื่อจะลุกขึ้นมาฟื้นฟูและต่อยอดการสร้างรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เมื่อสภาพจิตใจดีขึ้นจะต้องเร่งแสวงหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีงบประมาณช่วยสนับสนุน รวมไปถึงการระดมทุนจากสมาชิกภายในกลุ่มเพื่อเป็นกองทุนหรือเงินทุนสำรองเพื่อการหมุนเวียน ทำการฟื้นฟูซ่อมแซมวัสดุ อุปกรณ์ โรงเรือน เช่น เครื่องซีลสุญญากาศ เครื่องบรรจุผลิตภัณฑ์ เครื่องบรรจุกระป๋อง ถังกำจัดขยะ อ่างล้างมือและอุปกรณ์ เครื่องอบวัตถุดิบ ฯลฯ พุดคุยและตกลงผลประโยชน์หรือผลตอบแทนให้ชัดเจน โดยประกาศเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อป้องกันความขัดแย้ง แบ่งภาระหน้าที่และจำนวนการผลิต การทำงานร่วมกันอย่างพร้อมเพรียงกันและความสามัคคี การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่าย เพิ่มโอกาสในการสร้างช่องทางการตลาดแบบยุคสมัยใหม่เพิ่มขึ้น พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ประหยัดต้นทุนและสอดคล้องกับนโยบายการรักษาโลก ก่อสร้างหรือถนอมบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ง่าย

๓. การวางแผนการขาย/การตลาด มีการกำหนดแนวทางการขาย คือ การทำการตลาดแบบเดิม ขายแบบเปิดหน้าร้าน เปิดบูธตามงานต่าง ๆ ทำการตลาดแบบออนไลน์ ไลฟ์สดขายของ ส่งสินค้าทางพัสดุขนส่ง บริการแบบส่งด่วนหรือแบบเดลิเวอรี่ ส่งถึงหน้าบ้านในรัศมีบริเวณใกล้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประมาณ ๑-๒ กิโลเมตร และจัดวางจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตามร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าที่เป็นเครือข่าย



รูปภาพที่ ๔.๖ เปิดบูธขายสินค้าตามงานเทศกาลต่าง ๆ

๓. การใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT Analysis

๑. จุดแข็ง (Strengths)

๑.๑ มีความมุ่งมั่นต้องการฟื้นฟูต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน เพื่อให้มีรายได้หลากหลายช่องทาง ซึ่งจะเป็นอาชีพหลักก็ได้ หรือทำเป็นอาชีพเสริมก็ได้

๑.๒ ความพร้อมเพรียงกันและความสามัคคี ถึงแม้ว่าจะประสบปัญหาการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ไม่ได้ในช่วงวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดโควิด ๑๙ ที่ผ่านมา แต่สมาชิกภายในกลุ่มหลายคนยังมีความมั่นคงและรวมกลุ่มกันเหนียวแน่น หาเวลาว่างจากการประจําาร่วมกันปรึกษาหารือ หาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และวางแผนการขายสินค้าอย่างไรในอนาคต

๑.๓ วิสัยทัศน์และมุมมองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดีของประธานกลุ่ม มีความตั้งใจกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชัดเจน มีอัยาศัยและการพูดคุยที่ดีต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดใกล้เคียง

๑.๔ ความเข้มแข็งและความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย มีหน่วยงานภาครัฐ ท้องถิ่น ท้องที่ มหาวิทยาลัย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ร่วมจับมือกันและให้การสนับสนุนช่วยเหลือโดยทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการร่วมกัน พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ร่วมกัน รวมทั้งสนับสนุนให้ความช่วยเหลือด้านวัสดุและอุปกรณ์ที่จำเป็น รวมไปถึงงบประมาณเงินทุนสนับสนุนให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน

๒. จุดอ่อน (Weakness)

๒.๑ จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มไม่คงที่ มีสมาชิกภายในกลุ่มเข้าออกทุก ๆ เดือน ซึ่งทำให้ไม่สามารถกำหนดปริมาณการผลิตและรับออเดอร์สินค้าได้จำนวนมาก ต้องกำหนดอัตราความเป็นไปได้ในการผลิต ซึ่งมีความค่อนข้างยากและเสี่ยงที่จะผลิตสินค้าให้ลูกค้าได้ไม่ครบตามจำนวน

๒.๒ งบประมาณเงินทุนเพื่อการฟื้นฟูมีจำนวนจำกัด การขาดสภาพคล่องทางการเงินในช่วงวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดโควิด ๑๙ ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันมีงบประมาณเพื่อการลงทุนการผลิตและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ มีงบประมาณจำกัด ไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการและวางแผนจัดการวางสินค้าตามร้านค้า การเปิดบูธร้านค้า และการวางจำหน่ายสินค้าตามร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ

๒.๓ ขาดบุคลากรหรือที่ปรึกษาด้านอาหารและโภชนาการ เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเก็บรักษาวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพเหมือนกัน หรือคุณภาพเหมือนกันทุก ๆ ครั้งที่นำมาทำการผลิตสินค้า รวมไปถึงการวัดคุณภาพและสารปนเปื้อนในอาหาร

๒.๔ โรงเรือนไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา (อย.) อาคารหลังปัจจุบันที่เป็นที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน เป็นห้องโล่งทะลุถึงกัน ไม่มีการแบ่งกันแบ่งออกเป็นห้องหรือแบ่งสัดส่วนเฉพาะ เช่น ห้องฆ่าเชื้อ ห้องเตรียมวัตถุดิบ ห้องผลิตสินค้า ห้องบรรจุภัณฑ์และจัดหีบห่อ ฯลฯ ซึ่งโรงเรือนดังกล่าวทุกชั้นตอนการผลิต ใช้การทำปฏิบัติการอยู่ภายในห้องเดียวกันทั้งหมด

๓. โอกาส (Opportunity)

๓.๑ การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันกับเครือข่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศมีเครือข่ายเชื่อมโยงถึงกัน มีการจัดกิจกรรมและงานแสดงสินค้าตามสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ลานกิจกรรมหน้าศาลากลางจังหวัด ลานแสดงโชว์สินค้า ฯลฯ ซึ่งหากกลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีเป็นเครือข่ายร่วมกัน จะทำให้สามารถนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายแสดงโชว์

๓.๒ การทำการตลาดออนไลน์ ปัจจุบันรูปแบบการขายสินค้ามีความหลากหลาย การตลาดแบบออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสะดวกสบาย ลดต้นทุนการเดินทาง ได้รับสินค้าส่งตรงถึงบ้าน โดยใช้เวลาในการส่งสินค้าไม่นานมากนัก

๓.๓ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ วัยรุ่นปัจจุบันนิยมเทรดการบริโภคแบบรักสุขภาพ ไม่หวานมากเกินไป ไม่มีไขมันมากเกินไป สายคอนเทนต์จะชอบกินไม่มากนักเน้นการชิมเพื่อให้รสชาติ อาทิเช่น หมี่กรอบบ้านศิริ ซึ่งเป็นหมี่กรอบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ก็พัฒนาเป็นแบบกินคำเดียว เน้นการกินง่าย ๆ เหมาะกับกลุ่มลูกค้าสายชิม

๓.๔ บริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) เป็นการส่งสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่ส่งสินค้าตั้งแต่ ๑๐๐ บาทขึ้นไป และอยู่ใกล้ภายในรัศมี ๑-๒ กิโลเมตร รอบ ๆ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะมีบริการส่งฟรีถึงบ้าน

๔. อุปสรรค (Threat)

๔.๑ สภาพจิตใจที่มีความหวาดระแวง เป็นผลกระทบที่ได้รับจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโควิด ๑๙ ซึ่งผู้ประกอบการและสมาชิกภายในกลุ่มวิตกกังวลว่าจะมีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อดำเนินกิจการ ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ต้องหยุดชะงัก ทำให้ไม่มีรายได้ วนเวียนเป็นแบบเดิมที่เคยเผชิญมาในอดีต

๔.๒ ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการประกาศของรัฐบาล เป็นการประกาศที่ส่งผลกระทบต่อการจำหน่ายสินค้าซึ่งทำให้การขายสินค้าได้น้อยลง เช่น ประกาศล็อกดาวน์โรคระบาดโควิด ๑๙ ประกาศการสูญเสียหรือการจากไปของบุคคลสำคัญของประเทศซึ่งทำให้หน่วยงานภาครัฐต้องงดการจัดกิจกรรม การประกาศภาวะสงคราม

๔.๓ การได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) การไม่มีใบรับรอง อย. รับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้มีการตั้งคำถามว่ามีคุณภาพหรือไม่ ผู้บริโภคที่มีความเคร่งครัดในศาสนาก็ไม่มีตราฮาลาลรับรอง ทำให้ไม่สามารถดึงกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ได้

๔.๔ เงินทุนสำรองมีน้อย การดำเนินการของกลุ่มเป็นไปในลักษณะซื้อมาขายไป ขายได้กำไรก็แบ่งสรรปันส่วนให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม เงินทุนสำรองที่เก็บไว้ใช้ในยามฉุกเฉินจึงมีไม่มาก เป็นทุนที่ใช้สำรองในการเปิดร้านออกงานตามสถานที่ต่าง ๆ ได้เพียง ๓-๕ งาน ถ้าหากขาดทุนหรือไม่ได้กำไรในคราวนั้น ๆ จะทำให้ทุนสำรองลดลงเรื่อย ๆ

“... กลุ่มของเราเดิมทีก็ถือว่ามีความเข้มแข็ง มีความสามัคคี มีความพร้อมเพรียงกัน ทำงานพร้อมกัน เลิกพร้อมกัน ไปขายของกับมา ได้กำไรมากก็แบ่งกันมาก ได้น้อยก็แบ่งกันน้อย บางครั้งไม่ได้กำไรเลย แล้วยังเข้าเนื้ออีก เหมือนตีสถไปกลับ เสียค่าน้ำมัน เสียเวลา เหนื่อย ขายของไม่มีกำไรเลย แต่ก็ยังดีที่ประธานกลุ่มเราใจดี เขามีการจัดทำบัญชีการเงินที่ดี มีทุนสำรองที่เก็บไว้ในตอนที่เราไปขายของได้กำไรเยอะ ๆ ก็เอาตรงส่วนนั้นมาเป็นค่าแรงของทุกคนที่ไปขายสินค้า ไปเปิดบูธ ไปออกงานร่วมกัน เขาก็บอกว่าเป็นค่าเสียเวลา ถึงแม้ว่าจะได้ไม่เยอะ แต่ก็ถือว่าเงินกลับเข้าบ้าน ดีกว่ากลับบ้านมือเปล่า ซึ่งคราวหน้าไปขายของงานอื่นก็ได้แหละ การค้าการขายมันก็แบบนี้แหละ วันที่ดวงดีก็ขายได้เยอะ ขายเป็นหน้าตาเห่า วันที่ดวงไม่ดีก็ขายอะไรไม่ได้เลย ได้แต่นั่งตบยุงคุยกันตามประสาแม่ค้า ต้องห้องของกลับมาเหมือนเดิม ...”^๙

“... ประธานกลุ่มเรามีความมุ่งมั่น ตอนแรกก็คิดว่าจะล้มเลิกและหันไปทำอย่างอื่น พอโควิดหมดไปปั๊บ ก็กลับมาทำ มาฟื้นฟู ชวนคนนั้นคนนั้นมาทำสินค้าขายอีก ตอนนั้นรัฐก็ยังไม่เปิดให้

^๙ สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๙, เมื่อวันที่ ๒๗ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

ขายในตลาดแบบเต็มตัวนะ เราก็คิดในใจว่ามันจะเอาไปขายที่ไหน แต่พอมาเห็นเขาทำ มันขายทางออนไลน์ ใส่กล่องพัสดุส่งไปรษณีย์ ส่งเคอรี่ ๒-๓ วันก็ถึงแหละ ถ้าในอยุธยา กรุงเทพฯ ปทุมธานี อ่างทอง สิงห์บุรี อันนี้ส่งเข้าถึงเย็นเลย ตอนนี้นะจะมีปัญหาที่พวกเงินทุนนี้แหละ ตั้งแต่โควิดมานี้แย่กันทุกด้านเลย ที่มีอยู่ก็ไม่ค่อยจะพอใช้ ก็ต้องระมัดระวัง พลาดมานี้หนักกว่าเดิมเลย ทำอะไรช่วงนี้ก็ต้องระมัดระวัง อะไรที่มีความเสี่ยงสูงก็ต้องออกไกล ๆ ในกลุ่มก็มีหลายคนหลายท่าน วนเวียน สลับผลัดเปลี่ยนกันเข้ากันออก ไม่ว่างบ้างล่ะ ไปทำงานอย่างอื่นบ้างล่ะ จำนวนคนจึงไม่แน่นอน ยืนเป็นตัวหลักก็จะมีราว ๆ ๘-๑๐ คน นอกนั้นก็จะมีเข้า ๆ ออก ๆ ผลិតภัณฑ์ของเราที่ทำขึ้นก็ถือว่ามีความสะอาด เพราะเราใส่ใจเรื่องสุขอนามัย อุปกรณ์และวัตถุดิบต้องทำความสะอาด ผลิตได้ไม่มาก ทำจำนวนจำกัด เพราะไม่เก็บไว้นาน เก็บไว้นานมันไม่อร่อย ของจากเราจะต้องสดใหม่อยู่เสมอ แต่สิ่งที่กังวลที่สุดก็คือ พวกสารปนเปื้อน ที่ทางเรามองไม่เห็น เราไม่มีเครื่องมือวัดหรือตรวจสิ่งเหล่านี้ได้เลย หากได้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ด้านอาหารและความสะอาด ความปลอดภัยด้านโภชนาการ จะทำให้ทางกลุ่มของเรามั่นใจในผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น อีกอย่างก็จะส่งผลไปถึงการขอ อย. ให้กับผลิตภัณฑ์ของเราได้ง่ายขึ้น จะทำให้มีความน่าเชื่อถือความปลอดภัยในสินค้า ...”^{๑๐}



รูปภาพที่ ๔.๗ ส่งสินค้าตามร้านสะดวกซื้อและร้านค้าเครือข่าย

“... ตอนนี้สิ่งที่วิตกกังวลของพวกเราก็คือความไม่แน่นอนของสถานการณ์ต่าง ๆ ในประเทศไทยของเรานี้แหละ เกิดว่ารัฐบาลประกาศฟ้าผ่าลือคดวุ่นประเทศอีกกรอบแบบนี้ก็แย่เลยสิ ซึ่งมันก็ไม่แน่มันอน อะไรที่เราไม่คาดคิดและไม่คิดว่ามันจะเกิดมันก็เกิดขึ้นแล้ว อีกอย่างก็ไม่ว่าจะมีโรคระบาดใหม่อะไรที่จะเกิดขึ้นในโลกใบนี้ ตอนนี้นะก็มีพวกสายพันธุ์ A สายพันธุ์ B แต่ก็ไม่ได้กลัวเหมือนแต่ก่อนแล้ว แต่ถ้ามีอีกก็กลัวว่าจะขายของไม่ได้สินีสิ บ้านเราก็มีอีกหลายเหตุการณ์ที่มีความสุ่มเสี่ยง ตามชายแดนก็มีการปะทะกันอยู่ฮึม ๆ ไม่ว่าจะเป็ทางพม่าก็ตาม ทางเขมรก็ตาม ถ้ามันลามไปใหญ่ก็จะส่งผลต่อการขายของของพวกเรา หรือแม้แต่เรื่องการสูญเสียหรือการจากไปของบุคคลสำคัญของประเทศ ถ้าหากว่ารัฐบาลมีประกาศให้งดการจัดกิจกรรมงานรื่นเริง กิจกรรมงานสังสรรค์

^{๑๐} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๑๐, เมื่อวันที่ ๒๗ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

งานของหน่วยงานภาครัฐที่จัดขึ้นหากมีการงดไม่จัดงาน พวกเราก็อด เอาของไปขายแบบเปิดบูธเปิดร้านไม่ได้ เพราะเขายกเลิก งดการจัดงาน แบบนั้นพวกเราเป็นศูนย์เลยนะ อันนี้ก็มีความวิตกกังวลอยู่เหมือนกัน ถ้าไม่มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นก็ถือว่าพวกเราโชคดีไป การขายของตอนนี้ก็มีความหลากหลาย ขายหน้าร้าน ขายออนไลน์ ส่งตรงให้ผู้ซื้อที่อยู่ไกล ส่งพัสดุทางไกล สะดวกสบายมาก ขายแบบเดิมก็ต้องอาศัยเครือข่าย ความรู้จักกันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโซนอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท เรามีอาคารโรงเรือนที่ถือว่าค่อนข้างดี แต่ถ้าถามว่าได้มาตรฐานการประกอบกิจการและการผลิตอาหาร ตามที่องค์การอาหารและยากำหนดไว้ ของเราก็ค่อนข้างที่จะห่างไกล แต่ก็ค่อย ๆ พัฒนากันไป ตอนนี้ก็มีบางหน่วยงานที่มาดูงานที่กลุ่มเรานะ มีเด็กนักศึกษาจะมาฝึกงาน มีมาทำรายงาน มาทำวิจัย มาช่วยพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ มาช่วยออกแบบต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มพวกเรา บางกลุ่มก็มาฝึกงานกับเรา เอาสินค้าของกลุ่มเราไปขายทางออนไลน์ เพื่อหารายได้เสริมเป็นทุนการศึกษา ก็จะมีการไลฟ์สดขายของ แบบว่าแต่งตัวน่ารัก ๆ แสบ ๆ ตามแบบฉบับวัยรุ่นสมัยใหม่ ที่ต้องการสินค้าประเภทที่มีรูปลักษณ์และลักษณะน่ารัก ๆ เข้ากับวัยและยุคสมัย ...”^{๑๑}

๔. กิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การออกแบบกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจได้มีการระดมความคิดเห็นและหาทางออกร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย ชุมชน และภาคีเครือข่าย โดยการขอความอนุเคราะห์จากกรมสุขภาพจิตและผู้เชี่ยวชาญด้านการปลุกขวัญกำลังใจ เพื่อให้บุคคลที่มีความท้อแท้ วิตกกังวล และอยู่ในภาวะซึมเศร้า ให้สามารถลุกขึ้นมาสู้ ต่อสู้กับอุปสรรค และความยากลำบากที่เกิดขึ้นให้สามารถผ่านพ้นไปด้วยดี โดยการรูปแบบกิจกรรมที่ชื่อว่า “ฮึด ฮึด สู้” ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

๔.๑ กิจกรรมปลุกกำลังใจ “พลังฮึด”

“พลังฮึด : ฉันลุกขึ้นสู้ได้อีกครั้ง ทำใจให้สงบ ไตร่ตรอง อดทนต่อเรื่องราวที่มากระทบ” โดยเริ่มจากการสังเกตอารมณ์ความรู้สึกของตัวเอง หากพบอาการวิตกกังวล เครียด จนส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน ให้รีบหาวิธีจัดการ เช่น หาใครสักคนพูดคุยระบายความรู้สึก เพื่อให้อารมณ์ผ่อนคลายขึ้น หมั่นให้กำลังใจตัวเอง บอกตัวเองว่าฉันทำได้ ฉันมีความสามารถ มองว่าสักวันหนึ่งเรื่องที่เกิดขึ้นก็จะผ่านไป เช่นเดียวกับหลาย ๆ เรื่องที่เราเคยผ่านมา มองหาแง่มุมหรือสิ่งดี ๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้เรื่องราว ๆ ที่เราเจอ ลองศึกษาการใช้ชีวิตจากบุคคลอื่นที่เจอเรื่องคล้าย ๆ กับเรา หมั่นเติมคุณค่าให้ตัวเองอยู่เสมอ มีความยินดี แบ่งปัน ช่วยเหลือ ทำสิ่งดี ๆ กับผู้อื่น

๔.๒ กิจกรรมปลุกกำลังใจ “พลังฮึด”

“พลังฮึด : ฉันมีสิ่งล้ำค่าที่เป็นกำลังใจ สร้างกำลังใจ มีความหวัง” การมีกำลังใจ ที่จะดำเนินชีวิตต่อไปภายใต้สถานการณ์ที่กดดัน กำลังใจที่สำคัญ คือ การสนับสนุนจากคนรอบข้าง สิ่งแรกที่เราต้องทำคือ การนึกถึงคนเหล่านี้ และที่สำคัญก็คือ การกล้าเอ่ย ขอคำปรึกษา โดยไม่ต้องรู้สึกว่าเป็นการรบกวนคนเหล่านั้น เพราะที่จริงคนเหล่านั้นก็มีความเต็มใจและมีความสุข หากได้ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่เขาสามารถช่วยได้ บอกความรู้สึกของเรา เช่น ฉันรู้สึกท้อแท้ หมุดกำลังใจ จะเป็นการทำให้คนรอบข้างเข้าใจภาวะที่เป็นอยู่

^{๑๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คนที่ ๑๑, เมื่อวันที่ ๒๗ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๘.

๔.๓ กิจกรรมปลูกกำลังใจ “พลังสู้”

“พลังสู้ : ฉันทำอะไร ใช้แรงกาย แรงใจ สติปัญญา ต่อสู้” ลองปรับเป้าหมาย ปรับการกระทำและค้นหาหนทางใหม่ ๆ ปัญหาไม่ว่าง ถ้าคุณแฮร์ คุณจะค้นพบทางออก การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องธรรมดา หรืออาจมองว่าเป็นเรื่องท้าทาย ลองทบทวนประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาที่เราใช้เพื่อให้เราสามารถผ่านช่วงที่ยากลำบากนั้นมาได้ มีสิ่งไหนที่เรานำมาปรับใช้ในครั้งนี้หรืออาจมองหาโอกาส หนทางใหม่ ๆ ที่เรานำมาใช้ในการดำเนินชีวิตต่อไป

๔.๒ เพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์

การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

๔.๒.๑ การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์

๑) การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้ฐานคิดบริบทเชิงพื้นที่ กล่าวคือ “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน” ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเขตพื้นที่ที่ได้ชื่อว่า “เมืองเก่า” หรือ “ราชธานีเก่าของคนไทย” มีมรดกวัฒนธรรมการกินที่ตกสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ จากรุ่นสู่รุ่น เป็นสูตรลับเฉพาะของตระกูลหรือครอบครัวนั้น ๆ การที่จะสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนจึงต้องค้นหาตัวตนที่ชัดเจน เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้อย่างยิ่งยั้ง ซึ่งจากการออกแบบของสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคณะผู้วิจัยในเบื้องต้น ได้มีการตกลงกันใช้รูปแบบง่าย ๆ เพื่อไม่ต้องเข้าใจยากและต้องอธิบายความหมายที่ซับซ้อน โดยให้ใช้ชื่อแบรนด์ที่ชื่อว่า “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน” กำหนดและออกแบบรูปสัญลักษณ์ โลโก้ และตัวอักษร เพื่อให้เข้าใจง่าย ซึ่งประกอบไปด้วย ฟอนต์และสีตัวอักษร สถานที่ตั้ง เจดีย์สามองค์ และรูปการ์ตูนผู้หญิงใส่ชุดไทย ดังนั้น แบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ชื่อว่า “กลุ่มวิสาหกิจสตรีศรีบางปะหัน” จึงหมายความว่า เป็นกลุ่มของสตรีของชาวบางปะหัน ซึ่งเป็นเมืองเก่าในกรุงศรีอยุธยาที่มีความเข้มแข็งพร้อมที่จะต่อสู้และพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เฉกเช่นแม่หญิงชาวกรุงศรีอยุธยาในอดีตกาล ซึ่งมีความเก่งทั้งงานบ้านงานเรือน และต่อสู้อิริราชศัตรูที่มารุกราน รบเคียงบ่าเคียงไหล่กับบุรุษชายชาติทหาร สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏในแบรนด์สินค้า สามารถอธิบายความหมาย ได้ดังนี้

๑.๑) ฟอนต์และสีตัวอักษร ใช้สีขาวและฟอนต์ไทยผสมฟอนต์อังกฤษ เป็นการสื่อให้เห็นถึงความเรียบง่าย ผสมผสานความเป็นชุมชนแบบดั้งเดิมที่มีการเป็นอยู่ การกิน และการดำเนินวิถีชีวิตแบบชาวบ้านที่มีความเรียบง่าย

๑.๒) สถานที่ตั้ง เป็นการแสดงให้เห็นพิกัดและที่ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๑.๓) เจดีย์สามองค์ บ่งบอกให้รู้ว่าที่นี่คือผืนแผ่นดินของกรุงศรีอยุธยา เป็นลูกหลานที่สืบเชื้อสายของชาวกรุงศรีอยุธยา เพราะเจดีย์สามองค์ คือ สัญลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

๑.๔) รูปการ์ตูนผู้หญิงใส่ชุดไทย คือ ตัวแทนสตรีชาวบางปะหันที่มีความชื่นชอบการทำอาหารและสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน ซึ่งในปัจจุบันคือกลุ่มสตรีที่ได้รวมกลุ่มกันก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน

๒) การสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวคิดในการสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคจดจำได้ง่าย ช่วยทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ ซึ่งก็คือ “ตราสัญลักษณ์” หรือ “โลโก้ผลิตภัณฑ์ชุมชน” ซึ่งในการขับเคลื่อนการวิจัยในครั้งนี้ได้มีการ

ระดมความคิดเห็น ประชุมปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ได้มีการต่อยอดการสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ๒ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำปลาหวานออเจ้า และหมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู ซึ่งทั้ง ๒ ผลิตภัณฑ์ มีการให้คำอธิบายเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ไว้ดังนี้

๒.๑) น้ำปลาหวานออเจ้า เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของกิน คือ “น้ำปลาหวาน” สำหรับรับประทานร่วมกับมะม่วง ผลไม้รสเปรี้ยวทุกชนิด ปลาตุ๋นย่างจิ้มสะเดา มีสโลแกนของผลิตภัณฑ์ที่ว่า “น้ำปลาหวานออเจ้า น้ำลายสอข้ามภาพ” ได้รับแรงบันดาลใจในการทำผลิตภัณฑ์จากละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” หรือชื่อที่คนทั่วไปนิยมเรียกติดปากกันคือ “ออเจ้า” ดังนั้น ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จึงเป็นรูปการ์ตูนผู้หญิงใส่ชุดไทย บุคลิกคล้ายกันกับแม่กระแจะ นางเอกในละครที่ชอบทำอาหาร มีคำอธิบายบ่งชี้ให้เห็นว่าเป็นสินค้า น้ำปลาหวาน และรสชาติต่าง ๆ เช่น น้ำปลาหวานออเจ้า (กะปิ กุ้งแห้ง ปลาปน)

๒.๒) หมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของกินเล่น เป็นหมี่กรอบอยุธยาสูตรโบราณที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ปัจจุบันมีคุณยายบุญชู อินชุธัญ ผู้เป็นเจ้าของสูตรหมี่กรอบ คำว่า “บ้านศิริ” หมายถึง ความเป็นสิริมงคล คำขายร่ำรวย ประสบความสำเร็จในกิจการและการค้าขาย แม่บุญชู หมายถึง ชื่อของคุณยายบุญชู อินชุธัญ ผู้ที่รักษาและถ่ายทอดสูตรการทำหมี่กรอบโบราณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ รูปการ์ตูนผู้หญิงแก่คนหนึ่ง มีรอยยิ้มแสดงให้เห็นถึงความสุขและข้อความคำว่า “หมี่กรอบบ้านศิริแม่บุญชู” มีความหมายที่จะสื่อให้เห็นว่าหมี่กรอบสูตรนี้เป็นของคุณยายบุญชู และคุณยายมีความเต็มเปี่ยมไปด้วยรอยยิ้มที่เมื่อผู้อื่นได้ลิ้มลองรสชาติหมี่กรอบของบรรพบุรุษของท่านที่ได้มอบสูตรการทำอาหารไว้ให้จนถึงปัจจุบัน



รูปภาพที่ ๔.๘ เปิดร้านค่างานกิจกรรมเกษตรแปรรูป

๓) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ประชุมปรึกษาหารือร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำการต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน ๒ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (๑) น้ำปลาหวานออเจ้า (๒) หมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู ซึ่งเดิมทีทั้ง ๒ ผลิตภัณฑ์นี้ก็ถือว่าเป็นสินค้าที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญและมียอดขายค่อนข้างดี แต่ด้วยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการที่จะต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและให้ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย

สำหรับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าหรือแบรนด์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน จึงได้มีการพัฒนาและออกแบบปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตใหม่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งรายละเอียดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกเป็นประเด็น ดังนี้

๓.๑) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีการพัฒนาจากแบบเดิมโดยเพิ่มจำนวนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ลูกค้าได้มีทางเลือกมากยิ่งขึ้น (๑) น้ำปลาหวานออเจ้าเดิมที่ใช้กระปุกพลาสติกปิดฝาแบบธรรมดา พัฒนาต่อยอดด้วยการทำบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่เพิ่มเติม โดยการใช้กระปุก PET ปิดฝา ครอบซองซีลสุญญากาศ พร้อมทั้งออกแบบสติ๊กเกอร์ใหม่ให้มีขนาดใหญ่มากขึ้นกว่าเดิม เพิ่มขนาดฟอนต์ตัวหนังสือ เพื่อให้ผู้บริโภคมองเห็นข้อมูลชัดเจน สนับสนุนขอความช่วยเหลือเครื่องบรรจุ ครอบซองซีลสุญญากาศแบบบรรจุอัตโนมัติ เพื่อให้เก็บรักษาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้นานมากขึ้น ซึ่งน้ำปลาหวานสามารถเก็บไว้ได้นาน ๑ เดือน (๒) หมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู เดิมที่ใช้กล่องพลาสติกสีเหลือง ซึ่งมีขนาดค่อนข้างใหญ่ ได้มีการต่อยอดออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติมโดยทำเป็นก้อนขนาดเล็กเหมาะสำหรับกักกิน ๑-๒ ครั้ง ใส่ซองบรรจุไนโตรเจนถนอมอาหารปิดฝาถุงมิดชิด

๓.๒) วัตถุดิบ (Ingredient) ปัญหาด้านวัตถุดิบที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ไม่สามารถเก็บสต็อกวัตถุดิบจำนวนมาก ๆ ไว้ได้ จะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบตามจำนวนในการผลิตในคราวนั้น ๆ ซึ่งราคาของวัตถุดิบในแต่ละรอบการผลิตจะมีราคาไม่เท่ากัน บางครั้งซื้อได้ในราคาที่ถูกลง แต่บางครั้งก็ซื้อได้ราคาค่อนข้างแพง จึงไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ การต่อยอดด้านวัตถุดิบได้มีการจัดหาช่วยเหลือเครื่องอบวัตถุดิบ เพื่อทำให้วัตถุดิบแห้ง ไม่เป็นเชื้อรา ทำให้เก็บรักษาไว้ได้นานขึ้น และสามารถซื้อวัตถุดิบในช่วงที่ราคาถูกลงได้จำนวนมาก นำมาเก็บรักษาไว้ได้ ทำให้ลดต้นทุนการผลิต



รูปภาพที่ ๔.๙ การเตรียมอุปกรณ์และวัตถุดิบในการผลิต

๓.๓) สุขอนามัย (Hygiene) ได้มีการเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์และภาชนะสำหรับใส่วัตถุดิบจากภาชนะพลาสติกและภาชนะสแตนเลสแบบธรรมดา ให้เป็นภาชนะประเภทสแตนเลส ๓๑๖ เพื่อให้ทนทานต่อการป้องกันสารเคมีตกค้าง ทำให้มีมาตรฐานและความปลอดภัย ทำความร่วมมือกับสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เพื่อสนับสนุนช่วยเหลือด้านบุคลากร อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบสิ่งปนเปื้อนและการนำผลิตภัณฑ์ตรวจสอบคุณภาพในห้องทดลอง (Lab) เพื่อตรวจสอบความปลอดภัยและสารปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์

๓.๔) การผลิต (Production) ทำการกันโซนภายในอาคารที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนออกเป็นสัดส่วน โดยแบ่งออกเป็นพื้นที่สำหรับเตรียมอุปกรณ์และวัตถุดิบ โซนการผลิต โซนทำความสะอาด ตัวดูดระบายอากาศ ชุดสำหรับประกอบอาหาร หมวกคลุมหัว ผ้ากันเปื้อน ถุงมือ กำหนดสูตรมาตรฐานที่ชัดเจนและแน่นอน เพื่อป้องกันความคาดเคลื่อนของรสชาติผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากรสชาติเปลี่ยนไป ไม่คงที่ ไม่เหมือนเดิม จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสงสัย ขาดความเชื่อถือและความมั่นใจในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน



รูปภาพที่ ๔.๑๐ ภาคีเครือข่ายความร่วมมือในการขับเคลื่อนกิจกรรม

๔.๒.๒ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่

แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่เป็นการนำเอาเอกลักษณ์และความเป็นตัวตนในพื้นที่ เช่น วัฒนธรรม ประเพณี สังคม เศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การดำรงชีพ องค์ความรู้ด้านภูมิปัญญา ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน จะต้องมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น สามารถทำให้คนในชุมชนก่อเกิดอาชีพและสร้างรายได้ จากการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ สำหรับการขับเคลื่อนการวิจัยในครั้งนี้ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ๒ ผลิตภัณฑ์ คือ น้ำปลาหวานออเจ้า และหมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ทั้ง ๒ ผลิตภัณฑ์ ที่มีความเชื่อมโยงกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ เป็นอาหารสูตรโบราณที่ถูกถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น และเป็นส่วนหนึ่งของตำราอาหารของชาวกรุงศรีอยุธยา ดังปรากฏในเมนูอาหารในละครเรื่องบุพผสันนิวาส แต่ด้วยสูตรลับและวัตถุดิบที่นำมาใช้ประกอบการผลิตมีวัตถุดิบหลากหลายชนิด ซึ่งในปัจจุบันสามารถสั่งซื้อได้ตามท้องตลาดและแม่ค้าออนไลน์ แต่ด้วยต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับชุมชน ผู้คนในชุมชนให้มีอาชีพและมีรายได้ ดังนั้น วัตถุดิบบางส่วนจึงใช้บริการและสั่งซื้อจากคนในพื้นที่ ซึ่งแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ วัตถุดิบที่ยังไม่แปรรูป และ วัตถุดิบแปรรูป

๑) วัตถุดิบที่ยังไม่แปรรูป ได้แก่ ข้า ตะไคร้ มะกรูด มะขามเปียก มะม่วงดิบรสเปรี้ยวทุกชนิด พริกสด พริกแห้ง ปลาแห้ง ปลาป่น กุ้งแห้ง ฯลฯ

๒) วัตถุดิบแปรรูป ได้แก่ ไชร์ปจากข้าว ไชร์ปจากหญ้าหวาน เป็นวัตถุดิบที่ได้รับการแปรรูปจากข้าวของชาวบ้านที่ปลูกในพื้นที่อำเภอบางปะหัน และหญ้าหวานที่ชาวบ้านเพาะปลูกในท้องถิ่น โดยนำมาสกัดเป็นไชร์ป เพิ่มความหวานให้กับผลิตภัณฑ์ ลดการใช้น้ำตาลทรายขาวที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ทำให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นที่รักสุขภาพ



รูปภาพที่ ๔.๑๑ ส่งเสริมการขายเพื่อสร้างรายได้ผ่านการสื่อสารสาธารณะ

๔.๒.๓ การส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

ในอดีตที่ผ่านมา ก่อนการเกิดวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดโควิด ๑๙ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน มีรูปแบบการส่งเสริมด้านการขายเพียงช่องทางเดียว คือ การเปิดหน้าร้านขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยการนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปวางขายตามงานกิจกรรมและงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลประจำปี งานกาชาด งานแสดงโชว์สินค้าของดีชุมชน งานแสดงโชว์ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP ระดับตำบล ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ) ซึ่งทำให้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับเงินสดหมุนเวียนรวดเร็ว สามารถนำเงินสดมาจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับจากการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อประสบปัญหาวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดโควิด ๑๙ ทำให้ขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ ดังนั้น ในการขับเคลื่อนการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงมีการออกแบบแผนการทำการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ และให้สอดคล้องกับยุคสมัยใหม่ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะยุคดิจิทัล ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาด โดยแบ่งประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้

๑) การตลาดแบบออฟไลน์ เป็นรูปแบบการตลาดและการขายสินค้าแบบเดิม คือ ต้องอาศัยเครือข่ายและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือ ระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการนำเอาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ไปจัดวางจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ ที่มีการจัดงาน เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสเดินจับจ่ายใช้สอย เลือกรับสินค้าหน้าร้าน ได้เห็นและได้สัมผัส และได้ทดลองชิมรสชาติของอาหารและผลิตภัณฑ์โดยตรง ก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ การส่งเสริมการตลาดแบบออฟไลน์จึงมีการสร้างภาคีเครือข่ายจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปเปิดบูธร้านค้าจัดวางจำหน่ายในงานกิจกรรมต่าง ๆ โดยการขับเคลื่อนการสร้างภาคีเครือข่ายในครั้งนี้ มีหน่วยงานที่ตอบรับความร่วมมือ ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ธนาคารออมสิน ภาค ๑๔ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สสว.) อุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คณะสงฆ์อำเภอบางปะหัน ฯลฯ

๒) การตลาดแบบออนไลน์ เป็นรูปแบบการตลาดสมัยใหม่ เน้นการนำเสนอสินค้าและผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติ สรรพคุณ คุณภาพ ความอร่อย ความคุ้มค่า ราคาไม่แพง ประหยัดและราคาคู่แข่งกับการควักเงินจ่าย ฯลฯ ผ่านรูปแบบการไลฟ์สด ทำคอนเทนต์ นำเสนอเป็นรูปแบบคลิปวิดีโอ และภาพนิ่ง การถ่ายรูปผลิตภัณฑ์และเขียนข้อความหรือแคปชั่น (Caption) เพื่อดึงดูดให้คนเข้ามาอ่านและกดติดตามในเฟซบุ๊กและติ๊กต็อก รวมไปถึงกดสินค้าใส่ตะกร้าและซื้อสินค้า การส่งสินค้าก็ทำ

การส่งสินค้าแบบบรรจุกล่องพัสดุนำส่งบริษัทขนส่ง เช่น ไปรษณีย์ไทย Kerry Express, Flash Express, J&T Express ฯลฯ ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการจัดอบรมโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการทำแบบ รนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อส่งเสริมการขายแบบออนไลน์มาให้ความรู้และจับมือทำ ลงมือ ปฏิบัติและนำไปใช้ส่งเสริมการขายแบบออนไลน์ นอกจากนั้น ได้มีการผลักดันให้นิสิตและนักศึกษาได้ ถ่ายทอดความรู้การสื่อสารออนไลน์ให้กับสมาชิกกลุ่ม ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

๓) การบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) เป็นการผลักดันให้เกิดช่องทางการขาย เพิ่มมากขึ้น โดยการให้บริการส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคที่มีการโทรสั่งซื้อ หรือสั่งซื้อผ่าน ทางเพจ ที่อยู่ในรัศมีบริเวณพื้นที่ตำบลห้วยสัง หรือในเขตรอบ ๆ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ๑-๒ กิโลเมตร โดยมีการนำส่งสินค้าถึงหน้าบ้านถึงมือลูกค้า แนวคิดการบริการแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปแบบการส่งสินค้าของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (7-11) ที่มีการส่ง สินค้าให้กับลูกค้าที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางไปซื้อสินค้าหน้าร้าน ทำให้ ลูกค้าประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายการเดินทาง และเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

๔) การฝากวางสินค้าจำหน่าย (Consignment) เป็นระบบการนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ ฝากขายกับร้านค้าที่เป็นเครือข่าย โดยการมีวางเงินมัดจำการวางสินค้า มีการตกลงเปอร์เซ็นต์จาก การบริการจากการขาย มีการแจ้งรับคืนสินค้าหากขายไม่หมด เพื่อให้ผู้ผลิตนำสินค้ากลับหรือนำไป ทำลาย รูปแบบการตลาดดังกล่าวนี้ได้รับการของบสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐที่มี นโยบายการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน พร้อมกับระดมทุนจากสมาชิกภายในกลุ่ม เพื่อเป็น ทุนในการนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายตามร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าชุมชน มินิมาร์ท และร้านค้าที่เป็นเครือข่าย

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การขับเคลื่อนโครงการฟื้นฟูสภาพจิตใจให้กับผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถลุกขึ้นสู้ มีกำลังใจ พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีศักยภาพและขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดยุคดิจิทัลสมัยใหม่ ที่มีรูปแบบการแข่งขันที่หลากหลายและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ภายใต้การวิจัยเรื่อง “การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์” คณะผู้วิจัยได้ทำการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังปรากฏตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๑.๑ เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๑. ผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังจากสถานการณ์วิกฤติโรคระบาดโควิด ๑๙

๑.๑ ขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ ซึ่งเกิดจากการประกาศงดจัดงานกิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ และมาตรการล็อกดาวน์ทำงานภายในบ้าน

๑.๒ สมาชิกภายในกลุ่มแย่งย้ายกัน เพื่อหารายได้มาประดับประดาเครื่องสำอางและภาระของครอบครัวทำให้สมาชิกหลายท่านหันไปประกอบอาชีพอื่น

๑.๓ ผู้ประกอบการแบกรับค่าใช้จ่ายและรับสภาพขาดทุนไม่ไหว มาตรการล็อกดาวน์ Work From Home ทำให้ไม่สามารถเปิดร้านขายของตามงานเทศกาลต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดภาวะการขาดทุนและแบกรับภาระหนี้ที่ตามมา

๑.๔ เกิดภาวะเครียดสะสม การขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ ส่งผลให้เกิดภาวะโรคเครียด นอนไม่หลับ เกิดอาการหลงลืม และซึมเศร้าแบบอ่อน ๆ

๑.๕ สุขภาพจิตใจบอบช้ำ การไม่ได้กลับบ้านไม่ได้ขายของ ไม่มีรายได้ คนรอบข้างประสบปัญหาทั้งหมด มองไปทางไหนก็มีแต่ความสิ้นหวัง ส่งผลให้สภาพจิตใจแย่ คิดวนเวียนอยู่ในหัวและอยู่กับตัวเองโดยไม่สามารถหาทางออกได้

๑.๖ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชะงักหยุดการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชั่วคราว ลูกค้ายกเลิกออเดอร์ ไม่สามารถนำสินค้าไปขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ ได้เหมือนภาวะปกติ ทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ค้างสต็อก สินค้าเน่าเสียหมดอายุ ทำให้ตัดสินใจหยุดการผลิตและปิดตัวชั่วคราว

๒. การสะท้อนความคิดและปรึกษาหารือระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อฟื้นฟูกำลังใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๒.๑ การนำเทคนิค AIC สะท้อนคิดและแสดงความคิดเห็น

๑) ขั้นตอนการสร้างความรู้ (Appreciation : A)

๑.๑) หาเงินทุนสนับสนุนเพื่อเป็นกองทุนผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกองทุนหรือทุนสำรอง สามารถขยายการขายและการตลาด

๑.๒) รวบรวมสมาชิกเดิมให้กลับมารวมกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและดึงเอาศักยภาพ องค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความสามัคคี

๑.๓) เร่งสร้างภาคีเครือข่าย เพื่อสานความสัมพันธ์และสร้างความไว้วางใจในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มโอกาสในการนำสินค้าไปนำเสนอและเปิดร้านขายสินค้าในงานกิจกรรมหรือเทศกาลต่าง ๆ

๑.๔) เพิ่มช่องทางการตลาดที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เน้นกลุ่มลูกค้าวัยใส กลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาว ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ

๒) ขั้นสร้างแนวทางพัฒนา (Influence : I)

๒.๑) พัฒนาสภาพจิตใจของสมาชิกภายในกลุ่มให้มีความเข้มแข็ง โดยขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่ความเชี่ยวชาญช่วยอบรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ เรียกว่ากิจกรรม “อึด อีดี ลู” เพื่อให้สภาพจิตใจเข้มแข็ง

๒.๒) สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและโซนภาคกลาง นำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดงโชว์ ร่วมกิจกรรมและงานต่าง ๆ ซึ่งต้องนำผลิตภัณฑ์ไปร่วมบริจาคและช่วยเหลืองานกิจกรรมเพื่อสังคม

๒.๓) กำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน รักษากลุ่มลูกค้าเดิม และเจาะตลาดกลุ่มวัยรุ่นสายซิมที่รักสุขภาพ วัยรุ่นหรือสายคอนเทนต์ที่บริโภคเพื่อถ่ายรูปและทำคลิปวีดีโอลงโซเชียล

๒.๔) ปรับเปลี่ยนขนาดบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ เพิ่มรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ปรับเปลี่ยนจากเดิมเคยใส่กล่องขายเพิ่มเป็นใส่ถุงบรรจุในโตเจน ปรับเปลี่ยนจากกระปุกพลาสติกธรรมดาเป็นกระปุก PET

๒.๕) การตลาดรูปแบบใหม่ เพิ่มช่องทางการตลาดทางออนไลน์ ทำคลิปวีดีโอลงเพจและต็อกต็อก ส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ถึงมือผู้บริโภคในบริเวณใกล้เคียง

๓) ขั้นตอนการสร้างแนวปฏิบัติ (Contra : C)

๓.๑) การแบ่งความรับผิดชอบ มอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

๓.๑.๑) เตรียมวัตถุดิบ ทำความสะอาดวัตถุดิบที่ใช้สำหรับเป็นส่วนประกอบ เช่น ข้าว ตะไคร้ มะขามเปียก มะกรูด

๓.๑.๒) เตรียมอุปกรณ์ ทำความสะอาดและตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องมือสำหรับการผลิตให้สะอาดและความปลอดภัย

๓.๑.๓) ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ใช้ความสามารถและฝีมือการประกอบอาหารโดยมีสูตรสำเร็จรูปประกอบการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสำหรับการผลิต

๓.๑.๔) แผนการขาย สมาชิกทุกคนมีหน้าที่เป็นพนักงานขาย ประธานกลุ่มและเหรัญญิกทำบัญชีและการเงิน

๓.๑.๕) การแบ่งปันผลตอบแทน สมาชิกทุกคนได้ผลตอบแทนตามที่ตกลงกัน ออกนอกพื้นที่เปิดบูธร้านค้าตามกิจกรรมและงานเทศกาลได้รับผลตอบแทนเพิ่ม

๓.๑.๖) คลังสินค้า/สต็อกสินค้า สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมีสภาพที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้ไม่นาน โรงเรือนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีอุปกรณ์และเครื่องมือเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่เก็บสินค้าไว้ได้จำนวนไม่มากนัก จึงสต็อกสินค้าไว้เฉพาะที่ลูกค้าสั่งจอง

๓.๒) การตกลงใจในรายละเอียดของการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการช่วยเหลือกันซึ่งลักษณะเป็นการขอแรงกันทำ เน้นความสามัคคีและความพร้อมเพรียงกันทำ ไม่ผลักรั้วให้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

๒.๒ เทคนิคการเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map) เป็นกระบวนการที่ระดมความคิดเห็นและยกประเด็นเพื่อให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำเสนอแผนที่ความคิด ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงแนวทางที่จะนำไปสู่การฟื้นฟูการพัฒนาที่ดีขึ้น มีการวางขั้นตอนการชักชวนสมาชิกให้มาร่วมกันสร้างภาคีเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง วางแผนการหางบประมาณสนับสนุนและวัตถุดิบ การเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ การทำตลาดออนไลน์ และการสร้างความเข้มแข็งทางด้านจิตใจ

๒.๓ การใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT Analysis

๑) จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ มีความมุ่งมั่นต้องการฟื้นฟูต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน มีความพร้อมเพรียงกันและความสามัคคี การมีวิสัยทัศน์และมุมมองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดีของประธานกลุ่ม และการมีความเข้มแข็งและความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย

๒) จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มไม่คงที่ การมีงบประมาณเงินทุนเพื่อการฟื้นฟูมีจำนวนจำกัด ขาดบุคลากรหรือที่ปรึกษาด้านอาหารและโภชนาการ และโรงเรือนไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา (อย.)

๓) โอกาส (Opportunity) ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันกับเครือข่าย การทำการตลาดออนไลน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ และการบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery)

๔) อุปสรรค (Threat) ได้แก่ สภาพจิตใจที่มีความหวาดระแวง ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการประกาศของรัฐบาล การได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) และเงินทุนสำรองมีน้อย

๒.๔ กิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปลุกขวัญกำลังใจ ต่อสู้กับความท้อแท้ ความวิตกกังวล ภาวะซึมเศร้า ให้ลุกขึ้นมาสู้ ต่อสู้กับอุปสรรคเพื่อให้ความยากลำบากสามารถผ่านไปด้วยดี ด้วยกิจกรรมชื่อว่า “ฮึด ฮึด สู้” (๑) การปลุกกำลังใจ “พลังสู้” พูดคุยระบายความรู้สึกให้ผ่อนคลายอารมณ์ หมั่นให้กำลังใจตัวเอง บอกตัวเองว่าฉันทำได้ มองหาแง่มุมหรือสิ่งที่ดี ๆ ที่เกิดขึ้น (๒) การปลุกกำลังใจ “พลังฮึด” ฉันทมีสิ่งล้ำค่าที่เป็นกำลังใจ สร้างกำลังใจ มีความหวัง กำลังใจที่สำคัญทำให้มีพลังฮึด คือ การสนับสนุนและกำลังใจจากคนในครอบครัว เป็นผู้ที่ให้กำลังใจเมื่อยามที่ท้อแท้ (๓) การปลุกกำลังใจ “พลังสู้” ปรับวิธีการ เป้าหมายใหม่ หาทางออกใหม่เพื่อแก้ไขปัญหา ทบทวนเรื่องราวในอดีตแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สามารถผ่านช่วงเวลาที่ยากลำบาก

๕.๑.๒ เพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

๑. การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์

๑.๑ การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้ฐานคิดบริบทเชิงพื้นที่ ใช้ฐานคิดการเป็นพื้นที่ของเมืองเก่า หรือ ราชธานีเก่าของคนไทย สร้างแบรนด์สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ประเพณี ฟอนต์และตัวอักษรสีขาวสื่อถึงความเรียบง่าย เจตีย์สามองค์สื่อถึงสัญลักษณ์ของจังหวัด พระนครศรีอยุธยา รูปการ์ตูนผู้หญิงใส่ชุดไทยสื่อถึงสตรีชาวบางปะหัน

๑.๒ การสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ช่วยทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ ลูกค้ำหรือผู้บริโภคจดจำได้ง่าย ได้แก่ “ตราสัญลักษณ์” หรือ “โลโก้ผลิตภัณฑ์ชุมชน” มี ๒ ตราสัญลักษณ์ ได้แก่ (๑) น้ำปลาหวานออเจ้า ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ รูปการ์ตูนผู้หญิงใส่ชุดไทย บุคลิกคล้ายกันกับแม่กระเกต นางเอกในละครที่ชอบทำอาหาร มีคำอธิบายบ่งชี้ให้เห็นว่าเป็นสินค้าน้ำปลาหวาน และระบุรสชาติต่าง ๆ เช่น น้ำปลาหวานออเจ้า (กะปิ กุ้งแห้ง ปลาป่น) (๒) หมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ รูปการ์ตูนผู้หญิงชารากับเส้นหมี่กรอบพร้อมตัวอักษรบ่งชี้ข้อมูลและรายละเอียด ซึ่งหญิงชราในรูปภาพนั้น คือ คุณแม่บุญชู อินชูรัฐ เจ้าของสูตรลับหมี่กรอบโบราณ

๑.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำการต่อยอดพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ น้ำปลาหวานออเจ้า และหมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค (๑) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เพิ่มรูปแบบให้มีความหลากหลาย เปลี่ยนกระปุกน้ำปลาหวานแบบพลาสติกธรรมดาเป็นแบบกระปุก PET เปลี่ยนหมี่กรอบใส่กล่องให้เป็นแบบซองขนาดเล็กบรรจุไนโตรเจนรักษาคุณภาพและถนอมอาหาร (๒) วัตถุดิบ (Ingredient) สนับสนุนจัดหาวัตถุดิบเพื่อให้วัตถุดิบแห้ง ไม่เกิดเชื้อรา ทำให้เก็บได้นานขึ้นและลดต้นทุนการผลิต (๓) สุขอนามัย (Hygiene) เปลี่ยนภาชนะสำหรับใส่วัตถุดิบทั้งหมดเป็นแบบภาชนะสเตนเลส ๓๑๖ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีและสารตกค้างจากภาชนะ (๔) การผลิต (Production) กั้นห้องแบ่งโซนการผลิตให้เหมาะสม และจดคำนวณสูตรที่แม่นยำ เพื่อป้องกันความคาดเคลื่อนของรสชาติ ไม่ให้รสชาติเปลี่ยนหรือรสชาติไม่เหมือนเดิม

๒. การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ เป็นการนำเอาเอกลักษณ์และความเป็นตัวตนในพื้นที่ เช่น วัฒนธรรม ประเพณี สังคม เศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การดำรงชีพ องค์กรความรู้ด้านภูมิปัญญา ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้าน ก่อเกิดอาชีพและสร้างรายได้ ได้แก่

๒.๑ วัตถุดิบที่ยังไม่แปรรูป ได้แก่ ข้า ตะไคร้ มะกรูด มะขามเปียก มะม่วงดิบรสเปรี้ยวทุกชนิด พริกสด พริกแห้ง ปลาแห้ง ปลาป่น กุ้งแห้ง ฯลฯ

๒.๒ วัตถุดิบแปรรูป ได้แก่ ไชร์จากข้าว ไชร์จากหญ้าหวาน เป็นวัตถุดิบที่ได้รับการแปรรูปจากการเพาะปลูกในพื้นที่อำเภอบางปะหัน

๓. การส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ เพิ่มช่องทางการทำการตลาดและการขายที่มีความหลากหลายและมีความทันสมัย มีความรวดเร็วและตอบโจทย์การบริโภคในยุคดิจิทัล

๓.๑ การตลาดแบบออฟไลน์ เป็นการตลาดแบบเดิม คือ เปิดหน้าร้านขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะต้องเดินมาซื้อที่ร้าน อาศัยพื้นที่ตั้งร้านและเครือข่ายจัดกิจกรรมและงานโชว์สินค้า

๓.๒ การตลาดแบบออนไลน์ ทำการไลฟ์สด ทำคอนเทนต์ นำเสนอคลิปวีดีโอและภาพนิ่งเสนอแบรนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์ เขียนข้อความและแคปชั่น (Caption) ดึงดูดใจคนดู ผ่านสื่อโซเชียลตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ นำส่งสินค้าเป็นพัสดุผ่านบริษัทขนส่ง

๓.๓ การบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) ส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าและผู้บริโภคฟรี ที่อยู่ใกล้เคียงกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในบริเวณรัศมี ๑-๒ กิโลเมตร

๓.๔ การฝากวางสินค้าจำหน่าย (Consignment) วางเงินค้ำมัดจำการวางสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า เช่น ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าชุมชน มินิมาร์ท และร้านค้าที่เป็นเครือข่าย

๕.๒ อภิปรายผล

จากการผลการวิจัยเรื่อง “การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์” โดยการขับเคลื่อนกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ฟื้นฟูสภาพจิตใจและร่วมกันต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจากการศึกษาบริบทเชิงพื้นที่และสร้างการมีส่วนร่วมและทำงานร่วมกันตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กำหนดไว้ จึงสรุปการอภิปรายผลในรายละเอียด ดังนี้

๑. ผลการส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า (๑) ผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังจากสถานการณ์วิกฤติโรคระบาดโควิด ๑๙ ได้แก่ ขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ สมาชิกภายในกลุ่มแยกย้ายกันไปประกอบอาชีพอื่น ผู้ประกอบการแบกรับค่าใช้จ่ายและรับสภาพขาดทุนไม่ไหว เกิดภาวะเครียดสะสม สุขภาพจิตใจบอบช้ำส่งผลให้สภาพจิตใจแย่ และหยุดการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชั่วคราว (๒) การสะท้อนความคิดและปรึกษาหารือระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อฟื้นฟูกำลังใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้นำเอาเทคนิค AIC สะท้อนคิดและแสดงความคิดเห็น ขั้นตอนการสร้างความรู้ (Appreciation : A) ได้แก่ หาเงินทุนสนับสนุนเพื่อเป็นกองทุนผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ รวบรวมสมาชิกเดิมให้กลับมารวมกลุ่ม เร่งสร้างภาคีเครือข่าย เพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น ขึ้นสร้างแนวทางการพัฒนา (Influence : I) ได้แก่ ฟื้นฟูสภาพจิตใจสมาชิก สร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน ปรับเปลี่ยนขนาดของผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ (๓) ขั้นตอนการสร้างแนวทางปฏิบัติ (Contral : C) ได้แก่ การแบ่งความรับผิดชอบ และการตกลงใจในรายละเอียดของการทำงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เทคนิคการเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map) เขียนวาดภาพแนวทางที่จะนำสู่การฟื้นฟูการพัฒนาที่ดีขึ้น วางขั้นตอนการหาสมาชิก การสร้างภาคีเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง การวางแผนการหางบประมาณสนับสนุนและวัตถุประสงค์ และการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ การใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบไปด้วย จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ มีความมุ่งมั่นต้องการฟื้นฟูต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน มีความพร้อมเพรียงกันและความสามัคคี การมีวิสัยทัศน์และมุมมองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดีของประธานกลุ่ม และการมีความเข้มแข็งและความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย จุดอ่อน (Weakness)

ได้แก่ จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มไม่คงที่ การมีงบประมาณเงินทุนเพื่อการฟื้นฟูมีจำนวนจำกัด ขาดบุคลากรหรือที่ปรึกษาด้านอาหารและโภชนาการ และโรงเรียนไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา (อย.) โอกาส (Opportunity) ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันกับเครือข่าย การทำการตลาดออนไลน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มวัยรุ่นใหม่ และการบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ (Delivery) อุปสรรค (Threat) ได้แก่ สภาพจิตใจที่มีความหวาดระแวง ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการประกาศของรัฐบาล การได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) และเงินทุนสำรองมีน้อย ดำเนินกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปลูกขวัญกำลังใจ ด้วยกิจกรรมชื่อว่า “อีด อีด ลู” การปลุกกำลังใจ “พลังลู” หมั่นให้กำลังใจตัวเอง บอกตัวเองว่าฉันทำได้ การปลุกกำลังใจ “พลังอีด” ฉันมีสิ่งล้ำค่าที่เป็นกำลังใจ การสนับสนุนและกำลังใจจากคนในครอบครัว การปลุกกำลังใจ “พลังลู” หาทางออกใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาปรับเปลี่ยนวิธีการคิดใหม่และวางเป้าหมายใหม่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ของ สุวพัชร วุฒิสาน^๑ ที่ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าด้านช่องทางการขายสามารถขายได้ทุกที่ และสร้างผู้ติดตามในตราสินค้า ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสนับสนุนการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชรี ฤงแก้ว และคณะ^๒ ที่ได้ศึกษาและพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษาบนฐานวิถีชีวิตใหม่ พบว่า ภาวะหมดไฟในการทำงาน เกิดจากสาเหตุการตอบสนองต่อความเครียด ความอ่อนล้าทางอารมณ์ มีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะโรคซึมเศร้า ใช้รูปแบบการฝึกอบรมกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจ “อีด อีด ลู” แก้ไขปัญหาควบคุมอารมณ์ การมีอารมณ์ขัน จะเอาชนะอุปสรรคในชีวิต ส่งผลช่วยให้มีพลังสุขภาพจิตที่เพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ แฮร์รี่ โอรุกบา โอพฮาร์เฮ (Harry ORUGBA Ovharhe)^๓ ที่ได้ศึกษาเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน: การประกอบการเพื่อการบำบัดและภาวะสุขภาพจิต พบว่า การที่ได้รับการบำบัดและฟื้นฟูภาวะสุขภาพจิต จะช่วยให้ฟื้นฟูสุขภาพจิตของผู้ประกอบการได้อย่างมาก ฝึกฝนใจให้รับมือได้ทุกอุปสรรค มองหาตัวช่วยหรือนักให้คำปรึกษา เพื่อช่วยกระตุ้นความคิด อารมณ์ความรู้สึก และมุมมองที่ตนเองอาจมองไม่เห็น ซึ่งจะสามารถช่วยเยียวยาและบำบัดฟื้นฟูจิตใจผู้ประกอบการได้

๒. ผลการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ พบว่า (๑) การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สื่อถึงบริบทและสัญลักษณ์

^๑ สุวพัชร วุฒิสาน, “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, รายงานการวิจัย (มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร), ๒๕๖๖, หน้า ๑๒๒-๑๒๓.

^๒ พัชรี ฤงแก้ว (และคณะ), “การศึกษาและพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษาบนฐานวิถีชีวิตใหม่”, รายงานการวิจัย (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา), ๒๕๖๓, หน้า ๙๓-๙๗.

^๓ Harry ORUGBA Ovharhe, “Sustainable Development Goals: Therapeutic Entrepreneurship and Mental Health Conditions”, Research Progress Report (University of Port Harcourt Teaching Hospital), 2023, pp. 81-83.

เชิงพื้นที่ การสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเอกลักษณ์ท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณและได้มาตรฐาน มีรสชาติคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงรสชาติดั้งเดิม (๒) การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ บ่งบอกตัวตนด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาที่ก่อเกิดอาชีพ และสร้างรายได้ ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ที่ยังไม่แปรรูป ได้แก่ ข้า ตะไคร้ ปลาแห้ง ปลาป่น กุ้งแห้ง ฯลฯ วัตถุประสงค์แปรรูป ได้แก่ ไชร์ปจากข้าว ไชร์ปจากหญ้าหวาน (๓) การส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ เพิ่มช่องทางการตลาดและการขายที่มีความหลากหลายและมีความทันสมัย เช่น การตลาดแบบออฟไลน์ การตลาดแบบออนไลน์ การบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ และการฝากวางสินค้าจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อและร้านค้าทั่วไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชนาด ทับครุฑ และคณะ^๔ ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ พบว่า กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ร่วมทุนกับเพื่อน ใช้เงินทุนส่วนตัว และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐต้องการให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิดา แฉ่งประจักษ์^๕ ที่ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม : กรณีศึกษากลุ่มซอสพริกป่าพู่ ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มมีศักยภาพด้านคุณภาพสินค้าและแกนนำมีความสามารถ แต่มีปัญหาด้านต้นทุน การตลาด การเปลี่ยนแปลงในชุมชน สมาชิกมีส่วนร่วมไม่ครบทุกขั้นตอน ขาดองค์ความรู้และขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางให้คำปรึกษา

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

๑. ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นสตรีสูงอายุก่อนข้างเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีและสื่อโซเชียลคอนข้างช้า ดังนั้น จึงควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อสมัยใหม่และการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์

๒. การขาดหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่สนับสนุนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องหรือให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการและความรู้ด้านอื่น ๆ เช่น การให้กำลังใจ การพบปะเยี่ยมเยียน การไปมาหาสู่ ถามข่าวความก้าวหน้าหรือติดขัดในส่วนไหนที่ต้องการช่วยเหลือ ซึ่งอาจจะไม่ใช่เรื่องงบประมาณ แต่เป็นการช่วยเหลือที่นำมาใช้ประกอบการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน ดังนั้น จึงควรมีหน่วยงานภาครัฐที่แสดงความจริงใจและคอยเคียงข้างกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คอยประคับประคองจนกว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมีความเข้มแข็งและสามารถช่วยเหลือตัวเองและมีความยั่งยืน

^๔ นุชนาด ทับครุฑ (และคณะ), “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ”, รายงานการวิจัย (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย), ๒๕๖๓, หน้า ๖๑-๖๒.

^๕ สุทธิดา แฉ่งประจักษ์, “กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม: กรณีศึกษากลุ่มซอสพริกป่าพู่ ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี”, รายงานการวิจัย (มหาวิทยาลัยบูรพา), ๒๕๕๘, หน้า ๘๓-๘๘.

๓. การปรับเปลี่ยนทัศนคติของสมาชิกกลุ่มบางท่าน ที่มีความคิดว่าสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในปัจจุบันนี้ก็ขายได้อยู่แล้วและก็ขายได้ดี ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนสูตรหรือเพิ่มเติมจำนวนบรรจุภัณฑ์ให้มีความยุ่งยาก ทำให้สิ้นเปลือง ต้นทุนสูงขึ้น ดังนั้น จึงควรมีการขอความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่ออบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการต่อยอดผลิตภัณฑ์และการขยายกลุ่มลูกค้า กลุ่มใหม่ ๆ และชี้ให้เห็นว่าจะได้รับผลตอบแทนและการทำการตลาดอย่างไร เพื่อให้สมาชิกกลุ่มหลาย ๆ ได้เข้าใจตรงกัน

๔. การบริการหลังการขายยังไม่ครอบคลุมทั้งหมด มีสินค้าที่ได้รับความเสียหายจากการส่งพัสดุ ซึ่งทางกลุ่มได้มีการเคลมสินค้าและส่งสินค้าทดแทนให้กับลูกค้า ทำให้มีต้นทุนสูงขึ้น นอกจากนั้นตัวแทนที่นำสินค้าและผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกภายในกลุ่ม เมื่อสินค้าและผลิตภัณฑ์มีปัญหาจากการส่งพัสดุก็น่าจะแก้ไขปัญหามาไม่ได้ เพราะทำให้ขาดทุนและไม่กล้าที่จะแบกรับหนี้ล่วงหน้า ดังนั้น จึงควรมีการอบรมให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ด้านการขนส่ง เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกภายในกลุ่มได้รู้จักกระบวนการการจัดหีบห่อและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการขนส่ง ป้องกันความเสียหายและการต้องรับภาระการเคลมความเสียหายสินค้าระหว่างขนส่ง

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยใช้เทคนิคการถอดแบบวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นพัฒนาเป็นแบรนด์สินค้าชุมชน

๒. ควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำการเก็บรวบรวมประเด็นหรือปัจจัยที่ส่งผลให้การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

๓. ควรศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยทำการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

๔. ควรศึกษาขีดความสามารถและศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเก็บข้อมูลจากขีดความสามารถและเทคโนโลยีที่ใช้ทำการผลิต เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ ฯลฯ และขีดความสามารถทักษะฝีมือของผู้ประกอบการและสมาชิกภายในกลุ่ม

บรรณานุกรม

๑. ภาษาบาลี - ไทย:

๑.๑ ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาวิทยาลัยมหจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

๑.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ

๑.๒.๑ หนังสือ

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. **มาตรฐานการส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตสำหรับโรงพยาบาลชุมชน**. นนทบุรี: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, ๒๕๕๘. หน้า ๑.

ธงชัย ณะสิงห์. **ภูมิศาสตร์และการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๙. หน้า ๑. วิรุณ ตั้งเจริญ. **ศิลปกรรม**. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ, ๒๕๓๒. หน้า ๑๙๑.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. **การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก**. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์, ๒๕๖๖. หน้า ๓๔.

เสาวลักษณ์ สุวรรณโมตรี. **คู่มือการให้การปรึกษาเพื่อเสริมสร้างพลังสุขภาพจิต**. นนทบุรี: ป๊ายอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๕๒, หน้า ๕.

โสฬวรรณ อินทสิทธิ์ (และคณะ). **เปลี่ยนร้ายกลายเป็นดี พลังสุขภาพจิต RQ: Resilience Quotient ศักยภาพทางอารมณ์และจิตใจจะช่วยพาคุณก้าวผ่านภาวะวิกฤตและความไม่แน่นอนของชีวิตได้อย่างสง่างาม**. พิมพ์ครั้งที่ ๔. นนทบุรี: บริษัท ป๊ายอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๖๓, หน้า ๓๓-๓๔.

๑.๒.๒ บทความ

กนกภรณ์ ทองคุ้ม และคณะ. “พลังสุขภาพจิตในผู้สูงอายุ แนวคิดและแนวทางการเสริมสร้างพลังจิต”, **วารสารคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**. ปีที่ ๒๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๔): หน้า ๑๑๓.

เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. “ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ต่อดัชนีชี้วัดระดับสันติภาพของสังคมไทย”, **วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา**. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๕): หน้า ๗๔-๗๕.

จรรยา อัครเพชรกุล และคณะ. “การเสริมสร้างพลังทางบวกของนักเรียนวัยรุ่น โดยการให้การปรึกษากลุ่มบูรณาการ”, **วารสารพยาบาลทหารบก**. ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๘): หน้า ๘๑.

จิตตรา มาคะผล. “แนวทางการส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ในประเทศไทย”, **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑๒ (มิถุนายน ๒๕๕๖ - มีนาคม ๒๕๕๗): ๒๐๑-๒๐๒.

ชุมภูนิช หุ่นนาค และคณะ. “แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์สาธิตการเกษตร ร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี”, **วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน**. ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๓): หน้า ๒๖.

- ณัฐพล พูลวิเชียร. “อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน”, **วารสารวิชาการสาธารณสุข**. ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๖): หน้า ๑๕๙-๑๖๐.
- ดวงกมล ปิ่นเฉลียว. “การสร้างเสริมสุขภาพจิตด้วยความคิดบวก”, **วารสารพยาบาลตำรวจ**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๙): หน้า ๒๒๘-๒๒๙.
- ทักษิญา สง่าโยธิน. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน”, **วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์**. ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๐): หน้า ๒๒-๒๓.
- นันทนิษฐ์ สมคิด. “แนวทางการพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่จังหวัดจันทบุรี”, **วารสารมหาจุฬาริชาการ**. ปีที่ ๖ ฉบับพิเศษ, (พฤษภาคม ๒๕๖๒): หน้า ๓๒๑.
- นิจวรรณ เกิดเจริญ และคณะ. “พลังสุขภาพจิต ผลกระทบต่อจิตใจ และปัจจัยจากโรคโควิด ๑๙ ที่มีผลต่อสุขภาพจิตของนักศึกษาแพทย์ ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด ๑๙”, **วารสารเวชศาสตร์และวารสารเวชศาสตร์เขตเมือง**. ปีที่ ๖๕ ฉบับเพิ่มเติม (พฤศจิกายน ๒๕๖๔): หน้า ๑๐๓.
- ปัญจนาน วรวิวัฒน์ชัย. “การคิดเชิงบวก”, **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา**. ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๕): หน้า ๒๑๗-๒๑๘.
- ปัญจนาน วรวิวัฒน์ชัย. “การคิดเชิงบวก”, **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา**. ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๕): หน้า ๒๑๔-๒๑๕.
- พระครูอุทัยธรรมานุกูล. “พลังคิดบวกในการบริหารงานตามแนวพุทธบูรณาการ”, **วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒, (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๐): หน้า ๙๑.
- พระมหาประกอบ กิตติญาณ. “การพัฒนาสังคมในทัศนะพุทธปรัชญาเถรวาท”, **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาราชวิทยาลัย**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๔): หน้า ๔๓.
- พัฒนกมล อ่อนสำลี. “การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙”, **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**. ปีที่ ๒๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔): หน้า ๑๙๗.
- พิทักษ์ สุพรรณโณภาพ. “การคิดเชิงบวก : ตัวแปรในการพัฒนาชีวิต”, **Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๑): หน้า ๑๙๖๘-๑๙๖๙.
- รัชดา ภัคดียิ่ง. “การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น”, **Journal of Buddhist Education and Research**. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๓): หน้า ๑๘๑-๑๘๓.
- รัตติยา เหนืออำนาจ. “การพัฒนาความรู้และองค์ประกอบชุมชนสร้างสรรค์ “Smart Community” ของชุมชนในสังคมไทย”, **วารสารศิลปะการจัดการ**. ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๔): หน้า ๕๖๖.
- เลิศ อานนันทนะ. “สอนอย่างไรให้มีความคิดสร้างสรรค์”, **แม่และเด็ก**. (มีนาคม ๒๕๓๐): หน้า ๔๒-๔๓
- วรรณิณี เจริญวงศ์. “พลังบวก กับ การออกกำลังกายและกีฬา”, **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔): หน้า ๑๕๑.

วิทยา ทองดี และคณะ. “รูปแบบการพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการทางเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม สุขภาวะ ศิลปะ และการออกแบบเมืองขอนแก่น”, **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔): หน้า ๒๗๐.

ศรีประไพ อินทร์ชัยเทพ และคณะ. “การพัฒนาตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสุขภาพจิต สำหรับประชาชนทั่วไป”, **วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุดรดิตถ์**. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑): หน้า ๙๙.

อรรถเจษฎ์ สุขสาสนี. “ความคิดสร้างสรรค์”, **วารสารไปรษณีย์โทรเลข**. (พฤษภาคม ๒๕๓๐): หน้า ๑๕-๑๗.

อริยา ดีประเสริฐ. “การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพลังสุขภาพจิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยในเครือข่ายมหาวิทยาลัยส่งเสริมสุขภาพ ในสถานการณ์โควิด ๑๙”, **วารสารวิชาการสาธารณสุข**. ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๒ (มีนาคม-เมษายน ๒๕๖๖): หน้า ๓๕๒.

อัมเรศ เนตาสีห์ และคณะ. “การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพลังสุขภาพจิต (RQ) สำหรับชุมชนที่ถูก น้ำท่วม: กรณีศึกษาตำบลห้วยพะ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดลำปาง”, **วารสารครุศาสตร์**. ปีที่ ๔๔ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๕๙): หน้า ๒๔๒-๒๔๓.

อิสรี แพทย์เจริญ และคณะ. “ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน”, **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**. ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๕): หน้า ๘๖.

๑.๒.๓ รายงานการวิจัย

กานดา พุทธิรักษา. **ผลการใช้แบบฝึกการเขียนแบบสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๓ โรงเรียนพนัสศึกษาลัย อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี**. รายงานการวิจัย สำนักพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม เขตการศึกษา ๑๒, ๒๕๔๐.

นุชนาด ทับครุฑ (และคณะ). **การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ**. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. ๒๕๖๓.

พัชรี ฤกษ์แก้ว (และคณะ). **การศึกษาและพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษาบนฐานวิถีชีวิตใหม่**. รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา, ๒๕๖๓.

สุธิดา แจ่มประจักษ์. **กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม: กรณีศึกษากลุ่มขอสหกริปป่าทุ ตำบลบางพระ อำเภอนครราชสีมา จังหวัดชลบุรี**. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๘.

สุวพัชร วุฒิเสน. **การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๖๖.

๑.๒.๔ เอกสารอัดสำเนา

เว็บไซต์

โณธิตา หวานชื่น (และคณะ). “ผลกระทบโควิด 19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการค้าขายในตลาด เก็นตั้ง บริเวณพื้นที่ชายแดน ตำบลสุโขทัย-โก-ลก อำเภอสุโขทัย-โก-ลก จังหวัดนครราชสีมา”. <<https://shorturl.asia/Xdwct>>, ตุลาคม ๒๕๖๗.

ราชกิจจานุเบกษา. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘. <https://www.moac.go.th/law_agri-files-391991791824>, ตุลาคม ๒๕๖๗.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. “ความหมายของการพัฒนา คำที่มีความหมายใกล้เคียง และแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนา”. <<https://shorturl.asia/9NyGd>>, ตุลาคม ๒๕๖๗.

๒. ภาษาอังกฤษ

๒.๑ PRIMARY SOURCES:

Mahachulalongkornrajavidyalaya. **Thai Tipitakas**. Bangkok: Mahachulalongkornrajavidyalaya Press, B.E. 2539.

๒.๒ SECONDARY SOURCES:

๒.๒.๑ Books

Christian Dalton-Locke (et al), **The Effectiveness of Mental Health Rehabilitation Services: A Systematic Review and Narrative Synthesis**. Research Progress Report University College London, 2021.

Guilford,J.P., **Personality**. New York: McGraw-Hill, 1959.

๒.๒.๒ Report of the Research

Harry ORUGBA Ovharhe, **Sustainable Development Goals: Therapeutic Entrepreneurship and Mental Health Conditions**. Research Progress Report University of Port Harcourt Teaching Hospital, 2023.

Torrance, Paul, E. **Education and The Creative Potential**. Minneapolis: The University of Minnesota Press, 1963.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือรับรองการวิจัยในมนุษย์



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๗๖๕/๒๕๖๘

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของ ข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัย ตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับ การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Developing the Potential of Community Enterprises to Drive Creativity to Create a Sustainable economy, Society and Community)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800768017

สถาบันที่สังกัด: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ผู้วิจัยหลัก: พระคมสัน เจริญวงศ์, ผศ.ดร. และคณะ

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

- | | |
|---|----------------------------------|
| ๑. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ |
| ๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ |
| ๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ |
| ๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล | ฉบับที่ วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๘ |

(พระปัญญาวัชรบัณฑิต, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑๖ พฤษภาคม ๒๕๖๘

หมายเลขใบรับรอง: ว.๗๖๕/๒๕๖๘

วันที่ให้การรับรอง: ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๖๘

วันหมดอายุใบรับรอง: ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๖๙



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอบางน้อย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๗๖๕

๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๘

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เรียน พระคมสัน เจริญวงศ์, ผศ.ดร. / นักวิจัย คณะสังคมศาสตร์

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำการวิจัย
ในเรื่อง “การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์” คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาเครื่องมือการวิจัยของท่าน โดยให้มีการแก้ไขปรับปรุง/เพิ่มเติมเอกสาร ตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อทราบและดำเนินการต่อไป.

เรียนมาด้วยความนับถือ

(พระปัญญาวชิรบัณฑิต, รศ.ดร.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม/แบบสอบถามสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาธนาคารเมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้านและความมั่นคงทางอาหาร

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นภายใต้กรอบคิดในการวิจัย และมีบางคำถามที่ไม่ตรงกับ ความรู้ความสามารถของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนั้น ถ้าข้อคำถามใดไม่ตรงกับท่านหรือไม่สามารถให้คำตอบได้ กรุณาข้ามไปตอบข้อต่อไป

แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น ๔ ตอน ดังนี้

- ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์
- ตอนที่ ๒ ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบจากการปลูกพืชที่มีการตัดแปลงพันธุกรรม
- ตอนที่ ๓ ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการเก็บรวบรวมและการอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้าน
- ตอนที่ ๔ ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งธนาคารอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้านและความมั่นคงทางอาหารระดับชุมชน

ขอขอบพระคุณในความกรุณาที่ท่านได้สละเวลาในการให้สัมภาษณ์และตอบคำถามเพื่อเป็นการประกอบการวิจัยและคำตอบของท่านจะถือว่าเป็นความลับและไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด ดังนั้น ใคร่ขอความกรุณาให้ท่านตอบตามความเป็นจริง คณะผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในการวิจัยมา ณ โอกาสนี้

พระคมสัน เจริญวงศ์, ผศ. และคณะ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง การพัฒนาธนาคารเมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้านและความมั่นคงทางอาหาร

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

วัน/เดือน/ปี ที่ให้สัมภาษณ์..... เวลา..... น.

ชื่อ.....นามสกุล.....

อายุ.....ปี ตำแหน่ง.....

หมู่ที่.....บ้าน.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ตอนที่ ๒ ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบจากการปลูกพืชที่มีการตัดแปลงพันธุกรรม

คำชี้แจง : ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการที่ชาวบ้านนำเมล็ดพันธุ์ที่มีการตัดแปลงพันธุกรรมมาใช้เพาะปลูกเพื่อการเกษตรกรรมภายในชุมชนมากขึ้น ดังข้อต่อไปนี้ อธิบาย

๑. การเก็บเมล็ดพันธุ์พืชและการเพาะปลูกพืชที่เป็นพืชประจำถิ่นมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง เกิดจากสาเหตุใดบ้าง

.....

.....

๒. การที่ตัดสินใจเลือกเพาะปลูกเมล็ดพันธุ์ที่มีการตัดแปลงพันธุกรรม มีสาเหตุมาจากอะไรบ้าง

.....

.....

๓. เมล็ดพันธุ์ที่มีการตัดแปลงพันธุกรรมที่นิยมเลือกนำมาใช้เพาะปลูก มีเมล็ดพันธุ์พืชชนิดใดบ้าง

.....

.....

๔. ปัญหาและผลกระทบที่ได้รับและส่งผลกระทบต่อเกษตรกร จากการเพาะปลูกพืชที่มาจากเมล็ดพันธุ์ที่มีการตัดแปลงพันธุกรรม มีอะไรบ้าง

.....

.....

ตอนที่ ๓ ข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการเก็บรวบรวมและการอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้าน

คำชี้แจง : ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการเก็บรวบรวมและการอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้าน ดังข้อต่อไปนี้ อธิบาย

๑. การตื่นตัวและการรับรู้เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน มีการตอบรับอย่างไรบ้าง

.....

.....

๒. การให้ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีการส่งเสริมและผลักดันระดับชุมชนด้วยกิจกรรมรูปแบบใดบ้าง

.....

.....

๓. การได้รับองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดเก็บเมล็ดพันธุ์จากการบรรยายของวิทยากรและผู้เชี่ยวชาญด้านการเกษตร มีวิธีการจัดเก็บเมล็ดพันธุ์ด้วยวิธีการและรูปแบบใดบ้าง

.....

.....

๔. การตระหนักถึงประโยชน์ของพืชประจำถิ่นและการผลักดันนโยบายส่งเสริมและอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์ระดับชุมชน เพื่อความยั่งยืนและความมั่นคงทางอาหาร มีกระบวนการและวิธีการอย่างไร

.....

.....

ตอนที่ ๔ ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตั้งธนาคารอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้านและความมั่นคงทางอาหารระดับชุมชน

คำชี้แจง : ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการจัดตั้งธนาคารอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้านและความมั่นคงทางอาหารระดับชุมชน ดังข้อต่อไปนี้ อธิบาย

๑. การกำหนดระเบียบ กฎ และข้อบังคับ ของธนาคารอนุรักษ์เมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้าน มีกระบวนการและขั้นตอนอย่างไร

.....

.....

๒. การรวบรวมเมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้านที่ไม่ได้ตัดแปลงพันธุกรรมซึ่งเป็นพืชประจำถิ่น มีวิธีการและรูปแบบการเก็บรวบรวมเพื่อให้ได้เมล็ดพันธุ์สะสมเป็นกองทุนเริ่มต้นด้วยวิธีการอย่างไร

.....

.....

๓. การจัดการเมล็ดพันธุ์พืชของธนาคารฯ ที่เหลือจากการกู้ยืมของชาวบ้าน มีวิธีการอย่างไร

.....

.....

๔. การจัดเก็บข้อมูลเมล็ดพันธุ์พืชพื้นบ้าน มีกระบวนการจัดเก็บข้อมูลอย่างไร

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความกรุณาสละเวลาอันมีค่า
ในการตอบแบบสัมภาษณ์เพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัย

ภาคผนวก ค
ภาพประกอบ



การประชุมปรึกษาหารือระดมความคิดเห็นร่วมกันของคณะผู้วิจัย กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และภาคีเครือข่าย ในการขับเคลื่อนโครงการวิจัยในครั้งนี้



สินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำปลาทหวานอเจ้า/หมี่กรอบบ้านศิริแม่บุญชู



การใช้สื่อสาธารณะนำเสนอและโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
 เพื่อให้กลุ่มลูกค้าและผู้บริโภคได้รู้จักแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น



การไลฟ์สดออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน
โดยนิสิตคณะสังคมศาสตร์ มจร และผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน



การเปิดบูธจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนนอกพื้นที่
ในงานเทศกาล งานประจำปี งานแสดงโชว์สินค้าดีของชุมชน



ภาคีเครือข่ายความร่วมมือในการขับเคลื่อนการวิจัยในครั้งนี้
เพื่อต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน



สร้างการรับรู้และการเอื้อเฟื้อช่วยเหลือน้องสังคม นำสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนช่วยเหลือบริการสังคมฟรี



อบรมฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ประกอบการและสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
พร้อมทั้งแนวทางการฟื้นฟูการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจับมือปฏิบัติลงมือทำ



เพิ่มช่องทางการตลาดและเจาะกลุ่มลูกค้าวัยใส กลุ่มวัยรุ่น
และกลุ่มตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศใกล้เคียง เช่น ลาว พม่า กัมพูชา



การทดลองและการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการช่วยเหลือจากภาคี
 เครือข่ายและนิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ทำให้ช่วยฟื้นฟูสภาพจิตใจของสมาชิก
 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเกิดการร่วมมือกัน ทำงานร่วมกันแบบมีส่วนร่วม



การมีส่วนร่วมและการออกแบบผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีการต่อยอดและพัฒนาร่วมกันระหว่าง
 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคณาจารย์ นิสิตคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภาคผนวก ง ประวัตินักวิจัย

ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

| | |
|--------------|---|
| ชื่อ-นามสกุล | พระคมสัน เจริญวงศ์, ผศ. |
| การศึกษา | พธ.บ. (เศรษฐศาสตร์), ศม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) |
| ตำแหน่ง | อาจารย์ประจำภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| ที่อยู่ | ๗๙ หมู่ ๑ หลักกิโลเมตรที่ ๕๕ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐ |
| E-mail | komsan.jal@mcu.ac.th |

ผลงานวิจัย

๑. เตาเผาศพอัจฉริยะเชิงพุทธวิถีสำหรับชุมชนเมือง, สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.), (๒๕๖๗).
๒. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์วิถีพุทธเพื่อเพิ่มมูลค่าวัสดุเหลือใช้ในชุมชน, กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทสว.), (๒๕๖๖).
๓. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนวิถีพุทธ, กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทสว.), (๒๕๖๖).
๔. การพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพุทธศาสนาจังหวัดกระบี่และจังหวัดระนอง, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), (๒๕๖๕).
๕. การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเชิงรุกเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะเชิงพุทธของหน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล (อปต.) ในภาคกลางและภาคใต้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), (๒๕๖๔).
๖. รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะเชิงพุทธของหน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล (อปต.) ในภาคใต้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), (๒๕๖๓).

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ-นามสกุล พระครูสังฆวิริยกิจ, รศ.ดร.
การศึกษา พธ.บ. (การสอนสังคมศึกษา)
 ศศ.ม. (ประวัติศาสตร์เอเชีย)
 พธ.ด. (พระพุทธศาสนา)
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ที่อยู่ ๗๙ หมู่ ๑ หลังกิโลเมตรที่ ๕๕ ตำบลลำไทร อำเภอลำไทร
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
E-mail raphind@yahoo.com

ผลงานวิจัย

๑. การเสริมสร้างสุขภาวะและการเรียนรู้ของสังคมตามแนวพระพุทธศาสนาโดยการมีส่วนร่วมของพระสงฆ์ในเขตภาคกลาง (สสส.), (๒๕๕๗).
๒. การพัฒนาเจตคติและจิตวิญญาณความเป็นครูในวิถีพุทธ (สสส.), (๒๕๖๘).
๓. รูปแบบการประยุกต์ใช้พุทธเศรษฐศาสตร์ในชุมชนต้นแบบในประเทศไทย” [โครงการวิจัยย่อยในแผนงานโครงการเรื่อง “พุทธเศรษฐศาสตร์ในทัศนะของปราชญ์ในประเทศและต่างประเทศ (วช.), (๒๕๖๐).

ประวัตินักวิจัย

ชื่อ-นามสกุล ผศ.ดร.เอนก ไยอินทร์
การศึกษา พธ.บ. (รัฐศาสตร์)
 รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์)
 พธ.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์)
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ที่อยู่ ๗๙ หมู่ ๑ หลังกิโลเมตรที่ ๕๕ ตำบลลำไทร อำเภอลำไทร
 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
E-mail anek_2524@hotmail.com

ผลงานวิจัย

๑. เตาเผาศพอัจฉริยะเชิงพุทธวิถีสำหรับชุมชนเมือง, สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.), (๒๕๖๗).
๒. ยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายการจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนวิถีพุทธ, กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกว.), (๒๕๖๖).
๓. รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะเชิงพุทธของหน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล (อปต.) ในภาคใต้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), (๒๕๖๓)