

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

โครงการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มด้านอาหาร ข้าวหอมมะลิ โดยการจัดการตนเอง องค์การบริหารส่วนตำบลศรีณรงค์ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันด้านอาหาร-ข้าวหอมมะลิ ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลศรีณรงค์ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์กระบวนการการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มด้านอาหาร-ข้าวหอมมะลิ ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลศรีณรงค์ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ และเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มด้านอาหาร-ข้าวหอมมะลิ ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลศรีณรงค์ อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ จากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 ความหมาย แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม
- 2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่าและห่วงโซ่อุปทาน
- 2.3 ความหมาย แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตนเองของชุมชน
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 ประเด็นที่กำลังดำเนินการ

2.1 ความหมาย แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม

2.1.1. แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งมีอีกสิ่งหนึ่งที่เมื่อก่อนอาจเล่นบทเป็นแค่ตัวประกอบเท่านั้น แต่ปัจจุบันก้าวขึ้นมามีความสำคัญไม่แพ้กันเลยทีเดียวที่จะมีส่วนช่วยทั้งดี ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ เข้ามา รวมถึงรักษาผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ไปนานๆ ก็คือ เรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยในอดีตนั้นหากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คงจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั่นเองที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า อย่างไรก็ตามในปัจจุบันจะพบว่า จริงอยู่ที่บ่อยครั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องสำคัญมาก แต่อีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมาเป็นส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ก็คือ เรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั้นๆ ใน

บางกรณีส่วนของมูลค่าเพิ่มก็จะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้หันมามอง หรือตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลัก ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันเราจะเห็นว่า ไม่ใช่เป็นการขายเพียงตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักอย่างเดียว แต่จะต้องมีส่วนเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย (พูนลาภ ทิพชาติโยธิน, 2553, หน้า 87-88)

ความหมายการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) มีผู้ให้ความหมาย และคำจำกัดความของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ไว้ในหลายๆ ด้าน ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542, หน้า 868) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น

Louis (อ้างถึงใน ดนัย จันทรฉาย, 2547 หน้า 239) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครอง และใช้ประโยชน์ทั้งนี้ในความหมายด้านการตลาด

Nilson (1992) ให้ความหมายว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ

Chematony & Harris (1998) ให้ความหมายว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มที่เป็นการเพิ่ม หรือเสริมสิ่งใหม่ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีความเกี่ยวข้อง และเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

กรมส่งเสริมการเกษตร(www.sceb.doe.go.th) ให้ความหมายว่า การนำผลิตผลทางการเกษตรมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไปเป็นกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ซึ่งอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติให้ต่างไปจากเดิมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งสินค้าเกษตรด้านที่ไม่ใช่อาหารและด้านอาหาร ด้านอาหารจะมีกระบวนการแปรรูป และถนอมอาหารเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้สินค้ามีราคาและมูลค่ามากกว่าที่เคยมี ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ช่วยส่งเสริมให้เกิดอาชีพ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเกษตรลดลง เพราะสินค้าเกษตรมี ลักษณะที่ใหญ่และกินเนื้อที่มาก(Bulky) จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเกษตรเป็นรายการหนึ่งที่สำคัญของต้นทุนการตลาด การแปรรูปก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง เช่น โรงงานน้ำตาล ผลิตภัณฑ์หลักของโรงงานคือ น้ำตาล ตามด้วยผลพลอยได้ ได้แก่ ชานอ้อยสามารถนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิง วัตถุดิบในการผลิตเยื่อกระดาษและไม้

อัด เป็นการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากสินค้าเกษตรไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ อาหารชนิดใหม่ โดยกระบวนการหรือวิธีการ ดังนี้

1. การอบ หรือ ตากแห้ง เป็นกรรมวิธีในการถนอมอาหารชนิดหนึ่ง ซึ่งทำให้ สามารถเก็บอาหารไว้ได้นานขึ้น เช่น กุ้งแห้ง ลำไยอบแห้ง
2. การเผา คั่ว หรือทอด ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภค เช่น น้ำพริก
3. การแช่แข็ง เช่น ข้าวแกงทอดกึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารในลักษณะแช่แข็ง เกิดขึ้นมาจากแนวคิดในการพัฒนาข้าวราดแกง ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการสูง เนื่องจากมีส่วนผสมของสมุนไพรและเครื่องเทศหลายชนิดให้อยู่ในรูปแบบสากล สะดวกต่อการรับประทานและเก็บรักษาได้นาน
4. การทำเค็ม โดยหมักเกลือ อาจนำไปผึ่งแดดหรือไม่ก็ได้ เช่น หัวไชโป้ว ปลาเค็ม
5. การหมัก เช่น ปลาร้า น้ำปลา เต้าเจี้ยว
6. การดอง เช่น ชিংดอง มะม่วงดอง
7. การทำให้แห้งโดยอาศัยธรรมชาติ อาศัยการผึ่งลม เช่น ปลา เนื้อสัตว์ เมล็ดธัญพืช ผลไม้ เช่น ฝรั่ง กัวยาว ผัก เป็นวิธีการต้องอาศัยแสงแดดเพียงพอ ต้นทุนต่ำแต่อาจทำให้อาหารแห้งไม่ต่อเนื่องเป็นผลทำให้อาหารเน่าเสียระหว่างการรอดตากแดดครั้งต่อไป
8. การฉายรังสีอาหาร เป็นการนำอาหารไปรับรังสีจากต้นกำเนิดรังสี ในปริมาณที่เหมาะสม รังสีที่ใช้ฉายอาหารได้แก่ รังสีแกมมา รังสีเอกซ์ และรังสีอิเล็กตรอน รังสีดังกล่าวเป็นพลังงานชนิดหนึ่ง มีลักษณะเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า มีความยาวคลื่นสั้น มีอำนาจทะลุทะลวงผ่านวัตถุได้สูง สามารถใช้ทำลายจุลินทรีย์ พยาธิ และแมลงที่ปนเปื้อนมาในอาหารได้ โดยอุณหภูมิของอาหารไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อรังสีผ่านไปในวัตถุใด จะไม่ทำให้วัตถุนั้นเกิดเป็นสารรังสีขึ้น ดังนั้น อาหารที่ผ่านการฉายรังสี จึงไม่มีรังสีตกค้าง และไม่มีการสะสมของรังสีเกิดขึ้น การถนอมอาหารโดยใช้รังสี เช่น ผลิตภัณฑ์แฮมที่ฉายรังสี

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง สิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) โดยมีขั้นตอนการผลิต หรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือก หรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

2.1.2. ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันอย่างรุนแรง และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับปรุงแนวคิด กลยุทธ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547, หน้า 20) ดังต่อไปนี้

1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่มากกว่าคู่แข่ง จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มอาจทำได้ด้วยการเสนอผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ

2 การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด เพราะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ธุรกิจมอบให้

3 การสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.1.3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Adder Creation)

ในตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอึมครึม ซึ่งจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หลัก จะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใดนัก ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนา และยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 45) เครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอด และเติบโต โดยสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือคู่แข่ง ในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ นั่นก็คือ การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 79)การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งคุณค่าทั้ง 4 ด้านนี้เรียกว่าคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 46) ได้แก่

- 1 คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value)
- 2 คุณค่าด้านบริการ (Service Value)
- 3 คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value)
- 4 คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value)

ตามแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้า จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว

1 คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1.1 ประโยชน์หลักเช่น รถยนต์ เป็นพาหนะในการเดินทาง เป็นต้น

1.2 รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย คุณภาพ และสมรรถนะที่เหนือกว่าคู่แข่ง รูปแบบ ความหรูหรา ความทันสมัย ตราสินค้า ความมีชื่อเสียงมายาวนาน และเป็นที่ยอมรับ

2 คุณค่าด้านบริการ (Service Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality) ดังนี้

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้า ต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเพื่อแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญ และความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง และวิจารณ์ญาณ

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าว

2.10 การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (Understand Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3 คุณค่าด้านบุคลากร (Personnel Value) เป็นคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากคุณภาพของพนักงาน ดังนี้

3.1 ความสามารถ (Competence) พนักงานต้องอาศัยความชำนาญ และมีความรู้

3.2 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเอง

3.3 ความเชื่อถือได้ (Credibility) พนักงานของบริษัทต้องมีความน่าเชื่อถือ

3.4 ความไว้วางใจได้ (Reliability) พนักงานต้องทำงานด้านการบริการด้วยความสม่ำเสมอและถูกต้อง สามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า

3.5 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) จะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตามที่ลูกค้าต้องการ

3.6 การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานต้องใช้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

4 คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) เป็นคุณค่าด้านความรู้สึกรักนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

2.1.4. การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างคุณค่า

การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง นั่นคือการดึงดูดด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่มที่มอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขัน เติบโตและอยู่รอดในตลาดได้

1 การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539, หน้า 204) กล่าวถึง การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไว้ดังนี้

1.1 กำหนดโมเดลของลูกค้า (Defining the Customer Value Model) ในขั้นนี้ เริ่มต้นด้วยการที่บริษัทจะระบุปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้า

1.2 กำหนดลำดับขั้นตอนของคุณค่าในสายตาลูกค้า (Building the Customer Value Hierarchy) ในกรณีนี้แต่ละปัจจัยจะแยกเป็น 4 ประเภทด้วยกัน ดังนี้

1.2.1 ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product)

1.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product)

1.2.3 ผลิตภัณฑ์ที่ปรารถนา (Desired Product)

1.2.4 ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ (Unanticipated Product)

1.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประกอบในคุณค่าทั้งหมดที่จะจัดให้สำหรับลูกค้า (Deciding on the Customer Value Package) เป็นการตัดสินใจเลือกส่วนประกอบต่างๆ เพื่อเอาชนะคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความพึงพอใจ และสร้างความภักดีจากลูกค้า

2 คุณค่าในใจผู้บริโภค (Insight Value)

แนวคิดในการสร้างคุณค่าเป็นการมองในทัศนะของผู้บริโภค โดยค้นหาความต้องการที่ลึกอยู่ในใจของผู้บริโภค โดยวิลัดดา เตชะเวช (2547, หน้า 28) ได้กล่าวถึง ความเข้าใจเรื่องคุณค่าในความต้องการ และในใจผู้บริโภค ว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ปัจจัยเพิ่มคุณค่า (Value enhancers) ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีบริษัทใดนำเสนอในตลาดมาก่อน เช่น ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ เป็นจุดขายที่ลูกค้าสนใจ บริษัทที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าจะสามารถสร้างขยายส่วนแบ่งตลาดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีจุดขายที่มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันเหนือคู่แข่ง

2.2 ปัจจัยรักษาคุณค่า (Value maintainers) จะทำหน้าที่รักษาคุณค่าให้คงอยู่ในใจของลูกค้าต่อไป ซึ่งจะทำงานควบคู่กับปัจจัยเพิ่มคุณค่า จนพัฒนากลายเป็นปัจจัยเพิ่มคุณค่าในที่สุด

2.3 ปัจจัยที่ทำลายคุณค่า (Value destroyers) การลดคุณค่าในความรู้สึก ในสายตา หรือในใจของลูกค้า ซึ่งเป็นจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ บริการ ด้านภาพพจน์ และตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องเร่งแก้ไข

3 การสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค (Value Creation)

กลยุทธ์การตลาดในการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคปัจจุบันเป็นการบริหารทรัพยากรที่มีคุณค่าของบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และเกิดคุณค่าในใจผู้บริโภค ซึ่งแนวคิดในการสร้างคุณค่าที่สำคัญ (วิลัดดา เตชะเวช, 2547, หน้า 30) ประกอบด้วย

3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณสมบัติดีขึ้น หรือเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

3.2 กลยุทธ์ตราสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค ปัจจุบันผู้บริโภคจะเชื่อมความคิดตัวผลิตภัณฑ์คุณภาพ กับตราสินค้า สัญลักษณ์ ภาพพจน์ และความรู้สึกในใจผู้บริโภค เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดี และมีคุณค่าในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในปัจจุบันนี้

3.3 กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า มีความสำคัญในขบวนการสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภคเช่นกัน โดยที่ราคามีความสัมพันธ์สูงกับคุณภาพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการในใจผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงควรจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและคุณค่าสูงด้วยเช่นกัน

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเพิ่มมูลค่าของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ซาลาเปา โดยประยุกต์จากแนวคิดคุณค่ารวมสำหรับลูกค้าของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 46) จาก 2 ด้าน คือ

1. คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์(Product Value) หมายถึง คุณค่าที่มอบให้ผู้บริโภคอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม
2. คุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) หมายถึง คุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์

2.1.5. การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

สินค้าเกษตรมีพื้นฐานจากด้านการผลิต การตลาดและหลักทางเศรษฐศาสตร์เพื่อให้สามารถเห็นช่องทางการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลผลิตทางการเกษตร การสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้าทางการเกษตร (ทั้งจากผลิตผลเดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่) การตรวจสอบและกำหนดมาตรฐานสินค้า ตั้งแต่ กรรมวิธีการผลิต การแปรรูป การเก็บรักษา การส่งมอบ ทั้งนี้รวมถึงผลิตผลพลอยได้ระหว่างการผลิต (กรมส่งเสริมการเกษตร, www.sceb.doe.go.th)

1. การผลิตของสินค้าเกษตรนอกฤดูกาล (มีต่อเนื่องตลอดทั้งปี) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตนอกฤดูกาล

2. การผลิตสินค้าเกษตรตรงกับความต้องการเฉพาะตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภค

3. การให้ผลผลิตทางการเกษตรที่ยั่งยืนที่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันผู้ผลิตสามารถได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม

4. การจัดการในการเพาะปลูกที่ดี และเหมาะสม หมายถึง ลดการใช้สารเคมี และหันมาใช้วิถีธรรมชาติตามแนวทางของเกษตรอินทรีย์มากขึ้น เช่น การใช้ปุ๋ยชีวภาพปุ๋ยพืชสด หรือน้ำหมักชีวภาพแทนปุ๋ยเคมีหรือการใช้สมุนไพรในการกำจัดศัตรูพืชสิ่งต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติยังคงอุดมสมบูรณ์ตามเดิม เมื่อดินดี น้ำดี ผลผลิตก็มีคุณภาพ ลดการพึ่งพาสารเคมี ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตไปได้มากที่สุดที่สำคัญที่สุดเมื่อการจัดการเกษตรของเราปลอดสารเคมีในทุกกระบวนการ ผลผลิตของเราก็จะผ่านการรับรองมาตรฐานการผลิต หรือ GAP ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้า สินค้าเป็นที่ต้องการในตลาด และราคาจำหน่ายก็ดีขึ้นตามไปด้วยมาตรฐาน GAP เพิ่มเติมว่า “สำหรับมาตรฐานการผลิตที่เหมาะสม” จะครอบคลุมในทุกๆ กระบวนการผลิตสินค้าเกษตร ตั้งแต่การเริ่มเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และหลังการเก็บเกี่ยว จนถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตได้แล้ว เกษตรจะต้องมีการจัดการเพื่อรักษาคุณภาพของผลผลิตให้สมบูรณ์ที่สุด จนกว่าจะขนส่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งจะต้องเป็นไปตามวิถีธรรมชาติ หรือหากจำเป็นต้องใช้สารเคมี ก็ควรใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามที่มาตรฐานกำหนด นอกจากนี้สินค้าเกษตรทุกชิ้นจะต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ถึงที่มาที่ไปตั้งแต่เริ่มการเพาะปลูกจนถึงสิ้นสุดกระบวนการขนส่งได้อาทิ แหล่งที่มาของเมล็ดพันธุ์ วันที่เริ่มปลูกวันที่ใส่ปุ๋ย วันที่เก็บเกี่ยว เป็นต้น

5. เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดและการกระจายผลผลิตไปสู่ตลาด และเตรียมความพร้อมเพื่อแสวงโอกาสจากการค้าเสรี โดย

5.1 ขยายช่องทางการตลาดรองรับสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น ตลาดในท้องถิ่น สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ โดยลดภาระค่าใช้จ่ายในการตรวจรับรองมาตรฐานทางภาษี

5.2 พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าและการจัดการด้านโลจิสติกส์เกษตร

5.3 ปรับปรุงตลาดสินค้าเกษตรทุกระดับให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มมูลค่า และลดต้นทุนการผลิตอย่างเพียงพอ ให้สามารถสร้างกลไกเชื่อมโยงระหว่างตลาดท้องถิ่น ตลาดกลาง สินค้าเกษตรในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ และตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าให้มีขีดความสามารถในการกระจายผลผลิตไปยังผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง

5.4 กระจายตลาดสินค้าส่งออกไทยที่มีศักยภาพสูงให้กว้างขวางเพื่อลดผลกระทบจากการพึ่งพิงตลาดหลัก โดยส่งเสริมภาคเอกชนในการขยายสู่ทางการตลาดของสินค้าไทยร่วมกับกลุ่มเศรษฐกิจและประเทศต่างๆ ทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี การผนึกพลังร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศรวมทั้งการพัฒนาสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าของตนเองที่ เน้นคุณภาพและมาตรฐาน มีการวางระบบการขายและกระจายสินค้าอย่างครบวงจรพร้อมทั้งใช้มาตรการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น การซื้อขายแบบให้สินเชื่อและการค้าต่างตอบแทน

5.5 พัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการทำการศึกษาค้นคว้าความต้องการและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพราะปัจจุบันวิถีชีวิต (Lifestyle) ของผู้บริโภคเปลี่ยนไปมากสินค้าเกษตรบางชนิดที่เคยได้รับความนิยมอาจไม่ค่อยเหมาะกับวิถีชีวิตของคน รุ่นใหม่หากไม่มีการพัฒนาสินค้าหรือปรับตัวตามความต้องการของลูกค้า ผลไม้อย่างทุเรียนที่ว่าเป็นกันว่าเป็นราชาแห่งผลไม้ ก็ดูจะไปกันไม่ค่อยได้กับกระแสอาหารเพื่อสุขภาพและการควบคุมน้ำหนักที่กำลังมาแรง รวมทั้งขนาดครอบครัวที่เล็กลง การใช้ชีวิตในห้องแอร์เกือบตลอดเวลาของคนชั้นกลาง เหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดทุเรียนทั้งในและต่างประเทศเพราะกลิ่นที่ฉุนหกรับประทานในห้องแอร์ ขณะที่ผลไม้อย่างส้ม มะม่วงหรือฝรั่งที่ขนาดเหมาะสมต่อการบริโภคคนเดียว การปอกเปลือกทำได้ง่ายดูจะเป็นผลไม้ที่มีอนาคตที่ดีกว่า ทำการตลาดได้ง่ายกว่า เกษตรกรเองก็ต้องหันมาเลือกพันธุ์ผลไม้ที่สอดคล้องกับชีวิตคนเมืองที่เป็นตลาดใหญ่ ของสินค้า เช่น มะละกอหรือแตงโมพันธุ์ที่ผลมีขนาดใหญ่ ก็ต้องมุ่งไปทำการตลาดขาย เข้าร้านอาหารหรืออุตสาหกรรมอาหาร หากจะขายปลีกให้กับลูกค้าทั่วไป มะละกอพันธุ์ที่ผลมีขนาดเล็กอย่างมะละกอฮาวายและแตงโมพันธุ์ที่มีผลเล็กดูจะมีโอกาสทางการตลาดมากกว่า

5.6 ส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดหาและเป็น ช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้า โดยให้ความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมแก่ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคเตรียมความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งด้านบุคลากรระบบโครงสร้างพื้นฐานปรับปรุงกฎหมายระเบียบปฏิบัติ และสนับสนุนกลไกที่จำเป็นต่อการสร้างหลักประกันและความเชื่อมั่นให้แก่

ผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้ามามีบทบาทในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนร่วมมือกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคต่างๆ ในการผลักดันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ

5.7 พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ โดยความร่วมมือภาครัฐและเอกชนให้สามารถให้บริการข้อมูลแก่โลกที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมการเชื่อมโยงระบบข้อมูลระหว่างส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในระดับจังหวัดเพื่อให้สามารถบริการข้อมูลด้านการค้าการตลาด และการลงทุนแก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนนำไปสู่การส่งเสริมการค้าและการลงทุนได้เต็มตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่

2.1.6. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรยังมีปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้อง (กรมส่งเสริมการเกษตร,ออนไลน์)

1) การจัดการด้านโลจิสติกส์ทำให้สินค้าเกษตรมีต้นทุนต่ำเพราะสามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ลดการสูญเสียระหว่างการขนส่งและลดขั้นตอนและระยะเวลาในการส่งสินค้า

2) การรณรงค์การผลิตสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การทำเกษตรอินทรีย์

3) การสร้างแบรนด์สินค้า

4) การพัฒนาการรับรองมาตรฐาน GAP เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

- มีฐานข้อมูลที่ดี คาดการณ์ตลาดได้ล่วงหน้า

- พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค

- มีการเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคจากการตลาด

5) เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างมูลค่าโดยพัฒนารูปแบบ เช่น จากข้าวแต๋นที่ทำเป็นชิ้นใหญ่ก็พัฒนารูปแบบเป็นชิ้นเล็กพอคำหรือกล้วยตากที่ซังขายเป็นกิโลกรัมราคา 60 บาท ก็พัฒนาเป็น กล้วยตาก 1 ซัน บรรจุในกระดาษฟอยด์สีสวยงามซื้อเป็นของฝากกับชาวต่างประเทศได้ ความพิเศษในบรรจุภัณฑ์ เช่น แหล่งที่มาภูมิปัญญาของสินค้า

2.1.7. ระบบสนับสนุน

บทบาทของรัฐหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ได้แก่ (กรมส่งเสริมการเกษตร,ออนไลน์)

- กรมวิชาการเกษตรในการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์พืช วิจัยและพัฒนาวิธีการปลูก การดูแลรักษา การป้องกันและกำจัดศัตรูพืช
- กรมส่งเสริมการเกษตร นำผลที่ได้จากกรมวิชาการเกษตรไปเผยแพร่แก่เกษตรกร
- กรมส่งเสริมสหกรณ์ นำวิธีการสหกรณ์ให้เกษตรกรรวมตัวกันเพื่อการพัฒนาการเกษตร
- กรมศุลกากร ทำหน้าที่ป้องกันและรักษาโรคสัตว์

มีบทบาทด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) การวิจัยเพื่อการพัฒนา เช่น พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การแปรรูปการเก็บรักษาพยายามพัฒนาเทคโนโลยีในการแปรรูป เพื่อให้สินค้านั้นมีศักยภาพในด้านการตลาด การจัดทำหน่วยมีการวิจัยเรื่องเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวรวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และจัดหาตลาด
- 2) ด้านวิชาการ เช่น การฝึกอบรมเกษตรกร ผู้แปรรูปและผู้ส่งออกสินค้าเกษตร เช่น องค์การสะพานปลา องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย องค์การอาหารสำเร็จรูป โรงงานยาสูบ โรงงานน้ำตาล องค์การพอกหนังและโรงงานกระดาษบางปะอิน
- 3) การสร้างกำลังคนให้กับหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดตั้งสถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการตามทิศทางของการพัฒนาประเทศ เช่น หลักสูตรธุรกิจเกษตร อุตสาหกรรมเกษตรและวิศวกรรมเกษตร รวมทั้งฝึกอบรมแรงงานเพื่อการปฏิบัติการ
- 4) กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่างๆ เช่น การประกันราคาขั้นต่ำการผลิตผลเกษตรบางชนิด การให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำและนโยบายการจัดซื้อสินค้าโดยองค์กรของรัฐและเอกชน
- 5) ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและอาหารจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่าและห่วงโซ่อุปทาน

2.2.1. ทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่าและห่วงโซ่อุปทาน

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) (อ้างอิงสิริยา คงสมพงษ์,2557)

ระบบการจัดการและการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบและผลิตให้เกิดเป็นสินค้า ไปจนถึงการนำส่งให้ถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) (อ้างถึงสิริยา คงสมพงษ์,2557)

ตามแนวคิดของ Michael E. Porter ที่เขียนไว้ในหนังสือ Competitive Advantage (1985) ที่แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบอนุกรมของกิจกรรมต่างๆ ในโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่เพิ่มคุณค่าให้กับตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ (Products) บริการ (Service) ที่ต้องการขายโดยการเพิ่มคุณค่าจากกิจกรรมการแปรรูปวัตถุดิบเพื่อป้อนเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต และขายในราคาที่สูงกว่าต้นทุนของวัตถุดิบ เป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิตคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่องค์กรสร้างขึ้นสามารถวัดได้ โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ (Service) ขององค์กร มากน้อยเพียงใด เป็นการวิเคราะห์ลำดับกิจกรรมหลักเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเพื่อสร้างความได้เปรียบหรือเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่แตกต่างหรือดีกว่า (เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มคุณค่าให้ผู้บริโภค ซึ่งสามารถทำได้โดยเปลี่ยนจากการมองแบบแยกสินค้าหรือบริการเป็นส่วนๆ เป็นการมองอย่างเป็นกระบวนการว่า กว่าจะมาเป็นสินค้าแต่ละชิ้นนั้น ต้องมีหรือต้องผ่านกระบวนการอะไรบ้าง

เมื่อนำสองหลักการคือ ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาวิเคราะห์และเปรียบเทียบแล้วจะพบว่า แม้ว่าทั้งสองหลักการจะมีความเหมือนกันในแง่ของการวิเคราะห์ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงการส่งมอบสินค้าถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย ทว่าก็ยังมี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญดังนี้

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)	ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
1. มองสินค้าและบริการในแง่ของปริมาณ (Quantity) หรือราคา (Price) เช่นปริมาณมากหรือน้อย ราคาถูกหรือแพง	1. มองสินค้าและบริการในแง่ของความคุ้มค่า (Value) หรือคุณภาพ (Quality) ที่ผู้บริโภคพร้อมและยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อ เช่น ผู้บริโภคมองว่าเป็นสินค้าที่แปลก ไม่เหมือนใคร มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกของผู้บริโภค

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)	ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
2. มองสินค้าและบริการในมุมมองของผู้ผลิต ตั้งแต่กระบวนการ การจัดหา และจัดการวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บ จนถึงกระบวนการที่นำส่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย	2. มองสินค้าและบริการในมุมมองของผู้บริโภค โดยมุ่งประเด็นไปยังสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือต้องการได้รับการตอบสนอง
3. เน้นเรื่องคุณลักษณะ (Functions) ของสินค้าหรือบริการที่ผู้ผลิตต้องการจะสื่อสารถึงลูกค้า	3. เน้นเรื่องคุณประโยชน์ (Benefits) ของสินค้าและบริการที่ลูกค้าสนใจและต้องการได้รับ
4. มองสินค้าหรือบริการในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ (Product)	4. มองสินค้าและบริการในรูปแบบของกระบวนการหรือขั้นตอน (Process)

ที่มา : สิริยา คงสมพงษ์, 2557

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการผลิตและนำเสนอต่อผู้บริโภคตามหลักการสร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้แนวคิดหลักคือ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) อย่างกาแพชีเซมด ที่ผ่านกระบวนการผลิตแบบพิเศษจากเอ็มไซน์บางชนิดในตัวเซมด ทำให้มีรสชาติที่พิเศษเฉพาะตัว ราคาขายต่อกิโลกรัม ประมาณ 20,000 บาท โดยราคาจะขึ้นอยู่กับการเก็บบ่มเมล็ดกาแพด้วย ถ้าบ่มนานราคาจะยิ่งแพง เช่น ถ้าบ่มนานถึง 9 เดือนหรือ 1 ปี ราคาจะสูงขึ้นไปถึงกิโลกรัมละ 100,000 บาท ถ้าเก็บถึง 3 ปี จะมีราคา กิโลกรัมละ 200,000 บาท

2.2.2. แนวคิดสายโซ่คุณค่า (Value Chain Concept)

สายโซ่แห่งคุณค่า เป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนจุดแข็งขององค์ประกอบภายในขององค์กรภายใต้ โดยแบ่งกิจกรรมภายในองค์กรออกเป็น 2 ประเภท คือ

(1) กิจกรรมพื้นฐาน เป็นกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้กับลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ยอดขาย และส่งมอบไปยังผู้ซื้อ และบริการภายหลังการขาย

(2) กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมต่างๆที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมหลัก ตามแนวความคิดกิจกรรมพื้นฐานจะประกอบด้วยองค์ประกอบที่เกิดจากกระบวนการผลิตทั้งหมด 5 ส่วน

1. วัตถุดิบ
2. การนำวัตถุดิบมาทำการผลิตจนได้เป็นสินค้าสำเร็จรูป

3. การนำเอาสินค้าสำเร็จรูปไปตั้งตามที่แตกต่างกัน เพื่อการขายเรียกว่าจุดขายหรือช่องทางทางการจัดจำหน่าย
4. กระบวนการผลิตก็คือ การตลาดและการขาย กล่าวคือสินค้าจะขายได้หรือไม่ องค์ประกอบสำคัญก็คือเรื่องของการตลาดและการขาย
5. การบริการ (Service) อันหมายถึงการบริการในขณะที่ขายตลอดจนการบริการหลังการขาย

กิจกรรม สนับสนุน	โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (การบริหารงานทั่วไป การบัญชี การเงิน และการวางแผนกลยุทธ์)				
	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (การสรรหา การจัดจ้าง การฝึกอบรม และการพัฒนา)				
	การพัฒนาเทคโนโลยี (การวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต)				
	การจัดการทรัพยากร (การจัดการซื้อวัตถุดิบและเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต)				
	การขนส่ง ขาเข้า	การ ปฏิบัติการ	การขนส่ง	การตลาด และการขาย	การบริการ
	-วัตถุดิบ -การเก็บ รักษาวัสดุ	-การติดตั้ง และทดสอบ สายการผลิต	-การคลัง และการกระจาย สินค้า	-การส่งเสริม การตั้งราคา ฯลฯ	-การติดตั้ง -ซ่อมแซม -อะไหล่ ฯลฯ
	กิจกรรมพื้นฐาน				

แผนภาพ 2.1 แสดงเครือข่ายการสร้างคุณค่า

ที่มา : สิริยา คงสมพงษ์, 2557

ในการที่จะวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งบนกรอบของสายโซ่แห่งคุณค่า ย่อมหมายถึง กระบวนการที่จะมีการจำแนกถึงองค์ประกอบในแต่ละส่วนในกรอบของสายโซ่คุณค่าและดูถึงวิธีการใช้หรือวิธีการบริหารองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลแค่ไหน หลังจากนั้นก็จะมีการดูถึงมาตราในการวัดว่าวิธีในการใช้ที่มองถึงตัววัดที่เป็นรูปธรรมนั้นเป็นอย่างไร ขั้นตอนทั้งหมดจะอยู่ในกรอบที่เรียกว่า “การวิเคราะห์สายโซ่แห่งคุณค่า”

2.2.3. การวิเคราะห์โซ่คุณค่า : Value Chain Analysis

การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value chain analysis) เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับการทำงานและใช้ในการออกแบบองค์กร และวางแผนงานในองค์กรเพื่อที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้ได้มากที่สุด ซึ่งในการทำธุรกิจในปัจจุบันบริษัทต่างๆ มีการใช้จ่ายไปกับปัจจัยทางด้านการผลิตที่เป็นวัตถุดิบ และ

ไปยังกระบวนการทางอุตสาหกรรมเพื่อแปรรูป เพื่อเพิ่มคุณค่าหรือมูลค่าให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายขององค์กรนั้นๆ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับสินค้าไปแล้วรู้สึกคุ้มค่าในการจ่ายไป เช่น การนำเยื่อไม้มาผ่านกระบวนการแปรรูปของการผลิตแบบอุตสาหกรรมและแปลงผลผลิตให้เป็นสิ่งที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ คือ กระดาษ เป็นต้น

องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ต่างจะพุ่งเป้าหมายไปที่การแปรรูปวัตถุดิบหรือการให้บริการแก่ลูกค้าให้ตรงกับความต้องการ โดยเน้นที่ ความรวดเร็ว ความสะอาดสบาย การเพิ่มมูลค่าหรือการเพิ่มคุณค่า การเพิ่มประโยชน์และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนที่มีความสำคัญจริงๆ ในการเพิ่มมูลค่าที่ คือความคิดสร้างสรรค์ และผู้คนส่วนมากยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ (Service) ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องค้นหาวิธีการที่องค์กร และพนักงานสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งนั่นก็คือ "การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value chain analysis)" ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ที่จะช่วยให้องค์กรระบุวิธีการสร้างมูลค่าหรือคุณค่าให้กับลูกค้า ต่อจากนั้นจะช่วยให้องค์กรคิดค้นวิธีที่จะสามารถเพิ่มความคุ้มค่านี้ไม่ว่าจะผ่านผลิตภัณฑ์ที่ยอดเยียม หรือบริการที่เป็นเลิศ ที่เป็นผลงานของทุกคนในองค์กรได้ โดยมีกระบวนการในการวิเคราะห์ 3 ขั้นตอน ดังนี้ (Michael E. Porter, 1985)

ขั้นที่ 1) การวิเคราะห์กิจกรรม ขั้นตอนแรกจะมีการระดมความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมที่องค์กรหรือพนักงานหรือบริษัทจะต้องดำเนินการเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า กระบวนการคิดนี้อยู่ในส่วนของกระบวนการกิจกรรมทางธุรกิจ ที่องค์กรใช้เพื่อบริการลูกค้า รวมทั้งการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Service) เช่น เป้ายอดการสั่งซื้อจากลูกค้า กระบวนการปฏิบัติงาน กระบวนการจัดส่ง ส่วนงานสนับสนุน และอื่นๆ ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องคิดเกี่ยวกับกระบวนการหรือขั้นตอนอื่นๆ อีกมากมาย หรือกระบวนการที่เฉพาะเจาะจงในอุตสาหกรรมในระดับบุคคลหรือทีมงานที่เกี่ยวข้องกับการไหลของขั้นตอนการทำงานที่องค์กรดำเนินการหรือมีส่วนร่วม เช่น

(1) วิธีการที่องค์กรใช้เลือกพนักงานและทีมงานที่มีทักษะและความชำนาญด้านบริการที่ดีที่สุด

(2) วิธีการที่องค์กรกระตุ้นตัวองค์กรเองหรือทีมงานของธุรกิจให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

(3) วิธีการที่ทำให้องค์กรทันสมัย ก้าวทันเทคโนโลยี ใช้เทคนิคในการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และเพิ่มผลผลิตด้วยขั้นตอนที่สั้นลง

(4) วิธีการที่องค์กรเลือกและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตและการให้บริการที่ดี ที่ทำให้ธุรกิจก้าวหน้าหรือเหนือกว่าคู่แข่ง

(5) วิธีการที่องค์กรได้รับการตอบรับจากลูกค้าขององค์กร เกี่ยวกับวิธีการที่องค์กรทำและวิธีการที่ธุรกิจสามารถปรับปรุงเพิ่มเติม

ขั้นที่ 2) การวิเคราะห์คุณค่า ขั้นตอนนี้จะเป็นการวิเคราะห์กิจกรรมที่องค์กรได้รับในแต่ละรายการ "ปัจจัยที่คุ้มค่า" สิ่งที่มีคุณค่าต่อลูกค้าขององค์กรในแต่ละกิจกรรมที่จะดำเนินการ ตัวอย่าง ถ้าองค์กรคิดเกี่ยวกับโทรศัพท์ กระบวนการส่งการลูกค้าขององค์กรจะเป็นคำตอบที่เร็วที่สุดในการเลือกโทรหาเขาหรือเธอ เป็นการโทรศัพท์ด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ระบบการรับรายละเอียดการสั่งซื้อที่มีประสิทธิภาพ การตอบโต้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ความรู้และความสามารถในการตอบคำถามลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความละเอียดรอบคอบ และความรวดเร็วในการแก้ปัญหาใดๆที่เกิดขึ้น

หากองค์กรกำลังคิดเกี่ยวกับการส่งมอบบริการระดับมืออาชีพ สำหรับลูกค้าขององค์กรมีค่ามากที่สุด สิ่งนี้จะเป็นทางออกที่ถูกต้องและมีวิธีการแก้ไขปัญหาด้วยข้อมูลที่ทันสมัยสมบูรณ์สามารถนำไปปฏิบัติได้

ขั้นที่ 3) การเปลี่ยนแปลงการประเมินและวางแผนสำหรับการดำเนินการ หลังจากที่องค์กรได้ทำการวางแผนตามกระบวนการทำงานตั้งแต่ขั้นที่1 และขั้นที่2 เสร็จแล้ว องค์กรจะได้แนวทางที่สามารถเพิ่มค่าหรือมูลค่าเพิ่มจากการส่งมอบให้กับลูกค้า และถ้าองค์กรสามารถส่งมอบสิ่งเหล่านี้ที่เป็นบริการขององค์กรได้ตามความต้องการของลูกค้าสูงสุด มันอาจจะกลายเป็นสิ่งที่เหลือเชื่อสำหรับองค์กรและทีมงานได้

ขั้นตอนนี้องค์กรจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงบางอย่างเพื่อให้ทีมงานของธุรกิจสามารถทำได้จริงภายใต้ศักยภาพและประสิทธิภาพในปัจจุบันซึ่งองค์กรจำเป็นต้องออกแรงเกิน 100% ที่จะชักนำและทำให้การทำงานที่วางแผนไว้เกิดประสิทธิผลอย่างที่ตั้งเป้าไว้ในระหว่างการวิเคราะห์ขั้นตอนของกิจกรรมส่วนหนึ่ง องค์กรระบุกิจกรรมว่ากิจกรรมต่อไปนี้จะสร้างมูลค่าให้กับลูกค้า :

- (1) การสั่งซื้อ
- (2) ข้อกำหนดการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน
- (3) การกำหนดเวลาเสร็จที่แน่นอน
- (4) วิธีการพัฒนาซอฟต์แวร์

- (5) การทดสอบโปรแกรม
- (6) การทดสอบรอบ 2
- (7) กระบวนการจัดส่งสินค้า
- (8) การให้การสนับสนุนแก่ลูกค้า
- (9) กระบวนการรับสมัครพนักงาน: เลือกคนที่มีประสบการณ์และสามารถทำงานที่ต้องการได้ดี
- (10) การฝึกอบรม: ช่วยให้สมาชิกในทีมงานพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว ช่วยให้สมาชิกในทีมมีความรู้เกี่ยวกับซอฟต์แวร์ใหม่ๆ เทคนิคและเทคโนโลยีที่ธุรกิจมีการพัฒนาคุณลักษณะได้กำหนดเครื่องหมายในกิจกรรมของโซ่คุณค่า เหล่านี้บนกระดานไวท์บอร์ด

2.2.4. สิ่งสำคัญในการวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value chain analysis)

การวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value chain analysis) เป็นวิธีการที่มีประโยชน์ของการคิดผ่านวิธีการที่องค์กรส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้าขององค์กร และทบทวนทุกสิ่งทุกอย่างที่องค์กรสามารถทำเพื่อเพิ่มมูลค่าได้ในกระบวนการตามขั้นตอน 3 ประการ

- (1) การวิเคราะห์กิจกรรม: องค์กรระบุกิจกรรมที่นำไปสู่การส่งมอบสินค้าหรือบริการขององค์กร
- (2) การวิเคราะห์คุณค่า: องค์กรระบุสิ่งที่มีคุณค่าของลูกค้า ในกระบวนการที่องค์กรดำเนินการแต่ละกิจกรรมแล้วมีผลงานออกมา และมีการเปลี่ยนแปลงถ้าจำเป็น
- (3) การประเมินผลและการวางแผนการ: องค์กรตัดสินใจเลือกสิ่งที่จะต้องเปลี่ยนแปลง และทำการวางแผนว่าองค์กรจะทำให้พวกเขา

2.2.5. การประยุกต์ใช้ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

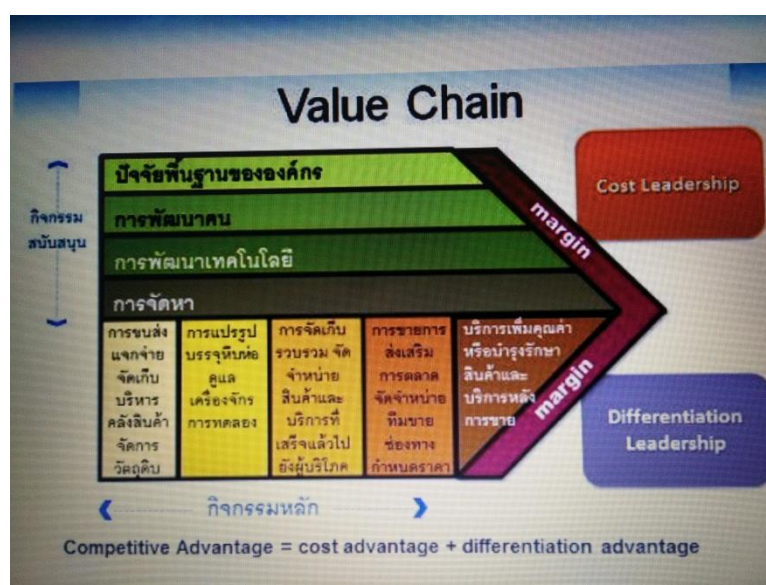
วัตถุประสงค์สำคัญของทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โดยไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) นั้นคือการมองหาและการสร้างโอกาสในการแข่งขันด้วย การวิเคราะห์ทุกขั้นตอนและกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งสามารถดำเนินการได้ตามขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดเป้าหมายหรือผลลัพธ์ปลายทางที่ต้องการ
2. กำหนดกิจกรรมหลักที่จะต้องเกิดขึ้นเพื่อบรรลุตามเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่วางไว้

3. กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมลงในกิจกรรมหลัก (Primary Activities) หรือกิจกรรมเสริม (Support Activities) เพื่อสร้างคุณค่า (Value Creation) และความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำได้ใน 2 ลักษณะคือ

3.1. การสร้างความได้เปรียบโดยการสร้างความแตกต่าง (Differentiation Leadership)

3.2. การสร้างความได้เปรียบในด้านต้นทุน (Cost Leadership)



แผนภาพ 2.2 แสดงโครงสร้างของทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า

โดยแจกแจงรายละเอียดของกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม

ที่มา : สิริยา คงสมพงษ์, 2557

โดยแผนภาพแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของกิจกรรมหลักแยกเป็นกระบวนการอย่างชัดเจน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำถึงปลายน้ำ คือ

- กิจกรรมต้นน้ำ : การขนส่ง แจกจ่าย จัดเก็บ บริหารคลังสินค้า จัดการวัตถุดิบ การแปรรูป บรรจุหีบห่อ ดูแลเครื่องจักร การทดลอง
- กิจกรรมกลางน้ำ : การจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่เสร็จเรียบร้อยแล้ว
- กิจกรรมปลายน้ำ : การขาย การส่งเสริมการตลาด จัดจำหน่าย ทีมขาย

ช่องทาง กำหนดราคา บริการเพิ่มคุณค่าหรือบำรุงรักษาสินค้าและบริการหลังการขาย

แนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการขององค์กร

กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ (Service) การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการ (Service)ไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

1) Inbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงเหลือ

2) Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิต การบรรจุ

3) Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บรวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการ (Service) ไปยังลูกค้า

4) Marketing and Sales กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ (Service) เช่น การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย

5) Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้

ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

1) Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อจัดหา input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก

2) Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

3) Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ งาน สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์

4) Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

ประเด็นสำคัญจากรายละเอียดของกิจกรรมเสริมหรือกิจกรรมสนับสนุนต่างๆที่ผู้ผลิตสามารถนำมาปรับใช้ในแต่ละกระบวนการของกิจกรรมหลักได้ตามความเหมาะสม เช่น

การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานขององค์กร การบริหารจัดการภายในขององค์กรรวมถึงระบบบัญชีและระบบการเงิน ซึ่งผู้ผลิตสามารถนำการบริหารจัดการระบบบัญชี การวางแผนทางระบบการเงินเข้ามาใช้ในการจัดการวัตถุดิบ (กิจกรรมหลักที่เป็นต้นน้ำ) หรือการบริหารงานด้านการส่งเสริมการตลาดหรือการจัดจำหน่าย (กิจกรรมหลักที่เป็นปลายน้ำ) โดยกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ผลิตเกิดความได้เปรียบในด้านต้นทุน

การพัฒนาคนหรือบุคลากรให้มีความรู้และความชำนาญมากขึ้นเพื่อสามารถต่อยอดการสร้างสรรคและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ รวมถึงช่วยลดความเสียหายจากการผลิตได้มากขึ้น

การพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อให้ตอบสนองความต้องการในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในด้านการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งผู้ผลิตสามารถพัฒนาเทคโนโลยีในแง่ของการผลิต การบรรจุ หีบห่อ หรือการบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้น

การจัดหาหรือการจัดซื้อซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีต้นทุนต่ำและส่งถึงมือผู้ผลิตภายในเวลาที่ต้องการ

กิจกรรมสนับสนุนที่กล่าวถึงจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ผลิตและผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในแง่ของการสร้างความแตกต่าง (Differentiation Leadership) หรือการลดต้นทุน (Cost Leadership) ของสินค้า ซึ่งถือเป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น

โซ่คุณค่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ไม่เฉพาะกับการผลิตสินค้าเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการให้บริการที่ดีขึ้น โดยการเพิ่มใส่คุณค่าจำนวนมากๆลงไปในผลิตภัณฑ์ (Products) หรือบริการ (Service) องค์กรจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจทันที

2.3 ความหมาย แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตนเองของชุมชน

2.3.1. ความหมาย

บำรุง คะโยธา (2554) ให้ความหมาย “ชุมชนท้องถิ่น” หมายถึง ตำบล อำเภอ จังหวัด ภูมิภาค และ “จัดการตนเอง” หมายถึง บริหารจัดการทุน (คน องค์กรชุมชน ทรัพยากร ฯลฯ) เพื่อแก้ไขปัญหา และพัฒนาชุมชนตนเองไปสู่เป้าหมายอย่างยั่งยืน ชุมชนท้องถิ่นมีจิตสำนึกสาธารณะรู้เป้าหมายเชื่อมั่นวิถีและพลังชุมชน มีความสามารถในการจัดการชุมชนและจัดความสัมพันธ์กับภาคี

ใช้แผนการจัดการความรู้ และทุนชุมชนแก้ไขปัญหา และพัฒนาตนเองทุกด้านอย่างเป็นระบบเพื่อการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.3.2. ตัวชี้วัดพื้นที่จัดการตนเอง (บำรุง คะโยธา ,2554)

1. ชุมชนมีเป้าหมาย ทิศทาง ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
2. มีระบบข้อมูล ฐานข้อมูลที่สำคัญของชุมชน ที่สามารถนำไปจัดทำผังพื้นที่ทำแผนพัฒนาตนเอง และสื่อสารกับสาธารณะ
3. มีแผนของชุมชน ที่เป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ระดับตำบล ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ที่ครอบคลุมทุกด้าน เช่น เศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ ทรัพยากรธรรมชาติ เด็ก/เยาวชนยาเสพติด และได้รับการบรรจุเข้าแผนของท้องถิ่น และมีการปฏิบัติตามแผน
4. ปัญหาร่วมของคนในพื้นที่ ได้รับการยกระดับเชื่อมโยงและถูกจัดการแก้ไขอย่างเป็นระบบ และชุมชนตระหนักเรื่องการมีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินงานพัฒนา และติดตามตรวจสอบที่รวมถึงโครงการของภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชน
5. มีรูปธรรมการจัดการปัญหาในชุมชน โดยมีชุมชนเป็นแกนหลัก มีประเด็นงานพัฒนาที่ครอบคลุมทุกเรื่อง และมีองค์กรชุมชนที่หลากหลาย เป็นพื้นฐานของการทำงานพัฒนา
6. ชุมชนมีการจัดการที่ดินโดยชุมชนมีการจัดการทุนชุมชนทั้งทุนทรัพยากร ทุนสิ่งแวดล้อม ทุนเงิน ทุนภูมิปัญญา ระบบสวัสดิการมีความมั่นคงทางอาหาร มีแหล่งพลังงานเพียงพอต่อวิถีชีวิต การกินการอยู่ ของชุมชนอย่างยั่งยืน
7. มีการจัดความสัมพันธ์ของขบวนชุมชนท้องถิ่น ระดับท้องถิ่น ที่มีความร่วมมือกันหลายฝ่ายและทำงานร่วมกันได้ : ท้องถิ่น : ท้องที่ : ขบวนองค์กรชุมชน : หน่วยงานรัฐในพื้นที่
8. ชุมชนรักการเรียนรู้ มีฐานการเรียนรู้ระดับตำบล ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และมีระบบการจัดการความรู้ ชุดองค์ความรู้ ภูมิปัญญารูปธรรมพื้นที่และบทเรียน และสื่อสารสู่ชุมชนและสาธารณะ
9. คนในชุมชนมีความสุข มีความเป็นเจ้าของชุมชนมีระเบียบ/กติกาการอยู่ร่วมกัน และมีความผูกพันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
10. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนสม่ำเสมอ มีการเชื่อมโยงเครือข่าย ผนึกกำลังชุมชนทุกระดับ และมีระบบการสร้างและพัฒนาคนจากรุ่นสู่รุ่น มีคนรุ่นใหม่มาสืบทอดเจตนารมณ์

11. มีระบบธรรมาภิบาล ความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานและมีระบบการตรวจสอบการทำงาน of ชุมชนเอง

2.3.3. วิธีการสำคัญ/กระบวนการสำคัญที่จะไปให้ถึง (บำรุง คะโยธา ,2554)

1. ใช้ผู้นำชุมชน คนรุ่นใหม่ และกระบวนการกลุ่มพูดคุยสร้างกระบวนการเรียนรู้ สร้างจิตสำนึก อุดมการณ์ ทำความเข้าใจเป้าหมายร่วมของชุมชน และใช้หลักความเชื่อศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญา เป็นตัวเชื่อมโยงให้คนเข้ามาร่วมกันโดยเริ่มต้นการรวมตัวจากกลุ่มเล็กๆ ขยายเป็นเครือข่าย และภูมินิเวศน์

2. สำรวจปัญหา ศึกษาข้อมูลชุมชนและวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง จัดทำผังแผนที่การใช้ทรัพยากรร่วมของตำบล และปรับปรุง/ปรับแผนของชุมชนให้เป็นแผนที่มีชีวิต เป็นแผนที่พัฒนาของตำบลที่สามารถทำได้จริง

3. กำหนดประเด็นปัญหาที่เกี่วกันที่เกิดขึ้นจากข้อเท็จจริงในพื้นที่ด้านทรัพยากร สวัสดิการ การจัดการที่ดิน ที่อยู่อาศัย กลุ่มอาชีพ ฯลฯ ยกย่องระดับเป็นเป้าหมายร่วม เป็นเครื่องมือของชุมชน ท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาสร้างการมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงภาคี

4. ใช้สภาองค์กรชุมชนที่เป็นของทุกคน ทุกขบวนชุมชนในตำบลเชื่อมโยงคนในตำบล และภาคร่วมพัฒนาและเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนงาน ในพื้นที่ตำบล จังหวัด กำหนดทิศทางเป้าหมายทำแผนและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นด้วยตนเอง

5. สร้างพื้นที่รูปธรรม ให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ที่สามารถให้ชุมชนอื่นๆ หรือพื้นที่อื่นๆ เข้ามาเรียนรู้ได้โดยพัฒนาองค์ความรู้ชุมชนที่หลากหลายขยายองค์ความรู้ระดับสู่หลักสูตรชุมชน

6. ประสานภาคีสร้างระบบการทำงานร่วมกันของท้องถิ่นอำเภอ สร้างกลไกร่วมระดับตำบล

7. กรณีชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองระดับจังหวัดนอกจากดำเนินการตามวิธีข้างต้น ต้องมีแผนการพัฒนาในระดับเมืองร่วมกันจัดวางบทบาทให้ชัดเจนระหว่างท้องถิ่นภาคี และชาวบ้าน และเชื่อมโยงการทำงานชุมชนกับมิติการทำงานด้านอื่นๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ อาทิ ชนเผ่า ฯลฯ โดยใช้กลไกการทำงานระดับจังหวัด

8. ใช้สถานการณ์ปัญหาร้อน ปัญหาร่วม เป็นเครื่องมือรวมกลุ่มคนจัดกระบวนการเรียนรู้ จุดประกายความคิดให้กับคนในชุมชนขยายการทำงานให้ครอบคลุมเชิงพื้นที่ และเปิดเวทีนำเสนอข้อมูลกับคนในชุมชนส่วนใหญ่

9. นำข้อมูลที่มีอยู่แล้วในพื้นที่มาใช้ประโยชน์พัฒนาระบบข้อมูล สํารวจข้อมูลชุมชนที่สำคัญ ใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือศึกษาความรู้เชิงลึกของชุมชน และจัดทำตัวชี้วัดเป้าหมายการพัฒนาชุมชน

10. จัดทำแผนงานโครงการ แก้ไขปัญหา บูรณาทุนภายในชุมชน บูรณาการแผนงานร่วมหลายภาคส่วนในท้องถิ่น โดยจัดระบบการทำงาน/มีกลไกร่วมพัฒนา เน้นองค์กรชุมชนเป็นหลัก ในการปฏิบัติหน่วยงาน/ภาคี เป็นผู้สนับสนุน

11. พัฒนาผู้นำชุมชนรุ่นเก่า และสร้างผู้นำรุ่นใหม่ให้มีความรู้ ทักษะและความสามารถในการแก้ไขปัญหาและพัฒนา และใช้แผนชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชน

12. นำบทเรียนชุดองค์ความรู้ของชุมชน สื่อสารสู่สาธารณะและบรรจุเป็นหลักสูตรการศึกษาในโรงเรียนประจำหมู่บ้าน/ชุมชน

2.3.4. การจัดการตนเองอย่างยั่งยืน (ดวงพร เสงบุญพันธ์,2557)

การมุ่งสร้างวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นให้สามารถใช้ทุนและศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ และสร้างสรรค์ ด้วยการจัดการข้อมูลชุมชนในหลากหลายด้าน ซึ่งถือเป็น “แก่น” และ “กลไก” สำคัญในการเอาพื้นที่เป็นฐานในการพัฒนา อันเป็นหนทางที่สามารถพัฒนาชุมชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ ภายใต้อัตลักษณ์และตัวตนของชุมชน

การพัฒนาที่มีส่วนร่วมของภาคประชาชนเป็นแกนกลาง จึงเป็นพลังที่ผลักดันให้ชุมชนไม่อยู่นิ่งทำให้เกิดฐานรากที่แข็งแกร่งและยั่งยืน ด้วยโครงการและกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยแก้ไข ปัญหาของชุมชนเป็นทุนทางสังคม

ระบบการจัดการตนเองของชุมชน (เทศบาลตำบลโรงมะเต๋อ,2557)

1) การจัดระบบของศักยภาพและทุนทางสังคมเพื่อการสร้างการเรียนรู้ มีการพัฒนา กิจกรรม วิธีการทำงาน กระบวนการจัดการ ด้วยศักยภาพและทุนทางสังคมที่ประกอบกันเป็น “ระบบการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น” การบูรณาการงานร่วมกันประกอบด้วย ระบบย่อย 6 ระบบ 37 แหล่งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องในเบื้องต้นดังนี้

1.1) ระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม เน้นกระบวนการสร้างการเรียนรู้ สร้างการมีส่วนร่วมของ ประชาชนทุกกลุ่มวัย ทุกภาคส่วน โดยใช้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนนำมาจัดประเด็นแล้ว เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับแผนพัฒนา ตำบลและยุทธศาสตร์การพัฒนาเน้นการนำใช้ข้อมูลและแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ผ่านการเรียนรู้ที่เป็นเอกลักษณ์ของเทศบาลตำบลโพรงมะเดื่อเพื่อเพิ่มพูนและพัฒนาศักยภาพของ บุคคลในท้องถิ่นให้นำไปสู่การเชื่อมโยงเครือข่ายทางวิชาการจากชุมชนสู่ชุมชนอันจะนำไปสู่การ พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยแหล่งเรียนรู้ในระบบนี้ประกอบ ไปด้วย 3 แหล่งเรียนรู้ คือ

1.1.1) การบริหารจัดการแบบผู้นำมีส่วนร่วมการมุ่งเชื่อมรอยต่อทุกกลุ่มปฏิบัติการ โดยการดำเนินกิจการต่างๆ เพื่อหนุนเสริม ผลักดัน และสนับสนุนทุกรูปแบบให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หรือกระทำได้อย่างไม่มีข้อจำกัดเพื่อตักต้อน เสริมทักษะ ขั้นตอน วิธีการของกลุ่ม ปฏิบัติการเดิมให้เกิดกลุ่มปฏิบัติการใหม่และเกิดความสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมพร้อม ทั้งสร้างกลไกในการฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของชุมชนให้มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เพื่อเป็น การเชื่อมต่อสายสัมพันธ์อันดี มีการนำข้อมูลมาชี้แจงแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันและนำไปใช้ประโยชน์ ในพื้นที่จริง ร่วมมือกันช่วยแก้ปัญหา และเป็นการเสริมพลัง สร้างความแข็งแกร่ง พร้อมพัฒนาไปสู่ ชุมชนท้องถิ่นซึ่งสามารถจัดการตนเองได้

1.1.2) แผนพัฒนาเทศบาลเลือกใช้หลักการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นหลักสำคัญทุกๆ รายการประชาชนจะมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นจนจบและเทศบาลได้วางระบบที่มุ่งหวัง ให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน ดึงปัญหา ในชุมชน เวทีประชาคมสู่แผนพัฒนา

1.1.3) กองทุนหลักประกันสุขภาพจัดตั้งกองทุนหลักประกันสุขภาพของประชาชนใน พื้นที่และสนับสนุนให้ประชาชนมีบทบาทในการพึ่งตนเองด้านสุขภาพโดย เจ้าหน้าที่มีบทบาทในการ สนับสนุนประชาชนในการดูแลสุขภาพตนเอง ผลการทำงานที่เกิดขึ้น คือ ได้ดำเนินกิจกรรมที่ สอดคล้องกับข้อเสนอโยบายสาธารณะประเด็นนโยบายด้านการบริหารจัดการท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม และประเด็นสุขภาพ เป็นหลักสำคัญทุกๆ รายการประชาชนจะมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นจนจบและ เทศบาลได้วางระบบที่มุ่งหวังให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืน ดึงปัญหา ในชุมชน เวทีประชาคมสู่ แผนพัฒนาเทศบาล การดึงปัญหาสุขภาพในชุมชน การประชุมแผนสุขภาพชุมชนสู่กองทุน

หลักประกันสุขภาพ และการมีผู้นำแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่แก้ไขปัญหาต่างๆในชุมชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีส่วนช่วยคิด ช่วยแก้ปัญหาาร่วมกัน เป็นต้น

1.2) ระบบองค์กรการเงินและสวัสดิการสังคมไทยชุมชนเน้นเรื่องการระดมทุนเพื่อการผลิต ปัจจุบันมีกองทุนในพื้นที่ประกอบด้วย กองทุนสวัสดิการชุมชนบ้านมั่นคง ระดมเงินทุนเพื่อเป็นสวัสดิการด้านสุขภาพตั้งแต่แรกเกิด เจ็บ และตายของสมาชิก กองทุนสัจจะเงินออมเพื่อการผลิตของกลุ่มสตรีเป็นการออมเพื่อเป็นทุนในการผลิต โดยแหล่งเรียนรู้ในระบบนี้ประกอบไปด้วย 3 แหล่งเรียนรู้ คือ

1.2.1) ต้นฟุ้งต้น (กองทุนสวัสดิการชุมชนบ้านมั่นคง) การสร้างหลักประกันเพื่อความมั่นคงของคนในชุมชน โดยคนในชุมชนร่วมกันจัดการเพื่อทำให้คนในชุมชนมีความมั่นคงและเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทั้งในรูปร่างของ เงินทุน น้ำใจ การช่วยเหลือด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตตั้งแต่เกิดจนกระทั่งจากโลกนี้ไป กลุ่มสมาชิกสหกรณ์บ้านมั่นคงได้จัดตั้งกลุ่มสวัสดิการบ้านมั่นคงขึ้น เพื่อจัดสวัสดิการการช่วยเหลือสมาชิกในกรณี เกิด เจ็บ ตาย

1.2.2) ซื้อง่าย ขายคล่อง (ร้านค้าชุมชนกาเลียงลูก) มีการจัดสรรงบประมาณให้หมู่บ้านเพื่อนำมาพัฒนา (SML)พื้นที่ชุมชนมีมติให้ตั้งร้านค้าชุมชน จึงได้รับงบประมาณ 200,000 บาท โดยใช้งบประมาณในการปลูกสร้างร้านค้าจำนวน 150,000 บาท และซื้อของเข้ามาจำหน่ายจำนวน 50,000บาท และมีสมาชิก 12 คน ร่วมสมทบหุ้นละ 100 บาท และนำผลรายได้มาส่งเสริมกิจกรรมต่างๆในชุมชนเช่น งานวันเด็กจัดซุ้มอาหารเลี้ยงเด็ก , งานวัดร่วมจัดซุ้มอาหารเลี้ยงคนที่มาทำบุญที่วัดโพรงมะเดื่อในงานทำบุญทอดกฐิน , มอบทุนการศึกษาในวโรกาส 5 ธันวาคมหาราช , สนับสนุนการศึกษาของชุมชนในการแข่งขันกีฬาระหว่างชุมชน

1.2.3) สหกรณ์หมู่บ้านแก้ไขปัญหาเรื่องที่พักอาศัยของประชาชนที่มีปัญหาทางสังคม มีการประชาคมเพื่อสำรวจที่พักอาศัยของคนในพื้นที่ พบว่ามีผู้ที่เดือดร้อนด้านที่อยู่อาศัยจำนวน 70 ครัวเรือน มีการสำรวจที่ดินสาธารณะที่ใช้ในการปลูกสร้างบริเวณบึงหนอง เริ่มมีการรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อทำงานด้านที่พักอาศัย โดยการจัดตั้งสหกรณ์และดำเนินการเสนอเรื่องของกู้เงินจาก พอช. (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน) ซึ่งได้รับงบประมาณในการกู้เพื่อปลูกสร้างที่พักอาศัยครั้งแรกเป็นเงิน 8,000,000 บาท ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ การรวมตัวของกลุ่มเกิดสวัสดิการเกื้อกูลกัน มีข้อตกลงร่วมกันอย่างชัดเจน โดยการทำงานของแหล่งเรียนรู้ได้ดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับข้อเสนอ นโยบายสาธารณะประเด็นนโยบายการจัดสวัสดิการชุมชน โดยแกนนำในการบริหารจัดการนำ

งบประมาณที่ได้รับจากรัฐบาลมาบริหารให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกชุมชน

1.3) ระบบเศรษฐกิจชุมชนเน้นการสร้างรายได้ การพึ่งพาตนเองของครอบครัว การช่วยเหลือเกื้อกูลกันโดยประชาชนวัยทำงานส่วนใหญ่ มีอาชีพรับจ้าง และเกษตรกรรมเป็นหลัก และมีส่วนประกอบอาชีพต่างๆตามความถนัดของตนเองและครอบครัว อาทิ เลี้ยงปลาสวยงามเพื่อการส่งออก การเพาะเห็ด การทำอาหารคาวหวาน เป็นต้น หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา ส่งเสริมการเรียนรู้ เป็นที่มาของการเกิดแหล่งเรียนรู้จำนวน 9 แห่ง (เทศบาลตำบลโพนระเือ) คือ

1.3.1) กลุ่มแม่บ้านสายใยรัก มีการส่งเสริมอาชีพในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนไม่ต้องออกไปหางานทำไกลบ้านทำให้ได้อยู่กับครอบครัวดูแลคนในครอบครัวได้ทั่วถึง มีความรัก ความเข้าใจ ภายในครอบครัว เป็นการรวมกลุ่มกันฝึกอาชีพ

1.3.2) ปลารักษ์น้ำ เป็นการเลี้ยงปลาที่มีการเฝ้าระวังพื้นที่ต้นน้ำที่ไหลลงสู่คลองบางตาลควบคู่กันไป ช่วยดูแลแหล่งน้ำไม่ให้น้ำเสีย หรือมีสารพิษถูกปล่อยลงสู่แหล่งน้ำ โดยใช้น้ำจากคลองที่ช่วยกันเฝ้าระวังมาใช้ในการเลี้ยงปลา

1.3.3) บึงตกลารางข้าวลอย (ชุมชนเกาะส้มเสี้ยว) มีการนำพันธุ์ปลายหลายชนิดมาปล่อยและให้คนในชุมชนเกาะส้มเสี้ยวเป็นผู้ดูแล ทำให้เกิดเป็นแหล่งอาหารที่คนในชุมชน ประกอบกับปลามีการเพาะพันธุ์เพิ่มจำนวนมากขึ้น จึงมีการเปิดบึงตกลา มีการเก็บค่าเช่าตกลาคันละ 100 บาท

1.3.4) สารพัดเห็ดเพื่อสุขภาพ มีการแบ่งงานอย่างเป็นระบบว่าใครมีหน้าที่อะไรโดยใช้คนในครอบครัวเป็นหลัก การตลาดเป็นไปด้วยดี มีการขยายเครือข่ายในลักษณะของลูกฟาร์มมีการดูแลลูกฟาร์ม มีหลักประกันราคา ปัจจุบันมีเครือข่ายจำนวน 15 ราย ภายในและนอกพื้นที่ มีการขยายตลาดเพิ่มมากขึ้น เกิดการสร้างงานให้กับคนในชุมชน คนในชุมชนได้รับประทานเห็ดที่มีคุณภาพ

1.3.5) กลุ่มสตรีเทศบาลตำบลโพนระเือ นับตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศทุกๆ ด้าน การพัฒนาสตรีเพื่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของสตรีได้เริ่มขึ้น ปี 2550 เริ่มมีการจัดตั้งชมรมอาสาสมัครพัฒนาสตรีอย่างจริงจัง นางอนงค์ลักษณ์ ตันกิตติวัฒน์ เป็นนายกเทศมนตรี ที่เป็นสุภาพสตรีเป็นคนแรกของเทศบาลตำบลโพนระเือ ปัจจุบันมีอาสาสมัครพัฒนาสตรีทั้งสิ้น 190 คน

1.3.6) กลุ่มปลาสวยงามชุมชนกาเลียงลูกแรกเริ่มเป็นอาชีพหลักของครอบครัว ต่อมาญาติพี่น้องที่สนใจจึงลองเลี้ยงดูบ้างทำให้เกิดกลุ่มเลี้ยงปลาสวยงาม จำนวน 3 - 4 ครอบครัวซึ่งเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับครอบครัวได้ดียิ่ง

1.3.7) บ้านของควา ชุมชนลานทองประกอบอาชีพเดียวกันหลายครัวเรือน จึงเกิดการรวมกลุ่มทำอาหารควาชุมชนลานทองขึ้นเมื่อมีงานวัดโพรงมะเดื่อกลุ่มของเราก็จะมาช่วยกันทำอาหารเลี้ยงแขก จัดทำอาหารเลี้ยงผู้สูงอายุในวาระสำคัญต่างๆ เช่น งานรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุในวันสงกรานต์ งานวันพ่อ และตามงานต่างๆแล้วแต่โอกาส เป็นการช่วยเหลือกันภายในชุมชน สร้างรายได้ให้กับครอบครัว

1.3.8) บ้านของหวาน สืบทอดการทำขนมหวานจากบรรพบุรุษ เพื่อรับประทานกันในครอบครัว งานบุญต่างๆ เป็นทุนเดิมในเรื่องของขนมหวานอยู่แล้ว จึงทำไปจำหน่ายที่ตลาดนัด และรับทำขนมในงานพิธีต่างๆ เป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

1.3.9) แหล่งเลี้ยงปลาสวยงาม(ดีพันธุปลา) สืบทอดกิจการเลี้ยงปลาสวยงามจากท้องน้ำจากพ่อแม่ การส่งออกปลาเพิ่มขยายมากขึ้นเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ปี 2551 จนถึงปัจจุบัน แนวโน้มการส่งออกดี สามารถส่งในประเทศและต่างประเทศ มีเงินเข้ามาในชุมชนของเราทำให้เศรษฐกิจดีขึ้น มีการขยายพันธุ์ปลาเพิ่มมากขึ้น นักเรียนนักศึกษาทั้งในเขตพื้นที่และนอกพื้นที่เข้ามาศึกษาดูงาน ผลลัพธ์จากการรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มเป็นการสร้างการมีส่วนร่วม จัดหาวัตถุดิบ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับข้อเสนอนโยบายสาธารณะประเด็นนโยบายเศรษฐกิจชุมชน ให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี

1.4) ระบบการดูแลสุขภาพชุมชน มุ่งเน้นการสร้างเสริม และส่งเสริมการดูแลสุขภาพ โดยการใช้ทุนทางสังคม และทุนทางจิตใจ คือ ผู้ที่มีจิตอาสา จิตสาธารณะที่มีความพร้อมและเต็มใจสละเวลาของตนเพื่อให้สุขภาพร่างกาย จิตใจ อารมณ์ของคนในชุมชนดี เป็นที่มาของการเกิดแหล่งเรียนรู้จำนวน 9 แหล่ง คือ

1.4.1) มาด้วยใจ ไม่หวังสิ่งใด เริ่มจากความมีจิตอาสา ในการดูแลสุขภาพบ้านใกล้เรือนเคียง และเกิดการซึมซับมาเรื่อยๆจนเป็นส่วนหนึ่งของความรู้สึกที่เมื่อเห็นใครเจ็บไข้ได้ป่วยจะต้องเข้าไปดูแลให้ทันที

1.4.2) นิ้วเหล็กพิชิตเส้น ปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมอาชีพ โดยผู้ที่สำเร็จหลักสูตรสามารถเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพได้ โดยปัจจุบันทางกลุ่มนวดแผนไทยได้มี

ผู้สำเร็จหลักสูตรและสามารถให้บริการได้จำนวน 7 คน ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึง มีการจัดเวรทำงานเพื่อส่งคนคือการออกไปนวดให้กับผู้ป่วยที่เป็นอัมพฤกษ์, อัมพาต ในพื้นที่ อย่งต่อเนื่องจากการประสานงานจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จนสามารถทำให้ผู้ป่วยสามารถกลับมาเดินได้

1.4.3) กลุ่มสันตนาการชุมชนหมู่ใหญ่ การเป็นผู้มีจิตใจดี อยากรวมเติมเต็มคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน พบว่ากับมีที่ดินว่างเปล่าจำนวนมาก จึงมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่ว่างเปล่าของตนเองให้เกิดเป็นสาธารณประโยชน์

1.4.4) เพชฌฆาตลูกเหล็ก(เปตอง) เป็นการออกกำลังกายของประชาชนในพื้นที่ สมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มเปตองก็จะเป็นแกนนำในชุมชน อสม. ศูนย์สามวัย ซึ่งจะมีการเล่นกันเป็นประจำ ทุกๆเย็น

1.4.5) วันวานยังเก๋อายุ ภายใต้โครงการอยู่ดีมีสุขจึงมีการจัดตั้งชมรมผู้สูงอายุเทศบาลตำบลโพรงมะเดื่อขึ้น และมีการจัดกิจกรรมพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันของผู้สูงอายุในวันพระขึ้น 15 ค่ำของทุกเดือน มีการตรวจสุขภาพผู้สูงอายุ มีการออกกำลังกาย มีการฝึกสอนอาชีพ มีการอบรมดูแลสุขภาพตนเอง

1.4.6) ชมรมแอรอบิคแกนนำชุมชนโดยนางนิตยา เคารพธรรม ได้เห็นความสำคัญของการออกกำลังกายเพื่อดูแลสุขภาพ จึงได้มีการชักชวนกลุ่มแม่บ้าน มารวมกันเต้นแอรอบิค

1.4.7)โรงเรียนปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (รพ.สต.โพรงมะเดื่อ)การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆในพื้นที่เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดูแลสุขภาพ มีการดูแลสุขภาพผู้ป่วยครอบคลุมมากขึ้นโดยมีกลุ่ม อสม.มาช่วยในการดูแลสุขภาพคนในดูแลสุขภาพประชาชนแบบองค์รวม เข้าถึงปัญหาสุขภาพประชาชน ทำให้สุขภาพของประชาชนในพื้นที่ดีขึ้น

1.4.8)ชมชนผู้พิทักษ์ (อป.พร.) เป็นกลุ่มที่ทำประโยชน์ให้กับประชาชนพื้นที่มาก เช่น ดูแลจราจรหน้าโรงเรียน ดูแลจราจรงานต่างๆ เข้าเวรหน่วย 7วัน อันตราย ช่วงเทศกาล ตรวจพื้นที่ยามวิกาล ร่วมตั้งด่านกับ สภ.โพรงมะเดื่อ มีสมาชิกจำนวนมากถึง 97 ราย จึงมีความครอบคลุมในการดูแลความปลอดภัยในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการฝึกหัดเยาวชน นักเรียนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลจราจรหน้าโรงเรียน เช่นโรงเรียนโพรงมะเดื่อวิทยาคม เป็นต้น ผลการทำงานที่เกิดขึ้น คือ มีความชัดเจนเรื่องการบริหารด้านสุขภาพด้วยความสะดวกรวดเร็วและทั่วถึง ความเป็นน้ำหนึ่งเดียวกัน

ของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง อาสาสมัครสาธารณสุข และแกนนำชุมชน ประชาชนในพื้นที่จึงมีสุขภาพดี สามารถดูแลตนเองได้เบื้องต้นมีความรู้ในการดูแลสุขภาพตนเองและมีอาสาสมัครคอยดูแลอย่างใกล้ชิด มีความเข้มแข็งของทุกภาคส่วนในการดูแลสุขภาพ การเกิดโรคต่างๆจึงน้อยลง การดำเนินกิจกรรมต่างๆมีความสอดคล้องกับประเด็นนโยบายสาธารณะด้านการดูแลสุขภาพชุมชนและก่อให้เกิดผลกระทบต่อ การลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพ

1.5) ระบบการเรียนรู้เพื่อเด็กและเยาวชน มุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น และเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสู่แกนนำนักพัฒนารุ่นใหม่มีการนำศิลปวัฒนธรรมประเพณีไปเป็นหลักสูตรท้องถิ่นในสถานศึกษา เกิดการเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเกิดพลเมืองที่มีคุณภาพ สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้วัฒนธรรม ประเพณีชุมชนในท้องถิ่นพร้อมมีส่วนร่วมในการจัดการชุมชนท้องถิ่นของตน โดยแหล่งเรียนรู้ 6 แหล่ง คือ

1.5.1) มรดกปู่ย่า คณะกรรมการชุมชนบ้านนา ที่ต้องการจะอนุรักษ์ และสืบสานดนตรีศิลปะพื้นบ้าน เอาไว้อ ซึ่งไม่มีผู้สืบทอด เนื่องจากผู้ที่มีความสามารถทางดนตรีพื้นบ้านได้ชราภาพลงทุกวัน อีกทั้งเป็นการที่จะทำให้เด็กๆ ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ห่างไกลยาเสพติด จึงมีมติให้มีการจัดตั้งกลุ่มเยาวชนสืบสานดนตรีพื้นบ้านขึ้น โดยใช้เวลาว่างตอนเย็นๆ เป็นเวลาฝึกซ้อม

1.5.2) มรดกนายขนมต้ม นายกนก กุลวงศ์ อดีตแชมป์มวยลูมพิณี ในนามก๊องงกาแพร์เท็กซ์ รุ่นจูเนียร์เฟรเตอร์เวท ได้สืบทอดเจตนารมณ์ของท่านอดีตนายก จัดตั้งชมรมมวยไทย ใช้ชื่อว่า ค่ายศิษย์โสพนธ์ โดยการฝึกสอนมวยไทยและมวยสากล ให้แก่เด็ก เยาวชน ในพื้นที่ ที่สนใจในศิลปะการป้องกันตัว และวิชาซีพมวยไทย ด้วยจิตอาสา ไม่หวังผลตอบแทนจากเด็กและเยาวชน

1.5.3) พต.ร่วมใจสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย (โรงเรียนโพรงมะเดื่อวิทยาคม) เพื่อรณรงค์ให้นักเรียนผู้ใช้รถจักรยานยนต์เกิดจิตสำนึกในการขับขี่และโดยสารรถจักรยานยนต์อย่างปลอดภัยจึงได้จัดให้มีการดำเนินการรณรงค์ในการเรื่องการแก้ปัญหาความปลอดภัยทางถนนที่นักเรียน โดยมีบทบาทร่วมกันสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนเพื่อลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินจากอุบัติเหตุทางถนนของนักเรียน อย่างเห็นผลเป็นรูปธรรม

1.5.4) สถานศึกษาพอเพียง (โรงเรียนวัดโพรงมะเดื่อ) มีรูปธรรมการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ได้จัดทำโครงการส่งเสริมวิถีพุทธ โครงการสถานศึกษาพอเพียง กิจกรรมวัยใสให้สวยช่วย

สืบสานวัฒนธรรม กิจกรรมชุมนุมกิจกรรมธนาคารไร้ขีดเคิลกิจกรรมศาลาคนชื้อ กิจกรรมออมเพื่อแม่ กิจกรรมพืชสวนครัวรั้วกินได้กิจกรรมปรับภูมิทัศน์ให้เอื้อต่อการเรียนรู้ นักเรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ 8 ประการตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน

1.5.5) ศูนย์ 3 วัยสานสายใยรัก ก่อตั้งจากพระมหากรุณาธิคุณของรัชกาลที่ 10 ที่ทรงเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัวจึงได้พระราชทานโครงการสายใยรักแห่งครอบครัวในพระบรมราชูปถัมภ์ขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เน้นความต่อเนื่องเชื่อมโยงทุกช่วงวัย เกิดการบูรณาการการดำเนินงานของทุกภาคส่วนในการให้บริการประชาชนแบบองค์รวมเกิดเป็นรูปแบบตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาในพื้นที่ที่มีการดำเนินงาน ตามโครงการสายใยรักแห่งครอบครัว

1.5.6) โลกทั้งใบ อยู่ในกำมือ จัดตั้งเพื่อพ่อหลวงขึ้นประชาชนในชุมชนสามารถมาสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเด็กและเยาวชน มีสถานที่ค้นคว้าหาความรู้ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น คือ ได้ดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับข้อเสนอนโยบายสาธารณะด้านการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนที่ทำให้เด็กเกิดความรัก การสืบสานประเพณี วัฒนธรรมถิ่น เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อนำใช้ในอนาคต เป็นต้น

1.6) ระบบองค์ความรู้และภูมิปัญญาชุมชนท้องถิ่น เน้นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้เป็นทุนในการพัฒนาด้านการยกระดับคุณภาพชีวิต โดยมีการจัดการระดมความคิด ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นการลดความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับภาครัฐ ภูมิปัญญาท้องถิ่น บางสาขาเป็นองค์ความรู้ที่นำมาใช้แก้ปัญหาสังคมได้ ทำให้เกิดแหล่งเรียนรู้ 8 แหล่ง คือ

1.6.1) สืบสานลาวครั้งผสวนวัฒนธรรมให้ยั่งยืน วัฒนธรรมลาวครั้งเริ่มจะห่างหายไปทีละอย่างสองอย่างจึงมีแนวคิดที่จะรื้อฟื้นเพื่อให้ลูกหลานได้สืบทอดอย่างยั่งยืน ปัจจุบันวัฒนธรรมลาวครั้งได้เป็นที่รู้จักของทั้งคนในพื้นที่และนอกพื้นที่และลูกหลานชาวลาวครั้งพร้อมที่จะสืบสานอย่างยั่งยืน กิจกรรมการสืบสานทำให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีความรัก ความสามัคคีเกิดขึ้นในชุมชน

1.6.2) เกษตรกรต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง มีการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของครอบครัวตนตามสมควรกับอัตภาพ เป็นผู้มีความขยันหมั่นเพียรในการดำรงตนและการครองตนในชุมชน กิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการ เป็นไปอย่างสมเหตุสมผล อาทิผลผลิต

ที่เหลือจากการบริโภคก็มีการแปรรูปเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ส่วนหนึ่งของผลผลิตที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน ก็นำไปจำหน่ายให้แก่เพื่อนบ้านและในพื้นที่บริเวณใกล้เคียง เป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ประชาชนในพื้นที่ได้บริโภคผลผลิตที่ปลอดภัย

1.6.3) โรงเรียนพุทธศาสนาวันอาทิตย์ (วัดโพรงมะเดื่อ)เจ้าอาวาสเน้นการศึกษาธรรมะให้กับเด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ เพื่อนำไปประยุกต์ปฏิบัติกับการดำเนินชีวิต และอยากให้วัดเป็นศูนย์รวมการจัดกิจกรรม

1.6.4)แหล่งต่อเรือยาวชุมชนหมู่สระเกษช่างเล็ก ซึ่งเป็นอดีตช่างและฝีพายที่แข่งขันตั้งแต่เริ่มแรก ได้มีการอนุรักษ์โดยสืบสานการต่อเรือของชุมชนต่อ โดยได้ใช้ทักษะที่ได้เรียนมา เป็นช่างต่อเรือและเป็นโฆษกในการแข่งขันเรือในที่ต่างๆทั่วประเทศ โดยใช้ชื่อว่า “เล็ก หนองดินแดน”จนมีชื่อเสียงทั้งในและนอกพื้นที่โดยช่างเล็กได้ถ่ายทอดความรู้และทักษะ การพัฒนารูปทรงเรือให้มีประสิทธิภาพในการแข่งขันตามรายการต่างๆ

1.6.5) ยายทัย เริ่มจากการได้หนังสือยาสมุนไพรจากวัดสุทัศน์ จึงนำมาทำใช้ในครอบครัว และเพื่อนบ้าน จนเป็นที่รู้จักต่อกัน ทำให้ปัจจุบันมีการผลิตยาสมุนไพรจำหน่ายแบบต้องต่อคิวรับ และด้วยอายุที่มากทำให้ป้าอุทัย ยะนิล เริ่มมีการถ่ายทอดให้กับลูกหลาน สมาชิก อสม.และกลุ่มเยาวชนที่มาดูงานอย่างไม่หวงแหนใดๆ

1.6.6) กะลोजี้แก่นนำได้รับคัดเลือกให้เป็นภูมิปัญญาด้านขนมหวาน ได้มีการถ่ายทอดให้แก่เด็กเยาวชนทั้งภายในและภายนอกชุมชน ตลอดจนได้ร่วมออกร้านในงานต่างๆ ที่ศูนย์ 3 วัย และเทศบาลตำบลโพรงมะเดื่อจัดขึ้น เช่นการจัดงานถนนสายวัฒนธรรม การออกงานจังหวัดเคลื่อนที่ งานแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมทางด้านการทำขนมและอาหาร ส่งผลให้การเผยแพร่ขนมกะลोजี้สู่ประชาชนภายนอกและพื้นที่ข้างเคียง

1.6.7) คนมีเส้น(ขนมจีนแบบโบราณ) นายจิตต์ ฤทธิคง ได้สืบสานการทำขนมจีนต่อจากบรรพบุรุษ และมีการสอนวิธีการทำขนมจีนให้กับลูกหลานและประชาชนที่สนใจโดยมีการผลิตเพื่อช่วยงานบุญในหมู่บ้านและช่วยงานวัดจนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป จนภายหลังมีการจัดประกวดภูมิปัญญาท้องถิ่น และเผยแพร่ภูมิปัญญา

1.6.8) ภูมิปัญญาด้านการทำขนมจีนนวัตกรรมใหม่ แกนนำภูมิปัญญาด้านการทำขนมจีนมีทักษะและประสบการณ์ด้านการช่าง จึงมีการประยุกต์การทำขนมจีนแบบโบราณมาใช้เครื่องทุ่นแรงโดยคิดเองทั้งหมด สามารถเพิ่มปริมาณการผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น คือ ได้ดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับข้อเสนอนโยบายสาธารณะด้านเด็กและเยาวชน เช่น องค์กรความรู้ด้านดนตรีพื้นบ้าน ประชาชนด้านดนตรีได้ช่วยถ่ายทอดให้เด็กและเยาวชนได้ฝึกหัดและแสดงออกทุกวันโดยไม่ไปมั่วสุมแหล่งอบายมุขอื่นๆ ภูมิปัญญาด้านความเชื่อ ช่วยให้คนในสังคมในชุมชนได้มาร่วมชุมนุม เช่น งานประเพณีแห่ธงสงกรานต์แบบลาวครั้ง งานทำบุญกลางบ้าน ภูมิปัญญาด้านอาหาร ภูมิปัญญาด้านสมุนไพร เป็นต้น

2.4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิฑูร สุวรรณชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ที่เคยบริโภคอาหารทะเลแปรรูปและอาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จากผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ ขั้นการรับรู้ปัญหา พบว่า ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อหาเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคมากที่สุด ขั้นการค้นหาข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ขั้นการประเมินทางเลือก พบว่า การได้รับมาตรฐานจาก อย. เป็นเกณฑ์การประเมินทางเลือกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ขั้นการตัดสินใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากตัดสินใจในการเลือกซื้อโดยพิจารณาคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ โดยบรรจุภัณฑ์ที่นิยมซื้อ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์กล่องพลาสติกที่มีขนาด 101-300 กรัม ขั้นตอนพฤติกรรมภายหลังการซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภายหลังการบริโภคในเรื่องความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษามากที่สุด โดยให้เหตุผลในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการปรุงเป็นปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปในครั้งต่อไป

ฉัฐยา ดวงสุวรรณ (2553) ศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมข้าวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจข้าวโดยศึกษาอุตสาหกรรมข้าวไทยและการใช้เครื่องมือด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานและเครื่องมือทางการตลาด

เพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ทุกสมาชิก ภายในห่วงโซ่อุปทานและสร้างมูลค่าเพิ่มที่สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอนาคตได้อย่างยั่งยืน พร้อมสร้างกลยุทธ์การนำแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทาน สำหรับอุตสาหกรรมข้าวไทยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง ผ่านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิคเดลฟาย(Delphi Method) โดยเก็บข้อมูลจาก 3 แหล่ง คือ 1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม สำหรับสินค้าเกษตรไทย 2. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้าวไทยซึ่งมีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมข้าว อย่างน้อย 10 ปี และ 3. การสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วมของผู้วิจัย (Participation and Non – participation) และข้อมูลที่ไต่ไปวิเคราะห์ผลด้วย “การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)” เพื่อความถูกต้อง (Accuracy) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ห่วงโซ่อุปทานข้าวในปัจจุบันสามารถทำได้โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทานเพื่อร่วมมือกันดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความจริงใจต่อกัน และสร้างองค์ความรู้โดยการจัดอบรมให้ความรู้ใหม่ๆแก่สมาชิกในห่วงโซ่อุปทานเพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น โดยภาครัฐควรให้ความสำคัญสนับสนุนและช่วยประสานงานในการพัฒนา นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการทำการเกษตรอินทรีย์ เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มมูลค่าในมุมมองลูกค้าและใส่ใจสิ่งแวดล้อม พร้อมกับมุ่งพัฒนาสินค้าใหม่ แนวโน้มความต้องการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และมุ่งพัฒนาการเก็บข้อมูลสารสนเทศอย่างเป็นระบบ และสร้างข้อมูลออนไลน์เพื่อสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อพยากรณ์ เพื่อวางแผนงานในอนาคต

บรรจง เกลียวเกรียงไกร (2556) ศึกษาการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ข้าวหอมมะลิ เป็นการศึกษาข้อมูลการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าข้าวหอมมะลิซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจและมีแหล่งเพาะปลูกสำคัญอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าเกษตรโดยมีข้าวเป็นสินค้าหลักและสามารถส่งออกได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก แต่สิ่งที่ส่งออกไปขายนั้นยังเป็นสินค้าปฐมภูมิที่มีมูลค่าไม่มากพอที่ประเทศไทยจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ทั้งๆที่ข้าวของไทยโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิเป็นข้าวคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับทั่วโลกว่ามีคุณสมบัติพิเศษด้านความเหนียวนุ่มและมีความหอมตามธรรมชาติ

ในการศึกษากรอบแนวคิดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และ Value Chain Model ของ Michael E Porter เป็นเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายสินค้าแบบครบวงจร ซึ่งกรอบของการวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆตามห่วงโซ่คุณค่าประกอบด้วย กิจกรรมหลัก ได้แก่ การผลิต การควบคุมคุณภาพ การแปรรูป ระบบการตลาด และกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ การวิจัยและพัฒนาคุณภาพของคน การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตแปรรูปและการตลาด การมีส่วนร่วมของชุมชนและนโยบายของรัฐบาล ตลอดจนการกำกับดูแลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยที่จะส่งผลให้การพัฒนาข้าวหอมมะลิตามห่วงโซ่คุณค่าประสบผลสำเร็จต้องอาศัยปัจจัยร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมการรวมกลุ่มและการสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร การขับเคลื่อนโดยใช้การตลาดนำและนโยบายการกำกับและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่สอดคล้องกัน

การนำหลักการของห่วงโซ่คุณค่าข้าวหอมมะลิไปใช้ในการผลักดันยุทธศาสตร์ข้าวหอมมะลิให้สัมฤทธิ์ผลนั้น มีข้อเสนอแนะวิธีการแปลงห่วงโซ่คุณค่าสู่การปฏิบัติตามความเหมาะสมของสภาพพื้นที่ ความพร้อมของหน่วยงานและหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานในปัจจุบัน จากผลการศึกษามีกิจกรรมที่ควรดำเนินการบางส่วนหายไป ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ลงไปถึงรายละเอียดพบว่า มาจาก 3 สาเหตุ คือ 1) กิจกรรมที่มีได้ดำเนินการอาจเป็นโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้วในปัจจุบันประมาณที่ผ่านมา 2) หน่วยงานได้เสนอขออนุมัติกิจกรรม/โครงการแล้ว แต่ไม่ได้รับอนุมัติ 3) โครงการ/กิจกรรมที่ควรจะมีหรือจำเป็นต้องมีตามห่วงโซ่คุณค่าแต่ยังไม่ได้เสนอโครงการเพื่อขออนุมัติงบประมาณ ดังนั้นหน่วยงานต้องพิจารณาว่าจะเชื่อมโยงผลของโครงการที่ดำเนินการไปแล้วมาสร้างคุณค่าและเชื่อมโยงกับกิจกรรมที่กำลังจะดำเนินการหรือกิจกรรมที่กำหนดขึ้นใหม่ได้อย่างไร ซึ่งการสร้างความสำเร็จของกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าในลักษณะเช่นนี้สามารถนำไปเป็นหลักการและเหตุผลในการขอโครงการใหม่ที่ยังไม่ได้งบประมาณได้ เพราะเมื่อบูรณาการโครงการทุกโครงการเข้าด้วยกันแล้ว จะทำให้มองเห็นผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นและความเชื่อมโยงของโครงการได้อย่างเป็นรูปธรรม

ลักษณะพร โรจน์พิทักษ์กุล (2556) ศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อเศรษฐกิจของชุมชน ตำบลกระทุ่มแพ้ว อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี โดยศึกษาสถานการณ์การทอเสื่อกก ศึกษากระบวนการเรียนรู้ ปัจจัย เงื่อนไขต่างๆของการประกอบอาชีพ โดยวิธีการวิจัยแบบผสมผสานเชิงยืนยัน (Triangulation mixed methods design) และการวิจัยเพื่อพัฒนา (Research & Development) กลุ่มตัวอย่างเป็นครัวเรือนที่ประกอบอาชีพทอเสื่อกกและผู้ที่เกี่ยวข้องรวม 43 คน

และครัวเรือนที่ไม่ได้ประกอบอาชีพทอเสื่อกก จำนวน 50 คน เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจาก เอกสาร แบบสอบถาม การศึกษาภาคสนาม สนทนากลุ่ม การสังเกต และการปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่าสถานการณ์การทอเสื่อกกของชุมชนตำบลกระทุ่มแพ้ว ปัจจุบันลดจำนวนน้อยลงไปมาก โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 58 มีรายได้จากการประกอบอาชีพของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 80 มีภาวะหนี้สินมากที่สุด ร้อยละ 73 สำหรับการนำเส้นกกเส้นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนนั้นประชาชนเห็นด้วยร้อยละ 100 ด้านแบบแผนการทอเสื่อกกของชุมชนเป็นการพึ่งแรงงานในครอบครัว พึ่งทรัพยากรท้องถิ่น พึ่งตัวเอง และพึ่งกันเองโดยที่ชุมชนมีปัจจัยภายในที่มีศักยภาพอันเป็นรากฐานสำคัญ 3 ประการ คือ 1) โครงสร้างทางสังคม (Structure) 2) ความสามารถในการผลิต (Ability) 3) ทักษะ (Skills) ในการศึกษาได้นำปัจจัยภายในชุมชนมาเป็นฐานของการพัฒนาและนำปัจจัยภายนอกมาเป็นส่วนเสริมในการสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนโดยการใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based) การให้ความรู้ (knowledge) และสร้างกระบวนการการเรียนรู้ (Learning process) การเชื่อมโยงเครือข่ายการเรียนรู้ (Net work) ผลของวิจัยและพัฒนาครั้งนี้ส่งผลให้ชุมชนตำบลกระทุ่มแพ้วได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากเส้นกก เป็นการนำเส้นกกขนาดเส้นที่ชุมชนขายเส้นกำละ 20 บาท นำมาสานถักลายอิสระเป็นตะกร้าเอนกประสงค์ที่หน่วยผลิตภัณฑ์ได้ในราคาสูงขึ้น มีตลาดรองรับแน่นอนโดยการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเสื่อกกบางพลวงที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ชุมชนได้รับความรู้ใหม่ในด้านเทคนิคการย้อมสีกกแบบถักเปีย เพิ่มช่องทางการจำหน่าย และเชื่อมโยงกับหมู่บ้านใกล้เคียงในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อันเป็นฐานความเข้มแข็งของชุมชนและเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน สังคม เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มั่นคงต่อไป

อนันต์ ลิขิตประเสริฐและคณะ (2556) โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เห็ดฟางเพื่อเพิ่มแหล่งอาหารและแปรรูปผลิตภัณฑ์เห็ดฟางในชุมชนท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) ศึกษากระบวนการ (Process) การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์และการแปรรูปเห็ดฟาง 2) ส่งเสริมศักยภาพ (Capacity Building) ของผู้นำ องค์กรชาวบ้าน และนักศึกษา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการในพื้นที่บ้านหนองตาดน้อย และบ้านหนองไทรงาม ตำบลชุมเห็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีกลุ่มเพาะเห็ดฟาง เป็นกลุ่มเป้าหมายในวิจัยครั้งนี้จำนวน 15 ครัวเรือน ในลักษณะของการบูรณาการเรียนการสอนรายวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับ

การดำรงชีวิตในท้องถิ่นกับการบริการทางวิชาการการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนและการวิจัยเชิงปฏิบัติการเข้าด้วยการผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยี เริ่มจากการส่งเสริมการเพาะเห็ดฟางจากกากมันสำปะหลัง เนื่องจากสามารถหาได้ในพื้นที่จังหวัดเดียวกัน ที่ประสบความสำเร็จเป็นการเพาะเห็ดฟางในโรงเรือนและการเพาะเห็ดฟางในตะกร้าที่ทำเป็นชั้นๆ ใช้พื้นที่ไม่มาก และมีการประกอบเทคโนโลยีเตาอบไอน้ำที่ประกอบขึ้นเอง โดยใช้น้ำมันเครื่องที่ใช้แล้วทดแทนการใช้ฟืนและไม่ทำลายป่าไม้ ซึ่งได้แนวทางจากอาจารย์สาขาพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏให้คำแนะนำ โดยการนำถังน้ำมันขนาด 200 ลิตร และใช้น้ำมันที่ใช้แล้วเป็นเชื้อเพลิง (ใช้น้ำมันเครื่องใช้แล้ว) อบนึ่งพัสดุเพาะด้วยไอน้ำ เป็นการลงทุนต่ำและใช้ได้ยาวนาน อย่างไรก็ตามงานในลักษณะโรงเรือนเป็นงานของผู้ชาย ผู้หญิงจะเป็นงานเก็บผลผลิตและจำหน่าย แม่บ้านของสมาชิกกลุ่มเพาะเห็ดฟางมีความสนใจที่จะแปรรูปผลิตภัณฑ์เห็ดฟางเพื่อเพิ่มมูลค่า จึงได้นำไปศึกษาดูงานจากเครือข่ายกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มเพาะเห็ดอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี และฟาร์มเห็ดบ้านอรัญญิก อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เพื่อเพิ่มความรู้ และได้เลือกแปรรูปเห็ดฟางในรูปแบบของน้ำพริกเห็ดฟาง และเห็ดฟางอบแห้ง ต่อมาได้สนับสนุนให้มีการดำเนินการขึ้นทะเบียนกับกลุ่มพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองบุรีรัมย์ และนำผลิตภัณฑ์เห็ดฟางอบแห้งขอรับรองผลการตรวจมาตรฐานจากอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพ (Capacity building) ของกลุ่มและชุมชนกระบวนการ (Process) ทั้งหมดมีชาวบ้าน 15 ครอบครัว และนักศึกษาสาขาวิชาการพัฒนาสังคมที่เรียนวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในท้องถิ่น ร่วมกันบูรณาการร่วมกับผู้นำกลุ่มและชาวบ้านที่เป็นสมาชิก ทำให้ชาวบ้านที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง จำนวน 4 รายมีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนละ 6,000 ถึง 10,000 บาท ต่อเดือน และผลการแปรรูปเห็ดฟาง เป็นเห็ดฟางแห้งและน้ำพริกเห็ด ทำให้ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกสามารถเก็บผลผลิตไว้ได้นานและเป็นอาหารบริโภคภายในครัวเรือน ทำให้ประหยัดค่าอาหารประจำวันได้

กิตติพงษ์ ตระกูลโชคอำนวย (2558) นวัตกรรมการผลิตข้าว การแปรรูปข้าวและการค้าข้าวในประเทศไทย งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์นวัตกรรมการผลิตข้าว การแปรรูปข้าว และการค้าข้าวในประเทศไทย ด้วยวิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก โดยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตข้าว จำนวน 6 คน พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ข้าวในกลุ่มที่เป็นอาหาร จำนวน 15 ตัวอย่างสินค้า และการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วมกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวจากร้านค้าปลีกทันสมัยห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าปลีกออนไลน์ และวิเคราะห์

เอกสารเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคคนเมือง ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคข้าว คือกลุ่มคนที่เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ แลกเปลี่ยน และพัฒนา นวัตกรรม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว คือการเปลี่ยนความต้องการของผู้บริโภคให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ และท้ายที่สุดการสร้างนวัตกรรมการผลิตข้าว คือการพัฒนาความมั่นคงด้านอาหาร

ศศิธร พักคง (2558) การจัดการโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอม กรณีศึกษา“มะพร้าวน้ำหอมสวนลุงแดง” จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการดำเนินงานและการจัดการโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอม และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการโซ่อุปทานสวนมะพร้าวน้ำหอม โดยใช้ข้อมูลจากเกษตรกรสวนมะพร้าว จำนวน 6 คน ซึ่งเป็นเกษตรกรชาวสวนมะพร้าวทำงานที่สวนลุงแดง จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นเวลามากกว่า10 ปี โดยกิจการสวนมะพร้าวน้ำหอมได้ มีการผลิตมะพร้าว น้ำหอมป้อนเข้าสู่ตลาดจำนวนประมาณ 10,000 - 15,000 ลูกต่อเดือน ซึ่งมีการดำเนินงานในแบบธุรกิจครอบครัวขนาดเล็ก โดยทุกขั้นตอนในการดำเนินงานตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค จะดำเนินการเองทั้งหมด จากการศึกษาพบว่า การจัดการโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอมของสวนลุงแดงนั้นมีการจัดการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบกระบวนการผลิต การเลือกทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสินค้าและการออกแบบการดำเนินงาน เพื่อให้ทุกขั้นตอนดำเนินการราบรื่นและจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าตามที่มีการทำข้อตกลงในการซื้อขายสินค้าและจากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการสวนมะพร้าว คือ ปริมาณผลิตที่ไม่แน่นอน ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค โรคพืชและแมลงศัตรูพืชที่มีการแพร่กระจาย และปัญหาที่เกิดจากภัยธรรมชาติที่ยากต่อการแก้ไขและป้องกัน

2.5 ประเด็นที่กำลังดำเนินการ

การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มด้านอาหารจากข้าวหอมมะลิ โดยใช้ข้าวหอมมะลิ 1 กิโลกรัม ราคา 25 - 30 บาท สามารถทำเป็นแป้งข้าวหอมมะลิได้ประมาณ 600 - 700 กรัม ขายได้ 100 บาท เมื่อนำมาทำขนมโดนัท ได้ราคา 400 บาท (80 ชิ้น) พร้อมทั้งคุณค่าทางอาหารเนื่องจากขนมโดนัท มีส่วนผสม อาทิ ข้าวหอมมะลินำมาแปรรูปเป็นแป้งข้าวหอมมะลิ ไข่ไก่ น้ำมันปาล์ม นมจืด น้ำตาลทรายขาวและเกลือ เป็นต้น ซึ่งสามารถรับประทานแทนข้าวได้มีประโยชน์มากมายทั้ง โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน และวิตามิน รับประทานได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ไม่อันตรายและไม่มีผลต่อโรคประจำตัวด้วย

กรรมวิธีการทำขนมโดนัท เริ่มจากการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ส่วนผสมต่างๆและตามด้วยวิธีทำซึ่งเป็นการทำแบบง่ายๆสามารถเป็นกิจกรรมภายในครอบครัวที่จะทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างความอบอุ่นภายในบ้าน และสามารถทำจำหน่ายในชุมชน ซึ่งมีต้นทุนต่ำเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้มีในชุมชน อาทิเช่น ข้าวหอมมะลิซึ่งปลูกทุกครัวเรือน ไข่ไก่ เป็นต้น ขั้นตอนมีดังนี้

1. เตรียมส่วนผสม

แป้งข้าวหอมมะลิ	300	กรัมหรือ 3 ถ้วย
ผงฟู	2	ช้อนชา
ไข่ไก่ เบอร์2	5	ฟอง
น้ำมันปาล์ม	100	ml หรือ 1/3 ถ้วย
น้ำตาลทรายขาว	200	กรัมหรือ 1 ถ้วย
นมจืด	350	ml หรือ 1 1/2 ถ้วย
เกลือป่น	หนึ่งหยิบมือ	
กลิ่นวนิลาหรือกลิ่นตามความชอบ	2	ช้อนชา
เนยมาการีน	1	ก้อน
งาขาว งาดำ ตามความชอบ		

2. อุปกรณ์ ประกอบด้วย

- เครื่องอบโดนัท
- ภาชนะผสมแป้ง
- ไม้ตีไข่
- แปรงทานเนย
- ถ้วยตวง
- ช้อนตวง
- ไม้เสียบลูกชิ้น

3. วิธีการทำขนมโดนัทจากแป้งข้าวหอมมะลิ มีรายละเอียดดังนี้

1. ตอกไข่ไก่ 4 ฟอง คนไข่ให้เข้ากัน
2. ใส่ น้ำมัน น้ำตาล คนให้เข้ากัน
3. ใส่เกลือเล็กน้อย
4. หลังจากทุกอย่างเข้ากันแล้ว ใส่นมจืดแล้วคนให้เข้ากันโดยที่ไปคนในทิศทางเดียวกันจนกว่าส่วนผสมทุกอย่างเข้ากันดีแล้ว
5. ค่อยๆใส่แป้งข้าวหอมมะลิที่ผสมผงฟูแล้ว คนให้เข้ากันในทิศทางเดียวกันจนเป็นเนื้อเดียวกันซึ่งสังเกตแล้วไม่มีเม็ดทรายหรือฟองอากาศ
6. ใส่กลิ่นวนิลาหรือกลิ่นตามใจชอบ คนให้เข้ากันในทิศทางเดียวกันจนแป้งขึ้นตัวพักไว้ 30 - 45 นาที
7. เตรียมเตาอบ เสียบปลั๊กให้เครื่องร้อน แล้วทาเนยให้ทั่ว
8. หยอดแป้งที่ผสมไว้แล้ว ใส่ลงในพิมพ์ให้เต็มโดยยกให้สูงพอประมาณเพื่อให้แป้งทั้งตัวลงพิมพ์ไม่มีน้ำหนักรวมเกินไป เพราะอาจจะทำให้ขนมไม่มีความนุ่ม จากนั้นโรยหน้าด้วยงา
9. ปิดฝาเตาอบ สังเกตจากไฟบนเครื่องอบ ถ้าไฟสีเขียวติดรอสักพักเมื่อไฟสีเขียวดับก็สามารถเปิดเครื่องอบได้เลย
10. เอาไม้ลูกชิ้นมาเสียบโดนัท รับประทานได้

กิจกรรมนี้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้ข้าวหอมมะลิ นำมาแปรรูปเป็นแป้งข้าวหอมมะลิแล้วนำมาทำเป็นขนมโดนัทซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการ สำหรับเด็กและผู้ใหญ่หรือผู้สูงอายุก็สามารถรับประทานได้ เพราะไม่มีผลที่เป็นอันตรายต่อร่างกายเนื่องจากวัตถุดิบของชุมชนเป็นข้าวหอมมะลิอินทรีย์ปลอดสารพิษ