

ภาคผนวก ก  
บทสรุปผู้บริหาร

## สรุปรายงานวิจัย

1. ชื่อเรื่อง การพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี

### 2. รายชื่อนักวิจัย

- |                               |   |
|-------------------------------|---|
| 2.1 หัวหน้าโครงการวิจัย       | อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์   |
| 2.2 ผู้ร่วมวิจัยในมหาวิทยาลัย | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภภาพร กล้าสกุล<br>อาจารย์จริยา รัชตโสสถ์  |
| 2.3 นักศึกษาผู้ร่วมวิจัย      | นางสาวลตามณี พลับงาม<br>นางสาวทิพวรรณ เริ่มคิดการณ์<br>นายณัฐวัตร์ สวามิภักดิ์<br>นายพิชัยยุทธ์ พงศ์สิริจินดา<br>นายณภัทร ดีสมุทร |
| 2.4 นักวิจัยในพื้นที่         | นายทรงศักดิ์ โชตินิติวัฒน์<br>นางสาวณัฐกมล ต่ายคะนอง<br>จำสิบเอกสมชาย อรุณแข<br>นางสาวเนาวรัตน์จิระมานิต<br>นางสาวปราณี แดงเขียว  |

### 3. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาความยากจนโดยได้กำหนดเป็นนโยบายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติลงสู่การปฏิบัติงานของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในรูปแบบหรือกิจกรรมต่างๆ พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีอาชีพ อยู่ดี กินดี สร้างรายได้โดยการนำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างมูลค่าเป็นสินค้าเพื่อจำหน่าย ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินชีวิต เช่น การจัดตั้งกลุ่มอาชีพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กองทุนหมู่บ้าน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มุ่งเน้นกระบวนการพัฒนาเครือข่ายชุมชนภายใต้รากฐานของความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อสร้างสินค้าให้มีคุณภาพและมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทยตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสร้างสมดุลการพัฒนาในทุกมิติโดยการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่ทิศทางการเติบโตในรูปแบบใหม่ ที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง โดยการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการในภาค

การผลิตและบริการ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการในภาคเกษตรให้ใช้ภูมิปัญญา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับสู่การผลิตและการให้บริการบนฐานความรู้ และที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนให้มีการเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคต่างๆ บนพื้นฐานการพึ่งพาซึ่งกันและกัน รวมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

การจัดสวัสดิการสังคมขององค์กรชุมชนเป็นแนวคิดหนึ่งที่เน้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมที่จะวางรากฐานที่จะพัฒนาสังคมและชุมชนให้เข้มแข็ง มีระบบ มีการจัดการที่ดีในทุกระดับ โดยให้ชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและเน้นให้ความสำคัญในบริบทของความยากจน ความมั่นคงของมนุษย์ ทูทางสังคมและชุมชน การมีส่วนร่วม สวัสดิการสังคมและชุมชน โดยมีแนวคิดพื้นฐานจาก การออมทรัพย์ การผลิต ความเชื่อ จิตวิญญาณ ความศรัทธา และมีเงื่อนไขความสำเร็จจากการนำ ความคิดใน 3 ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชนและส่วนที่อยู่ในชุมชนนอกจากนั้นการนำทางจิตวิญญาณของผู้ที่มีความคิด อุดมการณ์และวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน จะสามารถทำให้ทุกคนเห็นประโยชน์ร่วมกันเป็นการกำหนดเป้าหมายที่แน่นอน ทุกคนจะต้องไปให้ถึงและมีภารกิจรูปธรรมที่เด่นชัด ปฏิบัติได้เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนด พร้อมกันนี้จะต้องมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อกัน สุดท้าย จะต้องมีการจัดสวัสดิการ อารมณ์ร่วม หรือความต้องการร่วมกัน ซึ่งรูปแบบการจัดสวัสดิการชุมชนมีทั้งรูปแบบธรรมชาติและรูปแบบที่มีการจัดการ โดยรูปแบบที่มีการจัดการนั้นสามารถกำหนดได้ 5 รูปแบบ ได้แก่ 1) การจัดสวัสดิการจากฐานองค์กรการเงินชุมชน 2) การจัดสวัสดิการจากฐานการผลิตและธุรกิจชุมชน 3) การจัดสวัสดิการจากฐานการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4) การจัดสวัสดิการจากฐานอุดมการณ์/ศาสนาและการจัดสวัสดิการจากฐานผู้ยากลำบาก โดยมีขบวนการภาคประชาชน และ 5) กองทุนเพื่อการลงทุนเพื่อสังคม (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน, 2552)

ตำบลพระแท่นตั้งอยู่ในเขตปกครองของอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 6,625 ไร่ จำแนกเป็นพื้นที่ทำการเกษตร เช่น ทำนา ทำไร่ ประมาณ 5,000 ไร่ พื้นที่ทำการค้าขายและประกอบกิจการอื่น ๆ ประมาณ 1,285 ไร่ และพื้นที่ป่าไม้ในเขตเทศบาลประมาณ 340 ไร่ ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรเป็นหลัก เทศบาลตำบลพระแท่นมีการจัดสวัสดิการจากฐานการผลิตและธุรกิจชุมชนจากฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยหลักการใช้ประโยชน์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการที่ผนวกความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเกิดจากองค์ความรู้ และนวัตกรรมนำเข้าสู่ขั้นตอนการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์มาดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาให้ครอบคลุมภาคเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างเชื่อมโยงกันบนพื้นฐานของวัฒนธรรม จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากเดิมมาก ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับการส่งมอบ

คุณค่าของสินค้าไปยังลูกค้ามากขึ้นกว่าอดีตที่ผ่านมา (Lindgreen and Wynstra, 2005) จึงเป็นประเด็นสำคัญสำหรับผู้ผลิตที่จะต้องสร้างความเข้าใจเพื่อดำเนินการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแก่ลูกค้า (Eggert and Ulaga, 2002) ผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า “คุณค่า” (value) อาจเกิดจากการผลิต การส่งมอบ การรับรู้ของลูกค้าซึ่งการทำให้เกิดคุณค่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าในระยะยาว (Tzokas and Saren, 1999) ดังนั้นกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงควรสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง อย่างไรก็ตามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนยังประสบปัญหาด้านการตลาดในการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ดังนั้นจึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งผลิตจากทรัพยากรพื้นถิ่นที่มีคุณค่าเป็นของดีเทศบาลตำบลพระแท่น เพื่อหนุนเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำมาต่อยอดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะสอดคล้องกับการยอมรับของผู้บริโภค ยกกระดับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด อันจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจชุมชนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

#### 4. วัตถุประสงค์การวิจัย

4.1) เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

4.2) เพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

4.3) เพื่อประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ต่อตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

#### 5. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี คณะผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัย (Scope of Research) ไว้ดังนี้

##### 5.1 ขอบเขตด้านประชากรที่วิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่น กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน ตลอดจนลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน

##### 5.2 ขอบเขตด้านสถานที่วิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

##### 5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาบริบทและศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน และการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

#### 5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่วิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยรวม 12 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2560 ถึง 31 ตุลาคม 2561

### 6 ทบทวนวรรณกรรม

#### 6.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจัดการธุรกิจชุมชนเป็นการรวมตัวกันของสมาชิกในท้องถิ่นเพื่อร่วมกันประกอบกิจการที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น หรือใช้ศักยภาพที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและบริหารจัดการตามหลักเศรษฐศาสตร์เพื่อชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนโดยมีองค์ประกอบสำคัญ มีดังนี้ ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชนมีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีระบบและมีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ โดยวัตถุประสงค์ ในการการจัดตั้ง เพื่อให้เป็นองค์กรรองรับในการดำเนินงานของชุมชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีผู้รับผิดชอบบริหาร มีการจัดองค์กรและระบบงาน จะทำให้สามารถขอรับการสนับสนุนเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ได้ วิสาหกิจชุมชน ตามแนวทางของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นวิสาหกิจชุมชนระดับตำบลที่เกิดขึ้นตามโครงการ เพิ่มศักยภาพการผลิตของชุมชนปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของการจัดตั้งธุรกิจชุมชน ชุมชน คือ ความเข้าใจของสมาชิก ความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจชุมชน ซึ่งบางชุมชนอาจทำการผลิตแค่พออยู่พอกิน รูปแบบของกลุ่มอาจเป็นเพียงกลุ่มเพื่อการผลิต บางชุมชนอาจมีเป้าหมายคือกำไร เพื่อนำกำไร มายกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น เงินทุน เพราะเงินทุนเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ดังนั้นการดำเนินธุรกิจชุมชนจึงควรเริ่มจากกิจกรรมเล็กไปใหญ่ ค่อยๆ สะสมเงินทุนจากชุมชนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ การรวมทุนที่ละเล็กละน้อยอาจเข้ากันได้ ชุมชนอาจสามารถระดมทุนในรูปแบบของสหกรณ์หรือบริษัทก็ได้ รวมทั้งบุคคล ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องมีความรู้ความสามารถ ทั้งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิทยาการใหม่ ๆ ทั้งนี้จะต้องเป็นคนที่รักงานของชุมชน ขอบงานท้าทาย มีความเสียสละไม่หวังผลตอบแทนมากเกินไป และที่สำคัญการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน ถ้าสมาชิกไม่ร่วมมือธุรกิจชุมชนก็เกิดขึ้นไม่ได้ โดยที่สมาชิกควรมี 4 ร่วม คือ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบ (ธนธิป บัวฝ้าย, 2560)

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มชาวบ้านหรือกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชน โดย

คนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน โดยอาจพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ให้แก่งาน ผลงาน สินค้า บริการ ด้วยการใช้ความคิดบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ สร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม ทรัพยากรที่มีอยู่ การส่งสมภูมิปัญญาของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมโดยเรียก ธุรกิจรูปแบบดังที่กล่าวมานี้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy: CE)

ประเทศไทยได้ผ่านยุคของการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติมาแล้ว และในปัจจุบันกำลังอยู่ในยุคของการลงทุน ที่มีการแข่งขันพื้นที่การลงทุนและการส่งออก ในอนาคตถ้าไม่พูดถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นเทรนด์ใหม่ของโลก ที่จะช่วยสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” และแปรเป็นรายได้มหาศาลให้กับสินค้า บริการ และอุตสาหกรรมได้ไม่ยาก ก็ล้ำสมัยเต็มที่ วันนี้เรารู้จัก เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy ตามทันกระแสโลก ว่าเป็นมาอย่างไร โดยสามารถแบ่งประเภทของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ศูนย์พัฒนาปัญญาคม,2560) ดังนี้ 1) ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม 2) ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะและวัฒนธรรม 3) ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ และ 4) ประเภทสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มการออกแบบ กลุ่ม New Media (เช่น ซอฟต์แวร์ และเนื้อหาดิจิทัล) และกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) เช่น บริการทางโฆษณา นันทนาการ งานวิจัยและพัฒนา ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ความสนใจการพัฒนาตนเองสู่ธุรกิจสร้างสรรค์มากขึ้น มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชน ด้วยการคิดสร้างสรรค์ พัฒนาตราสินค้า คุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

## 6.2 แนวความคิดการจัดสวัสดิการชุมชน

สวัสดิการชุมชน เป็นการสร้างหลักประกันเพื่อความมั่นใจแก่คนในชุมชน ซึ่งหมายความว่ารวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำให้คนในชุมชนดีขึ้น อาจอยู่ในรูปสิ่งของเงินทาง น้ำใจ การช่วยเหลือเกื้อกูล เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ผลของการจัดสวัสดิการชุมชนที่สำคัญ เช่น ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย เกิดความสัมพันธ์มิตรไมตรีที่ดีของคนในชุมชน รู้สึกมั่นคง ภาคภูมิใจ อยู่อย่างมีศักดิ์ศรี และมีความสุข ทั้งนี้สวัสดิการชุมชนมิใช่เรื่องที่ทำไปเพื่อสร้างสวัสดิการภาพและไม่เน้นเรื่องตัวเงินแบบสงเคราะห์ แต่มุ่งสร้างความมั่นใจ จึงเป็นเรื่องที่ชาวชุมชนจะเป็นผู้ร่วมกันสร้างให้เป็นของชุมชนแลเพื่อชาวชุมชนเอง ชุมชนจึงควรเป็นผู้จัดการเอง โดยรัฐหรือองค์กรภายนอกหนุนเสริมแบบเคียงบ่าเคียงไหล่ การจัดสวัสดิการชุมชนสามารถสอดแทรกไว้ได้ในทุกกิจกรรม ริเริ่มแล้วต่อยอดกันเรื่อยไป ภายใต้ความพร้อมและความเห็นชอบร่วมกันของชาวชุมชนเอง ผู้ที่ได้ประโยชน์จากสวัสดิการชุมชน ได้แก่ทุกคนในชุมชน รวมทั้งคนในสังคม โดยผู้ด้อยโอกาสจะได้รับการช่วยเหลือให้มี

โอกาสมีส่วนร่วมและสามารถเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับอย่างมีศักดิ์ศรี ผู้ที่อยู่ในภาวะปกติได้รับการป้องกันช่วยเหลือเกื้อกูล มีส่วนร่วมคิดร่วมทำ ส่วนที่มีความพร้อมทางการเงินจะได้รับความอบอุ่น น้ำใจไมตรีมีส่วนร่วมเป็นผู้ให้ทุนสนับสนุน สวัสดิการชุมชนจะขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมาย มีความมั่นคงของชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน ชุมชนเป็นแกนหลักสร้างการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง ผันผวนกับท้องถิ่น เชื่อมโยงสวัสดิการชุมชนกับการสร้างทุนใหม่ของชุมชนซึ่งเป็นทุนเศรษฐกิจและทุนสังคม การเชื่อมโยงกับการพัฒนาอื่น ๆ ของชุมชนอย่างกลมกลืน สร้างกระบวนการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแต่มีความซื่อสัตย์ และมีประสิทธิภาพ เป็นการระบบการเรียนรู้ตลอดเวลา (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน, 2552, หน้า 4-5)

### 6.3 แนวคิดการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมโดยทั่วไปแล้ว หมายถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) แต่ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการตัดสินใจเพียงอย่างเดียว ยังใช้การตัดสินใจควบคู่ไปกับการดำเนินงาน (Implementation) ด้วย เช่น ในการจัดองค์กร การกำหนดกิจกรรมการพัฒนา และการตัดสินใจยังมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องผลประโยชน์ (Benefits) และการประเมินผล (Evaluation) ในกิจกรรมพัฒนาด้วย ซึ่งเพียร์สและสไตเฟล (Pearse & Stiefel cited in Pongquan, 1979) ได้อธิบายถึงประเภทของการมีส่วนร่วมว่ามี 4 ขั้นตอน คือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในขั้นปฏิบัติการ 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

### 6.4 แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงภายในและระหว่างอุตสาหกรรมส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลงธุรกิจขนาดย่อมมักจะผลิตสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้วอย่างต่อเนื่องและดำเนินกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์อย่างชาญฉลาด เพื่อหลีกเลี่ยงช่วงลดลงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีการจัดการผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้ารู้สึก “ใหม่” (กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ ,2549, หน้า 102) การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products) ในทางการตลาดคือ การเกิดผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีในตลาด เรียกว่า นวัตกรรม (Innovation) ผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงใหม่ (Product Improvement) และผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตทำขึ้นมา ลักษณะเหมือนผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีจำหน่ายในตลาดแล้ว (Mee-too Products) ดังนั้นที่มาของผลิตภัณฑ์ใหม่น่าจะเกิดจากความจำเป็นของผู้บุกเบิก (Pioneer) ในตลาดของธุรกิจ ความต้องการปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และความต้องการมีสินค้าจำหน่ายครอบคลุมทุกชนิด เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้หรือเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่ทำงานได้แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม

McCarthy & Perreault (1990, p. 342) ได้ให้ความหมายคำว่า “ผลิตภัณฑ์ใหม่” หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใด ๆ ที่ใช้สำหรับกิจการ อาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดใหม่หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว (การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึง

พอใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิม) หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ ปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาดจึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี "ความใหม่" ที่แตกต่างและเป็นสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตรงกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภค

#### องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา นั้น ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ โดยรวมเพื่อให้สามารถวางแผนด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ก่อนจะดำเนินการผลิตจริง ชลทิศ ดารารวงศ์ (2560) กล่าวว่าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) คุณภาพของผลิตภัณฑ์เกิดจากการทำงานและความคงทนของผลิตภัณฑ์ โดยนักการตลาดสามารถใช้เกณฑ์ในการวัดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในระดับเดียวกันจากคู่แข่งและระดับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เพราะหากสินค้ามีคุณภาพต่ำก็อาจนำไปสู่การไม่ซื้อซ้ำ อย่างไรก็ตามหากสินค้ามีคุณภาพสูงแต่เกินความสามารถในการซื้อของผู้ซื้อ ก็อาจทำให้สินค้านั้นขายไม่ได้เช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพิจารณาจุดสมดุลระหว่างคุณภาพสินค้า ต้นทุนในการผลิต และระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งต้องคำนึงถึงความสม่ำเสมอของคุณภาพในสินค้าทุกชิ้นโดยมีระบบมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ เช่น ISO9001 เพื่อสร้างการยอมรับและความน่าเชื่อถือให้กับตัวผลิตภัณฑ์

2. ลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical Characteristics) ลักษณะทางกายภาพเป็นรูปร่างลักษณะที่ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ซึ่งหมายถึงรูปร่างลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงมีความสำคัญอย่างมากเพราะจะทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างแท้จริง

3. ราคา (Price) ราคาเป็นจำนวนเงินที่ผู้บริโภคมอบให้ผู้ขายเพื่อแลกเปลี่ยนกับตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งราคาดังกล่าวจะแสดงมูลค่าที่ผู้ซื้อตัดสินใจยอมจ่ายเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้สินค้าหรือบริการ ดังนั้นการตั้งราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาที่สูงหรือต่ำแต่ต้องเป็นราคาที่ผู้ซื้อยอมรับได้เมื่อเทียบกับคุณค่าที่เกิดจากการรับรู้ (Perceived Value) ในตัวสินค้า

4. ตราสินค้าและชื่อเสียงของผู้ผลิต ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ คำ สัญลักษณ์ การออกแบบหรือส่วนประสมของสิ่งเหล่านี้เพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่งซึ่งแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์บางชนิดยังขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของผู้ผลิต โดยเฉพาะสินค้าเฉพาะจงชื่อ (Specialty Goods) ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลด้านจิตวิทยาหรือความชอบส่วนบุคคล ไม่ใช่เหตุผลทางด้านเศรษฐศาสตร์หรือความประหยัด ดังนั้น



การเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ผลิตและตราสินค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่นักการตลาดต้องคำนึงถึง และนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มต่อไป

5. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการในการ ออกแบบและการผลิตภาชนะบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ ได้แก่ สินค้า โดยที่บรรจุภัณฑ์ จะเป็นสื่อกลางที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ลักษณะภายนอกของตัวสินค้าและเมื่อเกิดการยอมรับใน บรรจุภัณฑ์ก็จะนำไปสู่การจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อและการตัดสินใจซื้อจริงในที่สุด นักการตลาด จึงต้องสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเมื่อวางอยู่บนชั้นวางสินค้าร่วมกับสินค้าคู่แข่ง

6. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นงานที่ เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ลักษณะ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมภคนำ ผลิตภัณฑ์ไปใช้จริง โดยต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7. สี (Color) สีเป็นสิ่งเชิญชวนและจูงใจให้เกิดการซื้อเพราะสีทำให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึก ทางด้านจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ สีจึงเป็นตัวช่วยในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคใน การโฆษณาส่งเสริมการขาย การใช้สีเข้ามาช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ (Perception) ซึ่งเป็น ส่วนหนึ่งของปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อสินค้า

8. การให้บริการ (Service) การตลาดยุคปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการด้านการ บริการจากผู้ผลิตและผู้ขายมากขึ้น

9. วัตถุดิบ (Raw Material) วัตถุดิบเป็นวัสดุที่ใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าสินค้าตาม คุณสมบัติที่กำหนด ผู้ผลิตสามารถเลือกใช้วัตถุดิบหรือวัสดุหลายอย่างในการผลิต ซึ่งการตัดสินใจเรื่อง ประเภทของวัตถุดิบนี้ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ตลอดจนต้นทุนในการผลิต และความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ

10. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยเป็นประเด็นสำคัญและยังเป็นปัญหาในทาง จริยธรรมทั้งต่อกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัยทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายเกิดการระแวง รับผิดชอบจากผลิตภัณฑ์ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์สร้างความเสียหายให้กับผู้ซื้อ ผู้ผลิตจึงต้องให้ความสำคัญ กับเรื่องความปลอดภัยอย่างมาก

11. มาตรฐาน (Standard) ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงประโยชน์และมาตรฐานของสินค้านั้น ๆ ซึ่งจะต้องมีการควบคุมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

12. ความเข้ากันได้ (Compatibility) เป็นความสอดคล้องระหว่างลักษณะผลิตภัณฑ์และการ นำไปใช้จริงของผู้ใช้สุดท้าย โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อระบบการทำงานเดิมที่มีอยู่

13. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) ผู้ซื้อส่วนมากมักพอใจที่จะเลือกซื้อ สินค้าในลักษณะที่แตกต่างกันตามความพอใจของแต่ละบุคคล ผู้ผลิตจึงต้องผลิตสินค้าที่มีความ

หลากหลายในด้านรูปแบบ สีสน กลิ่น รส ขนาด การบรรจุหีบห่อและระดับคุณภาพต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

14. คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าผลิตภัณฑ์เป็นผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากการบริโภคและอุปโภคผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่เกิดจากความพึงพอใจในการใช้สินค้าและต้นทุนที่เสียไป ซึ่งคุณค่าผลิตภัณฑ์เป็นหนึ่งในคุณค่าโดยรวมทั้งคุณค่าของบริการคุณค่าของบุคลากรหรือพนักงานขาย และคุณค่าของภาพลักษณ์องค์กร

## 7. วิธีดำเนินการวิจัย

### 7.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่น กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน ตลอดจนลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น โดยในการวิจัยครั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่นที่รับผิดชอบงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 คน ตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 15 คนรวม ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน รวมจำนวน 30 คน สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่น กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน ตลอดจนลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น รวมจำนวน 150 คน

### 7.2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ประเภทคือ

7.2.1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับบริบทและศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่นตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน

7.2.2) แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น ซึ่งใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ (Item Objective Congruency : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบารค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94

### 7.3) ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดประเด็นข้อคำถามกึ่งโครงสร้างเพื่อทราบถึงบริบท ศักยภาพการดำเนินงานและสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี โดยนำประเด็นคำถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 2 คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่นที่รับผิดชอบงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน รวมจำนวน 30 คน

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการประชุมผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมในประเด็นโครงสร้างคำถามที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์โดยมุ่งเน้นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยประเด็นคำถามครอบคลุมถึงบริบท ศักยภาพการดำเนินงาน ตลอดจนสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อนำไปเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่นต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น

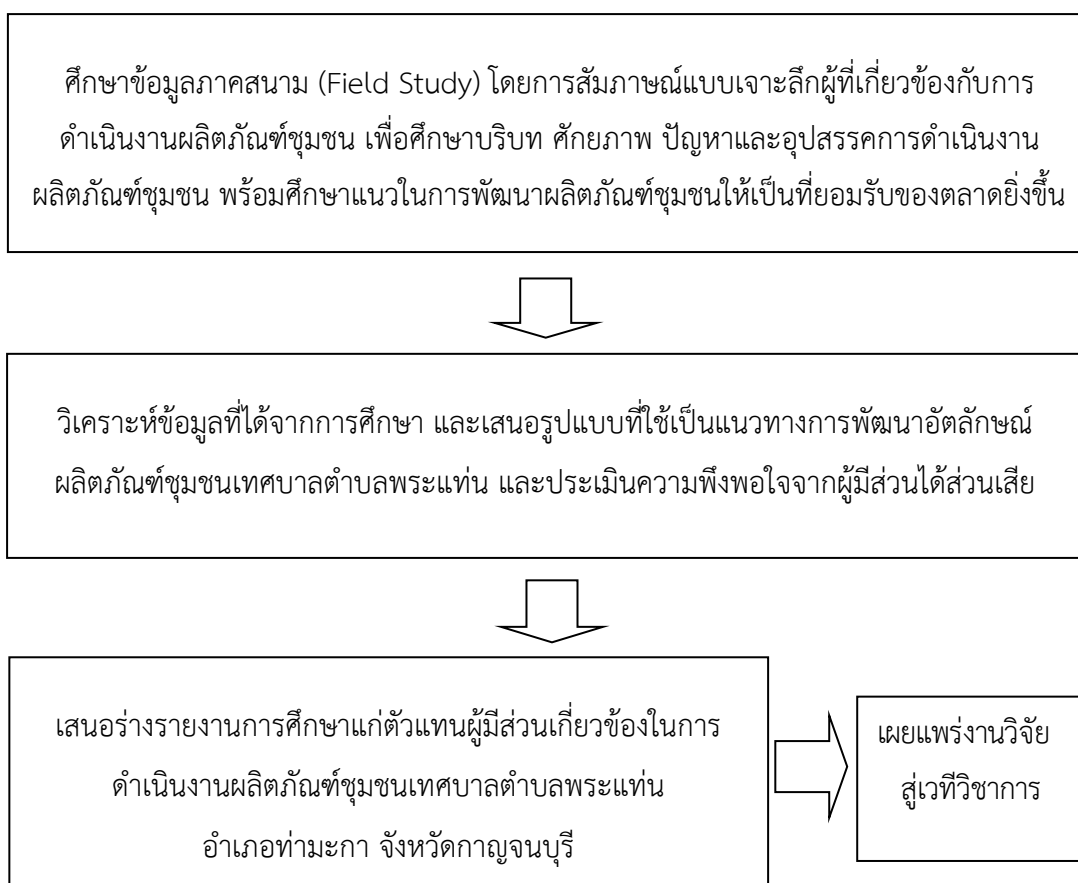
ขั้นตอนที่ 5 ประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนได้ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่นที่รับผิดชอบงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน และใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากและลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น รวมจำนวน 150 คนเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 6 สรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัยแก่ตัวแทนผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่นที่รับผิดชอบงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อไป

#### 7.4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาบริบท ศักยภาพการดำเนินงาน ตลอดจน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนแนวทางการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน เทศบาลตำบลพระแท่น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### 8. กรอบแนวคิดกระบวนการวิจัย



#### 9. สรุปผลการวิจัย

9.1 ผลการศึกษาบริบท ศักยภาพและสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ตำบลพระแท่นตั้งอยู่ในเขตปกครองของอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีเทศบาลตำบลพระแท่นเป็นหน่วยงานปกครองท้องถิ่นโดยเขตการปกครองครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลพระแท่น ซึ่ง

ประกอบด้วย 12 หมู่บ้าน มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 6,625 ไร่ จำแนกเป็นพื้นที่ทำการเกษตร เช่น ทำนา ทำไร่ ประมาณ 5,000 ไร่ พื้นที่ทำการค้าขายและประกอบกิจการอื่น ๆ ประมาณ 1,285 ไร่ และพื้นที่ป่าไม้ในเขตเทศบาลประมาณ 340 ไร่ ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรเป็นหลัก เทศบาลตำบลพระแท่นมีการจัดสวัสดิการจากฐานการผลิตและธุรกิจชุมชนจากฐานการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยหลักการใช้ประโยชน์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการที่ผนวกความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเกิดจากองค์ความรู้ และนวัตกรรมการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์มาดำเนินการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างเชื่อมโยงกันบนพื้นฐานของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งปัจจุบันมีการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่นมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรอินทรีย์ กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม กลุ่มน้ำพริกแกงบ้านสำนักเย็น กลุ่มแม่บ้านหมู่บ้านดอนรัก กลุ่มโรงสีข้าวชุมชน กลุ่มสตรีรีไซเคิล รวมถึงศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้มีการดำเนินการอย่างเข้มแข็งในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีการบรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบง่าย ๆ ออกแบบและจัดทำกันเองในแต่ละกลุ่มผลิตทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดอัตลักษณ์ที่น่าสนใจและจดจำ เมื่อกลุ่มผู้ผลิตต่าง ๆ นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามร้านจำหน่ายของฝาก หรือการออกบูธร่วมงานต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจังหวัดกาญจนบุรี ทำให้กลุ่มลูกค้าไม่สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้ว่าเป็นของดีของพื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี หลายครั้งที่ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ไป และมีความต้องการที่จะซื้อซ้ำเพื่อนำไปเป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก จะต้องติดต่อสอบถามมายังหน่วยงานราชการในจังหวัดกาญจนบุรี แสดงให้เห็นถึงการขาดข้อมูลและการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นสอดคล้องกันว่าสภาพปัญหาหลักประการหนึ่งที่สำคัญเป็นเรื่องของการขาดการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงมีความต้องการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และการจดจำให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าจดจำว่าเป็นของดีเทศบาลพระแท่น ซึ่งจะช่วยส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอันจะเป็นการเสริมสร้างสวัสดิการชุมชนให้กับประชาชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่นอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

9.2 ผลการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตำบลพระแท่นเป็นพุทธสถานที่สำคัญคือ “พระแท่นดงรัง” ซึ่งตั้งอยู่ภายในวัดพระแท่นดงรังวรวิหารซึ่งเป็นพระอารามหลวงชั้นตรี เป็นวัดโบราณซึ่งมีแท่นหินขนาดใหญ่ที่ชาวบ้านเชื่อกันว่าเป็นพระแท่นศักดิ์สิทธิ์ที่พระพุทธเจ้าดับขันธปรินิพพานที่นี่และบริเวณโดยรอบมีต้นรังจำนวนมากซึ่งกล่าวกันว่าเป็น

ป่าดงรังที่กว้างใหญ่ที่สุดในโลก นอกจากนั้นในบริเวณวัดยังมีโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับพุทธประวัติ เช่น เช่น วิหารพระแท่น บ่อบัวพระโอษฐ์ เขาถวายพระเพลิง รอยพระพุทธบาทไม้ประดับมุก วิหารหินบดยา วิหารพระอานนท์ หอพระธาตุ พระอุโบสถจัตุรมุข วิหารพระพุทมนงค บันไดนาคเจ็ดเศียร บันไดแก้ว นับว่าเป็นสิ่งเวชนียสถานแห่งหนึ่งในสี่แห่งของพระพุทธเจ้า คือสถานที่ประสูติ สถานที่ตรัสรู้ สถานที่แสดงปฐมเทศนา และสถานที่ดับขันธปรินิพพาน ซึ่งสังคมไทยส่วนใหญ่นับถือ ศาสนาพุทธทำให้ทุกคนทราบพุทธประวัติเป็นอย่างดี ดังนั้นพุทธสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับพุทธประวัติของพระพุทธเจ้าจึงเป็นที่จดจำของคนส่วนใหญ่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจึงนำชื่อและภาพของพระแท่นดงรังซึ่งเป็นสถานที่สำคัญที่มีชื่อเสียงและเป็นที่จดจำได้มาพัฒนาเป็นตราสัญลักษณ์ที่สร้าง การรับรู้และจดจำให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตขึ้นในเขตเทศบาลตำบลพระแท่นซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างชัดเจนภายใต้ชื่อ “ภูมิพระแท่น” ของดีเทศบาลตำบลพระแท่น

ผลจากการออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น ซึ่งคณะผู้วิจัยจึงได้ร่วมกันกับตัวแทนผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งประกอบด้วยบริหาร และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่นที่รับผิดชอบงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตัวแทนกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนต่าง ๆ ผู้นำชุมชนเพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่นออกมาเป็น 3 รูปแบบดังนี้



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3

ภาพตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นทั้ง 3 รูปแบบ

จากนั้นคณะผู้วิจัยจึงประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่นที่รับผิดชอบงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น รวมจำนวน 150 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นทั้ง 3 รูปแบบ โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมจำนวน 150 คน มีความพึงพอใจต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น แบบที่ 2 เป็นอันดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.59, S.D.= 0.60$ ) รองลงมาเป็นแบบที่ 1 เป็นอันดับที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10, S.D.= 0.71$ ) และแบบที่ 3 ผลการประเมินเป็นอันดับที่ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98, S.D.= 0.67$ ) ตามลำดับ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโดยภาพรวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรีในแบบที่ 2 มากที่สุด ซึ่งมีรูปแบบตราสัญลักษณ์ดังนี้



ภาพตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี

## 10. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแพ่ง อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

10.1 ผลการศึกษาบริบท ศักยภาพและสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแพ่ง อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าเทศบาลตำบลพระแพ่งมีการจัดสวัสดิการจากฐานการผลิตและธุรกิจชุมชนจากฐานการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยหลักการใช้ประโยชน์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยกระบวนการที่ผนวกความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเกิดจากองค์ความรู้ และนวัตกรรมการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์มาดำเนินการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีการบรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบง่าย ๆ เน้นข้อความบรรยายชื่อสินค้า ข้อมูลต่าง ๆ เช่น กลุ่มผู้ผลิต สรรพคุณหรือคุณประโยชน์ต่างๆ บนกระดาษธรรมดา ออกแบบบรรจุภัณฑ์กันเองโดยใช้ประสบการณ์ และจัดทำกันเองในแต่ละกลุ่มผู้ผลิตทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน น่าสนใจและสร้างการจดจำสำหรับลูกค้า ทำให้กลุ่มลูกค้าไม่สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้ว่าเป็นของดีของพื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลพระแพ่ง อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี สอดคล้องกับปณณณช ธนัทพรชรรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี (2558) ที่ศึกษาการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือนบ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรีซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนบ้านคลองเตื่อพัฒนาที่มีรูปแบบง่าย ๆ พิมพ์ข้อความชื่อสินค้าสรรพคุณบนกระดาษธรรมดาติดไว้ที่ผลิตภัณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือความโดดเด่น น่าสนใจและน่าจดจำ ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการขาดข้อมูลและการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแพ่ง จึงจำเป็นต้องพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และการจดจำให้กับผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแพ่ง อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้กลุ่มลูกค้าจดจำว่าเป็น ของดีเทศบาลพระแพ่ง สอดคล้องผลการศึกษาของศิริอมร กาวีระ (2560) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตากพบว่าจุดอ่อนด้านการตลาดของกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไขคือบรรจุภัณฑ์มีชื่อตราสัญลักษณ์ไม่ชัดเจนและไม่สวยงาม ดังนั้นแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดคือต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามชัดเจน

10.2 ผลการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแพ่ง อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการ



เพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลพระแท่นซึ่งการดำเนินการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจนสามารถค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสอดคล้องกับเพียส์และสไตเฟล (Pearse & Stiefel cited in Pongquan, 1979) ได้อธิบายถึงประเภทของการมีส่วนร่วมว่ามี 4 ขั้นตอน คือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในขั้นปฏิบัติการ 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการตัดสินใจเพียงอย่างเดียว ยังใช้การตัดสินใจควบคู่ไปกับการดำเนินงาน (Implementation) ด้วย เช่นการกำหนดกิจกรรมการพัฒนา และการตัดสินใจยังมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องผลประโยชน์ (Benefits) และการประเมินผล (Evaluation) ในกิจกรรมพัฒนาด้วยจึงจะทำให้ประสบผลสำเร็จ ดังที่อุไรวรรณ ทองแกมแก้ว และชูศักดิ์ ทองแกมแก้ว (2552) กล่าวไว้ว่า การรวมกลุ่ม ร่วมกันคิด ร่วมในการศึกษา ร่วมกำหนดและร่วมกันปฏิบัตินั้นสามารถทำให้งานต่าง ๆ ลุล่วงได้ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนนับเป็นการทำงานที่มีส่วนร่วมที่ดีและยังทำให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ ความเป็นเจ้าของและมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ผลการวิจัยทำให้พบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตำบลพระแท่นเป็นพุทธสถานที่สำคัญคือ “พระแท่นดงรัง” ซึ่งตั้งอยู่ภายในวัดพระแท่นดงรังวรวิหาร เป็นวัดโบราณซึ่งมีแท่นหินขนาดใหญ่ที่ชาวบ้านเชื่อกันว่าเป็นพระแท่นศักดิ์สิทธิ์ที่พระพุทธเจ้าดับขันธปรินิพพานที่นี่ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมายาวนาน ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นสอดคล้องกันว่าควรนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์สำคัญเพื่อออกแบบเป็นตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นเพื่อให้ความโดดเด่นและจดจำได้ง่ายสอดคล้องกับทองเจือ เขียดทอง (2547) ซึ่งอธิบายไว้ว่าการออกแบบตราสัญลักษณ์นั้นมีเป้าหมายเพื่อเป็นการสื่อ เพื่อเตือนความทรงจำและทำให้เกิดผลด้านการสื่อความหมายต่อสาธารณชนได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับบรรณา กัลยาสาย (2552) ที่ได้กล่าวว่าแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมาตรฐานนั้นต้องคำนึงถึงตราผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สัญลักษณ์ของกลุ่ม ตลอดจนรายละเอียดของข้อมูลซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญเพื่อสร้างความโดดเด่นให้ตัวผลิตภัณฑ์จดจำง่ายโดยการดำเนินการแบบมีส่วนร่วม สมาชิกจะช่วยกันเสนอรูปแบบที่ต้องการก่อนเมื่อฝ่ายออกแบบทำการออกแบบแล้วจึงนำไปพิจารณาร่วมกันในกลุ่มจนเป็นที่พึงพอใจจึงจะนำมาใช้ได้ ดังที่เสรี วงษ์มณฑา และชุษณะ เตชคณา (2550) กล่าวว่า การสร้างแบรนด์ให้เข้มแข็งก็คือการทำให้สินค้ามีความแตกต่างที่ชัดเจนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะเมื่อผู้บริโภคขึ้นชมแบรนด์ใดก็ตามสินค้าภายใต้แบรนด์นั้นก็จะขายได้ง่ายขึ้นและที่สำคัญคือสินค้าชนิดใดที่มีแบรนด์โดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าชนิดอื่นอย่างชัดเจนจะสามารถหลุดพ้นจากสงครามราคาไม่ต้องแข่งขันกับสินค้าอื่นด้วยราคาทำให้สามารถทำกำไรได้มากขึ้น

## 11. ข้อเสนอแนะ

### 11.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

11.1.1) หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีภาระหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจองค์ความรู้ทางการตลาด การสร้างแบรนด์

11.1.2) เทศบาลตำบลพระแท่นควรมีการจัดทำแผนพัฒนากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ตระหนักถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ให้กับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่นให้มากขึ้น

11.1.3) เทศบาลตำบลพระแท่นควรมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและแก้ไขปัญหาความยากจนให้กับสมาชิกของชุมชน

### 11.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

11.2.1) ควรส่งเสริมให้นำตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นไปใช้เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์และสร้างการจดจำให้กับกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น

11.2.2) การส่งเสริมศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนควรมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในขั้นปฏิบัติการ 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการตัดสินใจเพียงอย่างเดียว ยังใช้การตัดสินใจควบคู่ไปกับการดำเนินงาน (Implementation) ด้วย เช่น การกำหนดกิจกรรมการพัฒนา และการตัดสินใจยังมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องผลประโยชน์ (Benefits) และการประเมินผล (Evaluation) ในกิจกรรมพัฒนาด้วยจึงจะทำให้ประสบผลสำเร็จ

### 11.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการประเมินความพึงพอใจและผลกระทบจากการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นในด้านการสร้างการรับรู้และจดจำเพื่อความยั่งยืนและการพัฒนาทางเศรษฐกิจชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นต่อไป

สรุปนวัตกรรมที่ได้จากการศึกษาวิจัยเชิงบูรณาการแบบมีส่วนร่วม เรื่อง การพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี

ประเด็นศึกษา	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ
การพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี	ตำบลพระแท่นมีการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลายหลายทั้งในรูปแบบที่ดำเนินการเป็นรายบุคคลและรูปแบบกลุ่มสวัสดิการ	เกิดสื่อต้นแบบตราสัญลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่นเพื่อใช้ติดผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ของชุมชนที่มีการร่วมกลุ่มการในรูปแบบการจัดสวัสดิการ เพื่อประโยชน์ในการนำไปจำหน่ายในนามของกลุ่ม ใช้เป็นของฝาก รับผู้มาศึกษาดูงาน และกิจกรรมต่างๆ ที่ทำร่วมกันในนามกลุ่มของชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอกำมะกา จังหวัดกาญจนบุรี

ภาคผนวก ข  
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินเครื่องมือวิจัย

### รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินเครื่องมือวิจัย

1. อาจารย์ ดร.วิวิศน์ สุขแสงอร่าม  
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์  
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
3. คุณธีรยา เจริญสุข  
นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ  
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี

ภาคผนวก ค  
รายชื่อผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก

## รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก

- |                     |                 |                                  |
|---------------------|-----------------|----------------------------------|
| 1. นายทรงศักดิ์     | โชตินิติวัดมน   | นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพระแท่น    |
| 2. นางสาวณัฐกมล     | ต่ายคะนอง       | รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลพระแท่น |
| 3. จำสืบเอกสมชาย    | อรุณแห          | ปลัดเทศบาลตำบลพระแท่น            |
| 4. นางสาวเนาวรัตน์  | จิระมานิต       | เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่น     |
| 5. นางสิริวรรณ      | โอภากุลวงษ์     | เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลพระแท่น     |
| 6. นางสาวปราณี      | แดงเขียว        |                                  |
| 7. นางสาวสุกานดา    | นิยมสุข         |                                  |
| 8. นางสาวกนกวรรณ    | เล่ห์ประถิน     |                                  |
| 9. นางสาวอุไรวรรณ   | เมฆขาว          |                                  |
| 10. นายสุนทร        | เพียรทอง        |                                  |
| 11. นางสาวแก้วใจ    | มานะชัย         |                                  |
| 12. นายชัยรัตน์     | เล่าอรุณ        |                                  |
| 13. นายสมชาย        | อาจปึกษา        |                                  |
| 14. นางซัชชญา       | สมประสงค์       |                                  |
| 15. นายสมศักดิ์     | แสงคำ           |                                  |
| 16. นายนิยม         | รินน้อย         |                                  |
| 17. นางประนอม       | ทองคำ           |                                  |
| 18. นายไพศาล        | พ่วงรอด         |                                  |
| 19. นางเพยาร์       | กระต่ายทอง      |                                  |
| 20. นายทองอยู่      | บัวกลิ่น        |                                  |
| 21. นางนภวรรณ       | อุบลธรรม        |                                  |
| 22. นายศักดิ์ชัย    | บุหงาวิลาสิทธิ์ |                                  |
| 23. นายโสภณ         | เหมระ           |                                  |
| 24. นายสุริยา       | เอมทอง          |                                  |
| 25. นางสาวอุษา      | จันทร์ทอง       |                                  |
| 26. นางสาวอรวี      | อ่อนน้อม        |                                  |
| 27. นางสาวธรรม์ฤทัย | พระแท่น         |                                  |
| 28. นายประสงค์      | กระต่ายทอง      |                                  |
| 29. นายจิรวิทย์     | ลาภอุดมทรัพย์   |                                  |
| 30. นายประพิมพ์     | ศรีนวล          |                                  |

ภาคผนวก ง  
ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

เทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอนาทม จังหวัดกาฬสินธุ์

\*\*\*\*\*

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

.....  
 .....

ที่อยู่.....

.....

เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ.....

.....

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลาที่สัมภาษณ์.....

.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

**ส่วนที่ 2 บริบท ศักยภาพการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ชุมชน  
เทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี**

1. ปัจจุบันศักยภาพการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นอย่างไรบ้าง
2. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของดีของแต่ละชุมชนมีอะไรบ้าง
3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี เป็นอย่างไรบ้าง
4. แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ควรเป็นอย่างไรบ้าง

**ส่วนที่ 3 การพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น  
อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี**

1. อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี มีอะไรบ้าง
2. ท่านมีความภาคภูมิใจสิ่งใดในพื้นที่ตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรีบ้าง
3. ท่านต้องการให้ลูกค้าหรือบุคคลนอกพื้นที่รู้จักหรือจดจำภาพลักษณ์ของตำบลพระแท่นอย่างไรบ้าง
4. แนวทางการพัฒนาตราสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ควรเป็นอย่างไร

ภาคผนวก จ

ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบตรา  
สัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเทศบาลตำบลพระแท่น อำเภอนาทม  
จังหวัดกาฬสินธุ์



ภาคผนวก ฉ

เอกสารรับรองการนำผลการวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์  
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

