

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรรมสังคม ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ

คุณัญญาฐ์ คงนาวัง¹

โชติมา ไชยวงศ์เกียรติ²

Received: June 18, 2025 Revised: August 28, 2025 Accepted: August 30, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ และเพื่อหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรรมสังคม ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ มีระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลนาเสียว จำนวน 12 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จำนวน 12 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันบางกลุ่มไม่มีการดำเนินการต่อ บางกลุ่มมีการรวมกลุ่มและผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนมากกลุ่มต่าง ๆ ขาดระบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบและกระบวนการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างกลุ่ม ส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนในกลุ่ม แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้กระบวนการวิศวกรรมสังคม ค้นพบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนดังนี้ ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องมีการกำหนดมาตรฐานสินค้า และควบคุมระบบการผลิต ให้มีความสม่ำเสมอ จัดอบรมให้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างเรื่องราว สื่อความหมายทางวัฒนธรรมในตัวผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ สมาชิกเรียนรู้หลักการขายผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศในช่องทางที่หลากหลาย เน้นเทคนิคการขายผ่านทางสังคมออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของตลาดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยน่าดึงดูดใจของลูกค้า

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, กระบวนการวิศวกรรมสังคม, ตำบลนาเสียว

¹ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ email: kununyakunun@gmail.com

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา email: chotima_y@hotmail.com

Development of Community Products through the Social Engineering Process of Community Product Production Groups in Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province

Kununya Kongnawang¹

Chotima Chaiwongkiat²

ABSTRACT

The objective of this study were to examine the basic information on community products of the community product production groups in Na Siao Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province, and to explore approaches for developing these products under the social engineering process. The research employed a qualitative methodology, using in-depth interviews with 12 key informants representing the community product producers' group in Na Siao Subdistrict. Data were analyzed using descriptive analysis.

The study found that among the 12 community product production groups registered as community product entrepreneurs (OTOP), some groups have ceased operations, while others have merged and continue to produce community products. This situation has primarily resulted from the lack of a systematic management structure and insufficient processes for knowledge exchange and transfer between groups, leading to discontinuity in community product production. Community product development guidelines under the social engineering process have led to the discovery and creation of three new community products. The development guidelines are as follows: community products must establish product standards and implement production control systems to ensure consistency; provide training on product design, storytelling, and the incorporation of cultural meaning into products; promote public relations; enable members to learn sales principles through various information technology channels, with an emphasis on online and social media marketing techniques; produce products that meet market demands; and develop modern, attractive packaging that appeals to customers.

Keywords: : Development of community products; social engineering process; Na Siao Subdistrict

¹ Faculty of Liberal Arts and Science, Chaiyaphum Rajabhat University email: kununyakunun@gmail.com

² Faculty of Management Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University email: chotima_y@hotmail.com

บทนำ

ประเทศไทยยังมีโอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยการพัฒนาคนทั้งด้านความรู้ ภูมิปัญญา ชีตความสามารถ ในการดำเนินงานและการวางแผนการทำงานอย่างมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง (ขวัญมกล ดอนขวา และณัชชา ลิ้มปศิริสุวรรณ, 2563) หากพิจารณาความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์การค้าเพื่อเศรษฐกิจฐานรากและชุมชน จะพบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้ถูกระบุให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนหลักของประเทศเกือบทุกแผน เพื่อเพิ่มศักยภาพ ชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและลดช่องว่างของรายได้ระหว่างภาค และมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมโดยมีแผน บูรณาการให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการชุมชนสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

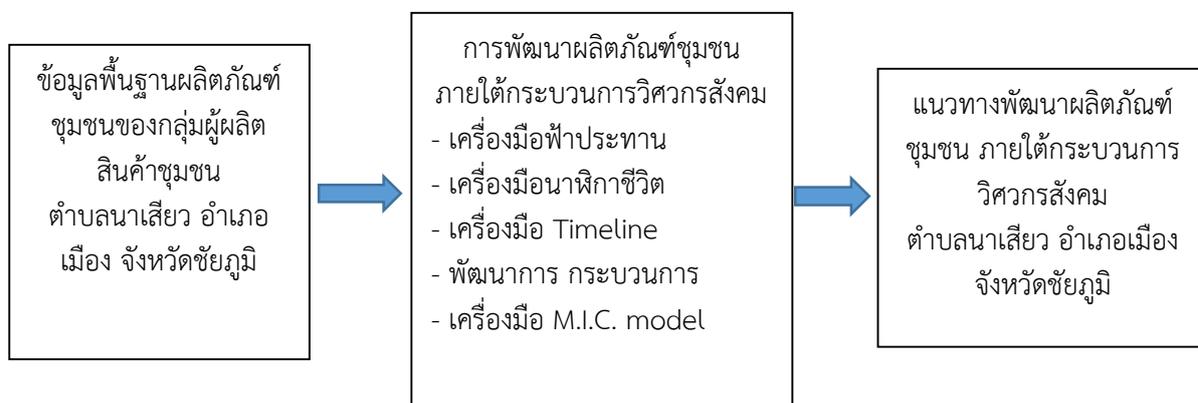
การเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งจึงเป็นกระแสเรียกร้องของสังคมให้หันกลับมาพิจารณารากเหง้าของตนเองตั้งแต่ความเป็นจริงของสังคมและกระบวนการศึกษาเรียนรู้เพื่อให้ชุมชนพัฒนาตนเอง สามารถพึ่งพาตนเองได้ หากมองในแง่เศรษฐกิจ สามารถพิจารณาความเข้มแข็งของชุมชนได้จากศักยภาพของชุมชนในการจัดการระบบเศรษฐกิจ การปรับตัวเข้ากับการผลิต เพื่อการค้า มีกลไกในการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ มีการจัดระบบตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ (ชมพูนุช ทุ่งนาค และคณะ, 2560) ผลลัพธ์ตามท้องถิ่นมาจากภูมิปัญญา เอกลักษณ์และวัฒนธรรม ในแต่ละพื้นที่มีทรัพยากรที่ แตกต่างกันไป ทรัพยากรบางชนิดสามารถนำมาทำประโยชน์ให้กับชุมชนอย่างช้านานจนกลายเป็นภูมิปัญญาของ ท้องถิ่นนั้น และคนในท้องถิ่นก็ใช้ความรู้ความสามารถที่มีนำมาพัฒนา ดัดแปลง ต่อยอด สร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เกิดจากภูมิปัญญา ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคในตลาดมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการ จึงต้อง หันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันและยกระดับสินค้าชุมชนมากขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถือว่า เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ แต่ปัญหาหนึ่งที่พบได้ในเกือบทุกชุมชน คือปัญหาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของ ผู้บริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ปัจจัยสำคัญในการทำ ธุรกิจเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายอย่างแท้จริง คือการสร้างความสำเร็จในตัวสินค้า ดังนั้นการเรียนรู้เทคนิคการสร้างหรือ ออกแบบผลิตภัณฑ์นับเป็นวิธีการหนึ่งให้ผู้ผลิตสามารถใช้เป็นเครื่องมือผลิตสินค้าของตนให้มีจุดขายแตกต่างจากสินค้าอื่น และเพิ่มมูลค่าให้สินค้า จัดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ช่วยขยายหรือรักษาส่วนแบ่งตลาดได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการนำกระบวนการ วิศวกรสังคมลงไปใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนจะทำให้มีการวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาของชุมชนอย่างเป็นระบบ ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สร้างตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน และพัฒนาทักษะของบุคลากรให้สามารถ จัดการตนเองได้จากทั้ง 5 เครื่องมือที่จะทำให้ชุมชนได้ค้นพบและเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง พร้อมทั้งคนในชุมชนได้พัฒนา ทักษะของตนเอง สามารถจัดการตนเองได้ ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองในระยะยาว ก่อให้เกิดการส่งเสริมการพัฒนาชุมชน ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรสังคม ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุค ปัจจุบัน ตามปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดความสมดุลต่อชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรสังคม เครื่องมือฟ้าประทาน เครื่องมือนาฬิกา ชีวิต เครื่องมือ Timeline พัฒนาการ เครื่องมือ Timeline กระบวนการ และเครื่องมือ M.I.C. model ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรสังคมของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ เป็นการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและพื้นฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้ระเบียบวิธีวิจัยการวิจัยและพัฒนาปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (Area-based Action Research หรือ Action Research for Area Development) เป็นกระบวนการวิจัยที่เน้นการศึกษาบริบทพื้นที่ แก้ปัญหาและพัฒนา โดยเริ่มจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวิเคราะห์ปัญหา วางแผนปฏิบัติการ ลงมือทำ เพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงระดับชุมชน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Specified sampling) โดยยึดวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นหลักสำคัญ ศึกษาข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละชุมชน ซึ่งถูกเลือกแบบเจาะจงโดยพิจารณาจากตำแหน่งที่มีบทบาทต่อกลุ่ม ตำบลนาเสียว จำนวน 12 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้กระบวนการวิศวกรสังคมของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประกอบไปด้วยอาจารย์ บุคลากร จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นผู้ที่สอนในรายวิชานวัตกรรมท้องถิ่น และตัวแทนนักศึกษาจาก 3 คณะ ประกอบไปด้วยคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 15 คน เป็นนักศึกษารายวิชานวัตกรรมท้องถิ่นที่สมัครใจเข้าร่วมในการลงพื้นที่ในการดำเนินการวิจัย

3. เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ประกอบด้วยข้อคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทพื้นฐานของกลุ่มและการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

การวิจัยและพัฒนาปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (Area-based Action Research หรือ Action Research for Area Development) ใช้เครื่องมือกระบวนการ “วิศวกรสังคม” 5 เครื่องมือ ได้แก่เครื่องมือฟ้าประทาน ซึ่งหลักการสำคัญของ

เครื่องมือคือการคิดอย่างมีเหตุผลและความเข้าใจ เป็นแนวคิดในการส่งเสริมทักษะการคิด โดยมีหัวใจสำคัญคือการแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากอารมณ์ การยอมรับความเห็นต่าง และการหาจุดร่วมเมื่อพบเจอข้อมูลและปัญหาชุมชนอันจะนำไปสู่ความสามารถจัดการปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือนาฬิกาชีวิตเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจและเคารพวิถีชีวิตของผู้อื่น โดยมีการตั้งคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลในหลากหลายมิติ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การพัฒนา เครื่องมือ Timeline พัฒนาการเพื่อพัฒนาทักษะการสร้างนวัตกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้ผู้ใช้เล่าเรื่องราวและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่กำหนด รวมถึงช่วยวิเคราะห์และวางแผนเพื่อการสร้างสรรคในอนาคต โดยผู้ใช้สามารถสร้างไทม์ไลน์เพื่อแสดงลำดับเหตุการณ์ต่าง ๆ ตามช่วงเวลา เพื่อทำความเข้าใจบริบทและพัฒนาการของชุมชน เครื่องมือ Timeline มีกระบวนการที่ใช้ในการทำความเข้าใจและวิเคราะห์ขั้นตอนต่างๆ ที่มาของผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือกระบวนการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ เพื่อให้เห็นภาพรวมทั้งหมดและสามารถระบุจุดที่ต้องปรับปรุงในข้อบกพร่องที่พบในกระบวนการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ได้ โดยใช้การจัดเรียงเหตุการณ์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตามลำดับเวลา และเครื่องมือ M.I.C. model เป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาทักษะ "นักประสาน" และ "นักสร้างนวัตกรรม" ให้กับวิศวกรสังคม โดยหัวใจสำคัญคือการเลือก ปรับปรุง (Modify) ยกระดับ (Improve) หรือ สร้างเพิ่ม (Create) ในสิ่งที่นักวิศวกรสังคมไปพัฒนาตั้งแต่เครื่องมือที่ 1- 4 ตามกระบวนการต่างๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณค่ามากขึ้น (นงรัตน์ อัสโร, 2562)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมโดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์ สำหรับการตอบคำถามแบบปลายเปิด (Open-End) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ติดต่อนัดหมายวันเวลาในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

4.2 เข้าไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามเวลานัด ใช้เวลาสัมภาษณ์ต่อคนไม่เกิน 60 นาที โดยใช้วิธีการจดบันทึก และใช้เครื่องบันทึกเสียง ในการบันทึกการสนทนา เพื่อนำมาใช้ถอดความสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งหลังจากผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว แสดงความขอบคุณ พร้อมกับมอบของที่ระลึกให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ ระยะเวลาการสัมภาษณ์ 20 วัน

4.3 อาจารย์ บุคลากร จำนวน 3 คน และตัวแทนนักศึกษาจาก 3 คณะ ประกอบไปด้วย คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 15 คน ลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรสังคม ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

4.4 สรุปผลการศึกษาจากข้อมูลสัมภาษณ์และการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนำเสนอแนะข้อมูลที่ได้จากการศึกษา

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการศึกษานี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษามีขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้

5.1 ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาแยกประเด็นตามแต่ละประเด็นคำถาม

5.2 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แยกประเด็นคำถามแล้ว นำมาเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างกันของผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละคน ก่อนนำข้อมูลนั้นไปวิเคราะห์

5.3 นำข้อมูลที่ได้จากการเปรียบเทียบมาวิเคราะห์เพื่อสรุปผลการศึกษาร่วมกันและนำเสนอด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ภาพ 1 วิศวกรสังคมเก็บรวบรวมข้อมูล (Social Engineer Collection-SEC)



ที่มา: คณะนักวิจัย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน จำนวนกลุ่มและผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ที่ขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จำนวน 12 กลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์ของนางยวนใจ แก่นพะเนา นางสมหมาย ลองจ้านงค์ นางวันเพ็ญ ลิพิลา ศูนย์เรียนรู้บ้านซันรวงไทร กลุ่มทอผ้าคลุมไหล่บ้านนาไก่อีนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาไก่อีนา วิสาหกิจชุมชนนาวังผ้าบาติก กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมบ้านนาเสียว กลุ่มทอผ้าไหมบ้านนาวัง กลุ่มภูมิปัญญาพาเจริญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังตาดฟ้า ปัจจุบันบางกลุ่มไม่มีการดำเนินการต่อบางกลุ่มมีการรวมกลุ่มและผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มต่าง ๆ ขาดระบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบและกระบวนการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างกลุ่มส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในกลุ่ม และปัจจัยอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์ขาดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ขาดการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ เช่น กลุ่มทอผ้าไหมไม่นำเรื่องราวอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมชุมชน เพราะสมาชิกในกลุ่มไม่ทราบเรื่องราวอัตลักษณ์ภูมิปัญญาจึงไม่ได้นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์ เป็นเหตุให้ผลิตภัณฑ์ขาดความโดดเด่น และไม่มีความแตกต่างจากผ้าไหมในพื้นที่อื่น ๆ ด้านช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายกลุ่ม

2. เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรสังคม ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์โดยใช้กิจกรรมที่ วิศวกรสังคมเก็บรวบรวมข้อมูล (Social Engineer Collection-SEC) กิจกรรมที่ วิศวกรสังคมร่วมสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่ชุมชน (Social Engineer Network-SEN) ด้วยเครื่องมือ “วิศวกรสังคม” 5 เครื่องมือ เครื่องมือฟ้าประทาน เครื่องมือนาฬิกาชีวิต เครื่องมือ Timeline พัฒนาการ เครื่องมือ Timeline กระบวนการ และเครื่องมือ M.I.C. model ประกอบไปด้วย การพัฒนาเส้นสายลายใหม่ ผ้ามัดหมี่ไหมทอมือบ้านนาเสียวโดยการออกแบบลายผ้าจากบริบทวิถีชีวิตและทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในชุมชน พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าไหมลายต้นเสียวที่มาจากต้นไม้ประจำหมู่บ้าน พัฒนาด้านอาหาร “ส้มอยู่ไฟ” ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านด้านอาหารจากการนำสมุนไพรในชุมชน วัฒนธรรมบุญต้นน้ำเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน และแนวทางการพัฒนาที่ชุมชน ต้องมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าและควบคุมระบบการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ จัดอบรมให้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการให้ความหมายทางวัฒนธรรมในตัวผลิตภัณฑ์ มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จัก สมาชิกในกลุ่มรับทราบเรื่องราวอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและร่วมกันเพื่อที่จะได้นำมาร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ สมาชิกมีความต้องการเรียนรู้หลักการขายผ่านเทคโนโลยีเข้ามาช่วย และเทคนิคการขายผ่านสื่อออนไลน์

สรุปและอภิปรายผล

1. ข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน จำนวนกลุ่มและผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ปัจจุบันบางกลุ่มไม่มีการดำเนินการต่อบางกลุ่มมีการรวมกลุ่มและผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มต่าง ๆ ขาดระบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบและกระบวนการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างกลุ่มส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องในการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในกลุ่ม และปัจจัยอื่นๆ ผลิตภัณฑ์ขาดอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ขาดการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิเช่น กลุ่มทอผ้าไหมไม่นำเรื่องราวอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนถูกนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมชุมชน เพราะสมาชิกในกลุ่มทราบเรื่องราวอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและร่วมกันนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความโดดเด่นขาดความแตกต่างจากผ้าไหมในพื้นที่อื่นๆ รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่อความต้องการด้านช่องทางการตลาดที่ไม่หลากหลายและไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายกลุ่ม เพราะการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ยุคใหม่โดยใช้ทุนทางภูมิปัญญา และวัฒนธรรมชุมชนที่มาช้านานคู่ชุมชนเมื่อ นำมาส่งเสริมและพัฒนาอาชีพสร้างนวัตกรรมที่ใช้ชุมชนเป็นฐานเป็นการลงทุนโดยใช้ทุนทางปัญญาของชุมชน ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยุคใหม่ในปัจจุบันสามารถนำวัฒนธรรมชุมชน มาส่งเสริมพัฒนาอาชีพสร้างนวัตกรรมที่ใช้ชุมชนเป็นฐานได้และต้องมีกระบวนการบริหารจัดการที่เป็นระบบ มีการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆระหว่างกลุ่ม เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คุณภาพได้มาตรฐาน สุจริตา คำแหง และจิราภรณ์ ถมแก้ว (2561) ได้ศึกษาการสร้างผู้ประกอบการใหม่ภายใต้อัตลักษณ์ชุมชนและได้สรุปไว้ว่าการนำ อัตลักษณ์ชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทรัพยากรในชุมชน มาเป็นปัจจัยสำคัญในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการสร้างสำนึกความเป็นพลเมือง ทำให้ชุมชนรู้จักตนเอง รู้จักรากเหง้า รู้ถึงคุณค่าของชุมชน จนนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกสาธารณะที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนได้นั้นจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งกระทั่งสามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้

2. แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรสังคม ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนใหม่จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์โดยใช้กิจกรรมที่ วิศวกรสังคมเก็บรวบรวมข้อมูล (Social Engineer Collection-SEC) กิจกรรมที่ วิศวกรสังคมร่วมสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนแก่ชุมชน (Social Engineer Network-SEN) ด้วยเครื่องมือ “วิศวกรสังคม” 5 เครื่องมือ เครื่องมือฟ้าประทานโดยมีหัวใจสำคัญคือการแยกแยะ

ข้อเท็จจริงออกจากอารมณ์ การยอมรับความเห็นต่าง และการหาจุดร่วมเพื่อนำไปสู่การพัฒนา บนหลักการของเหตุผลและความเข้าใจ ทำให้สามารถทราบและจัดการปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือนาฬิกาชีวิต ใช้เพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการเคารพวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน เครื่องมือนี้จะช่วยให้ผู้ใช้ ตั้งคำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลอย่างหลากหลายมิติ และ เข้าใจบริบทของคนในชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่เหมาะสม เครื่องมือ Timeline พัฒนาการ ใช้ในการทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงในอดีตและวางแผนอนาคต ผ่านการบันทึกเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่ส่งผลต่อบุคคล สังคม หรือองค์กร เป็นการสร้างความเข้าใจในลำดับเวลาและผลกระทบของแต่ละเหตุการณ์ เครื่องมือ Timeline กระบวนการเป็นเครื่องมือสำหรับศึกษากระบวนการ เพื่อทำความเข้าใจขั้นตอนของเรื่อง/ ปรากฏการณ์/ ประเด็นที่เราสนใจ ตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกกระบวนการมา พัฒนา รวมถึงการวางแผนการพัฒนาเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้นในอนาคต เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความเข้าใจต่อกระบวนการการทำงาน และเครื่องมือ M.I.C. model เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาทักษะของวิศวกรสังคม โดยหัวใจหลักคือการเลือกปรับปรุง (Modify) ยกระดับ (Improve) หรือสร้างเพิ่ม (Create) กระบวนการต่างๆ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณค่ามากขึ้น เป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นการคิดวิเคราะห์และสนับสนุนการแก้ปัญหาหรือพัฒนาชุมชนด้วยหลักเหตุผล ในการดำเนินการวิจัยได้นำทั้ง 5 เครื่องมือลงไปดำเนินงานวิจัยกับชุมชนได้ค้นพบผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนานวัตกรรมโดยยึดทั้ง 5 เครื่องมือ ประกอบไปด้วย การพัฒนาเส้นสายลายใหม่ ผ้ามัดหมี่ไหมทอมือบ้านนาเสียวโดยการออกแบบลายผ้าจากบริบทวิถีชีวิตและทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในชุมชน พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าไหมลายต้นเสียวที่มาจากต้นไม้ประจำหมู่บ้าน พัฒนาด้านอาหาร “ส้มอยู่ไฟ” ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านด้านอาหารจากการนำสมุนไพรในชุมชน วัฒนธรรมบุญต้นน้ำเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน และแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนต้องมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าและควบคุมระบบการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ จัดอบรมให้ความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการให้ความหมายทางวัฒนธรรมในตัวผลิตภัณฑ์ มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง การตลาดที่กว้างและหลากหลายมากขึ้นซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของอัจฉิมา ศุภจริยาวัตร และสิทธิ จิตติขานนท์ (2562) ที่ได้ทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้วเพื่อการส่งออก สรุปไว้ว่าการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรลุภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ตลอดจนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจชุมชนอันคำนึงถึงความยั่งยืนในการพัฒนารุรกิจ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนออกสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่สำคัญด้านบุคลากรของกลุ่มวิสาหกิจผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญมีความพร้อมต่อการพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างมาตรฐานและคุณภาพสินค้าผ้าไหมที่ดีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งจากการขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐการเอาจริงเอาจังต่อการพัฒนาในภาคส่วนต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการสร้างความยั่งยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น โดยอาศัยคนรุ่นใหม่ในชุมชนเป็นผู้วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นเส้นผ้าร่วมสมัยมีความเป็นแฟชั่นสมัยนิยมบนฐานวัฒนธรรมชุมชนดั้งเดิม การบริหารจัดการโดยการกำหนดมาตรการ กฎเกณฑ์ กฎระเบียบกลุ่ม เพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต และบริการ กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับชนิดรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ต้องวิเคราะห์ตลาดคู่แข่งในสินค้าประเภทเดียวกัน สอดคล้องกับภัทรารวรรณ สุขยอด (2565) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐาน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรบ้านคลองหม่อมแฉ่ม ตำบลไทรใหญ่ อำเภไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญของ

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหารจัดการกลุ่มมีองค์ประกอบซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึง ความเป็นกลุ่ม ความเป็นตัวตน มีหลักการและวิธีการดำเนินงานต่าง ๆ มากมาย เพื่อที่จะทำให้กลุ่มสามารถรวมตัวกันอยู่ได้ เช่น อุดมการณ์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ ผู้นำและสมาชิกกระบวนการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขอรับรองมาตรฐานต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ การมีภูมิคุ้มกันที่ดี องค์ประกอบที่สำคัญของการกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประการแรกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมบ้านคลองหม่อมแฉ่ม มีรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนดังนี้ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การเพิ่มเรื่องราวผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ร่วมกับเทคโนโลยี สมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ที่ได้ค้นพบและพัฒนาจากงานวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้กระบวนการวิศวกรรมสังคม ให้มีมาตรฐานเป็นที่รู้จักของตลาดสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิ้มศิริสุวรรณ. (2563). โมเดลเชิงสาเหตุและผลของกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 20(2), 127-137.
- ชมพูนุช หุ่นนาค, ศิริวัฒน์ เปลียนบางยาง และวรรณรัตน์ อัครเดชาชาญยุทธ์. (2560). การสร้างชุมชนเข้มแข็งด้วยกระบวนการเรียนรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 28(2), 158-166.
- นงรัตน์ อัสโร. (2562). *วิศวกรสังคม คนของพระราชฯ ข้าของแผ่นดิน*. เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการวิศวกรสังคม.
- ภัทรารวรรณ สุขยอด. (2565). *แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การรับรองมาตรฐานกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมบ้านคลองหม่อมแฉ่ม ตำบลไทรใหญ่อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี*. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. <https://doi.org/10.14457/TU.the.2022.1378>
- สุภัตรา คำแหง และ จิราภรณ์ ถมแก้ว. (2561). การสร้างผู้ประกอบการใหม่ภายใต้อัตลักษณ์ชุมชน. *วารสารศาสตร์การศึกษาและการพัฒนามนุษย์*, 2(2), 121-130.
- อัจจิมา ศุภจริยาวัตร และ สิทธิ จิตติขานนท์. (2562). *รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้วเพื่อการส่งออก*. มหาวิทยาลัยบูรพา. <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/4491>