



อัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นแบบองค์รวมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม จังหวัดชลบุรี

Local Identity: Holistic Development of Local Products to Increase Economic and Social Value in Chonburi Province

ธนณฤเบศร ทองแดง*

Thanaruebet thongdang

ณัฏฐ์ ยันต์ทอง

Thanat Yanthong

กฤษฎา นิยมทอง

Kritsada Niyomthong

สาขาวิชาสังคม ศาสนา และวัฒนธรรม

คณะสังคมศาสตร์และศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยทองสุข

Department of Educational Administration,

Faculty of Social Sciences and Education Thongsook College

Corresponding author, e-mail: narumol2529dd@gmail.com*

วันที่รับบทความ (Received): 18 มีนาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ (Revised): 3 สิงหาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted): 6 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดชลบุรีที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน 2) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี 3) เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี ประชากรและกลุ่มตัวอย่างใช้แบบเจาะจง ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้รู้ คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและสำคัญเกี่ยวกับประวัติชุมชน และอัตลักษณ์ในจังหวัดชลบุรี 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ คือ กลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัด ในจังหวัดชลบุรี 3) กลุ่มบุคคลทั่วไป คือ ประชาชนผู้บริโภคสินค้า ในจังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพทางวัฒนธรรม โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต จัดประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมเชิงปฏิบัติการ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดชลบุรีที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน ที่เป็นการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม แบบวิถีชีวิตที่เฉพาะเจาะจงเฉพาะถิ่น 2) ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี เป็นการการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์จากวัสดุท้องถิ่น 3) ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี โดยอาศัยเทคโนโลยีพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ท้องถิ่น, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

Abstract

This research aims to 1) Find the local identity of Chonburi province that is created from the cooperation of people in the community. 2) Analyse the connection between local identities. Community products in Chonburi Province. 3) To analyze the possibility of developing community products based on local identity in Chonburi Province. Population and sample were used purposively. Together with 1) Key Informants are a group of key and important information providers regarding community history and identity in Chonburi Province. 2) Casual Informants are Group of people who provide information about Local identity and provincial OTOP products in Chonburi Province 3) Purposive Informants are citizens, consumers of products in Chonburi province. This study The researcher used a Cultural Qualitative Research by using the tools for collecting data, namely, Survey Interview, Participant Observation, Focus Group and Workshop.

The results of the research showed that 1) find the local identity of Chonburi province that is created from the cooperation of people in the community. That is tourism and industry it is a way of life that is specific to a local area. 2) Connection of local identity Community products in Chonburi Province It involves creating quality and unique products from local materials. 3) Possibility of developing community products based on local identity in Chonburi Province By using technology to develop community products based on local identity in Chonburi Province.

Keywords: Local identity, local product development, adding economic and social value.

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในศตวรรษที่ 21 เปลี่ยนผ่านจากโมเดลประเทศไทย 3.0 เป็น “โมเดลประเทศไทย 4.0” เพื่อพัฒนาประเทศให้ก้าวสู่การเป็นประเทศในโลกที่หนึ่ง ปรับเปลี่ยนจากประเทศ “รายได้ปานกลาง” เป็นประเภท “รายได้สูง” ปรับเปลี่ยนจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วย “ประสิทธิภาพ” เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วย “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรม “เพิ่มมูลค่า” ไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรม “สร้างมูลค่า” ซึ่งประกอบด้วย 5 กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่มอุตสาหกรรมทางชีวภาพ กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน กลุ่มอุตสาหกรรมด้านวิศวกรรมและการออกแบบ กลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับคุณภาพชีวิต และ 5. กลุ่มอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 5 กลุ่มอุตสาหกรรมนี้ตั้งอยู่บนฐานของความได้เปรียบเชิง “ธรรมชาติ” และความได้เปรียบเชิง “วัฒนธรรม” ที่ประเทศไทยมีอยู่เดิม (สุวิทย์ เมษินทรีย์, [ออนไลน์])

ปัจจุบันการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพื่อการเป็นการแสดงถึงความภูมิใจของประเทศ ทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น และเพื่อเป็นการส่งเสริมจิตสำนึกการอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ทรงคุณค่าและสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้ยั่งยืนที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นภายใต้ขีดความสามารถของทรัพยากรธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในชุมชนที่มีต่อขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม ต่อกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงมีการ



จัดการทรัพยากรเพื่อสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมใน ขณะที่ ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นไว้ได้ (วีรพร รอดทัศนาศา, 2557)

อัตลักษณ์ชุมชน เป็นลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ก่อตัวขึ้นมา ณ ช่วงเวลาใด เวลาหนึ่ง นั้นได้ถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในชุมชนนั้นๆ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่างๆ ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ อันเป็นอัตลักษณ์ เฉพาะตัวที่สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของชุมชน เกิดการพัฒนาควบคู่ไปกับการคำนึงถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการจดจำและเกิดความประทับใจและทำให้ แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีจุดขายที่ไม่เหมือนใคร (อินทิรา พงษ์นาค, 2557) ผลผลิตชุมชน เป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้นๆ ในปัจจุบันพัฒนาผลผลิตชุมชนในภาพรวมของประเทศได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานจาก เดิมที่ภาครัฐมีบทบาทเป็นผู้ให้การสนับสนุนโดยตรงในทุกๆ ด้านมาเป็นการลดบทบาทของภาครัฐลงและ ส่งเสริมให้ภาคเอกชน สถาบันการศึกษารวมถึงชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการพัฒนา อย่างยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากความคิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อนำมาใช้ในการปรับตัวเพื่อรับความ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และการสร้างผลผลิตให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งกัน รวมถึงต้องมีเครือข่าย พันธมิตรในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อพัฒนาปรับปรุงขีดความสามารถในการแข่งขัน ของยุคโลกาภิวัตน์ทั้งนี้หลักการพื้นฐานในการพัฒนาผลผลิตชุมชนมี 3 ประการ คือ การพัฒนาภูมิปัญญา ท้องถิ่นสู่สากล การพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ทั้งด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงผลผลิตชุมชนสู่ตลาดภายนอกทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนี้การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการ รวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรีรวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558 เป็น ประเด็นที่ผู้ประกอบการระดับชุมชนจะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรี ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตสินค้า ชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเชิง วัฒนธรรม จะได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ด้วยเหตุนี้การเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็ง ของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา มาผสมผสานกันสร้างเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับ ใช้ในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น และการใช้ประโยชน์ของผลผลิตชุมชน เพื่อเชื่อมโยง สู่ภาคการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง นอกจากนี้ การพัฒนาผลผลิตชุมชนจะต้องไม่ ปฏิบัติดังเช่นการรับจ้างผลิตแล้วส่งออก หรือการคัดลอกแล้วเลียนแบบ เพราะวิธีการเหล่านี้ไม่ใช่แนวทาง การพัฒนาที่ยั่งยืน แต่ควรเป็นการพัฒนาที่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative thinking) โดยคิดให้ แตกต่างจากผู้อื่น ซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการ และเป็นจุดขาย และสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลผลิตชุมชน (ยุทธศักดิ์ สุภสร, [ออนไลน์])

ชลบุรีเป็นจังหวัดพื้นที่ชายฝั่งเมือง อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เป็นระยะทางขับรถประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง จังหวัดนี้หันออกสู่ทะเลและตั้งอยู่บริเวณอ่าวของประเทศไทย ชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีความกว้างเป็นที่ 50 ในทั้งหมด 76 เขตการบริหาร และมีความหนาแน่นประชากรสูงเป็นอันดับที่ 10 ของประเทศ พื้นที่นี้ ประชากรที่อยู่อาศัยเป็นประจำในแต่ละปีเพิ่มขึ้น 4% ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมาและมีประชากรที่มา อาศัยชั่วคราวเป็นจำนวนมาก รายได้ของประชากรสูงเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศไทย ชลบุรีมีส่วนแบ่งสูง จากการประมง การผลิต และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่บริเวณนี้เป็นสถานที่ที่ทั้งชาวเมือง

และผู้ที่มีถิ่นฐานในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมมาพักผ่อนช่วงวันหยุด เมืองพัทยาซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรีและอยู่ติดกับอ่าวไทยเช่นกันก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และอำเภอศรีราชาก็มีผู้พักอาศัยชาวต่างชาติจำนวนมาก เพราะตั้งอยู่ใกล้กับแหลมฉบัง 1 ซึ่งเป็นท่าเรือค้าขายที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในปี พ.ศ. 2554 จังหวัดชลบุรีมีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 6.28% ของรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด และถูกจัดอันดับเป็นหนึ่งใน 10 สถานที่น่าท่องเที่ยวแห่งปี พ.ศ. 2554 โดยองค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในเชิงภูมิศาสตร์ ชลบุรีเป็นประตูสู่จังหวัดต่างๆ ทางตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ระยอง จันทบุรี และตราด จังหวัดชลบุรีได้กลายเป็นเมืองมานานแล้วตั้งแต่ช่วงแรกในประวัติศาสตร์ และปัจจุบันก็ยังกลายเป็นเมืองอย่างคึกคักต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การกลายเป็นเมืองที่เกิดขึ้นขาดสุนทรียะและนำไปให้เมืองกลายเป็นสถานที่ที่เสื่อมโทรมสำหรับพักอาศัยเท่านั้น ไม่นานมานี้ รัฐบาลจึงให้ความสนใจกับการทำให้เมืองสวยงามขึ้นและเริ่มปรับปรุงเมือง (องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี แผนพัฒนาสามปี พ.ศ. 2560-2563, 2564)

ในจังหวัดชลบุรี รัฐบาลท้องถิ่นได้ตีพิมพ์เอกสารข้อมูลเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2553 และระบุให้ชลบุรีเป็นเมืองที่น่าอยู่และเป็นคู่ค้าผู้นำทางเศรษฐกิจ ซึ่งหมายความว่ารัฐบาลจะหันมามุ่งเน้นความสนใจไปที่การพัฒนาและตกแต่งอำเภอเมืองชลบุรีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของจังหวัดชลบุรี เนื่องจากเมืองชลบุรีเป็นเมืองที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครฯ จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคตะวันออก มีผลิตภัณฑ์สินค้าจากทะเลมากมาย หลากหลายประเภทเกิดขึ้นแต่เนื่องจากปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์สินค้าในตลาดหนองมน อ่างศิลาและเมืองชลบุรีโดยภาพรวมจึงยังขาดความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้เกิดความเหมือน ความซ้ำกันกับผลิตภัณฑ์ในภาคอื่นๆ ในท้ายที่สุดก็จะเกิดปัญหาในภาพรวมระดับประเทศ อย่างไรก็ตาม ความพยายามในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง สร้างความเข้าใจอย่างจริงจัง และก้าวให้พ้นจากกับดักทางความคิด และความเชื่อเกี่ยวกับการพึ่งพิง แรงงานและทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก โดยต้องปรับเปลี่ยนการพัฒนาไปสู่ภาคการผลิตที่ใช้ ฐานความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผสานกับการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาบูรณาการร่วมกัน โดยมุ่งเน้นความโดดเด่น และความแปลกใหม่ ซึ่งที่ผ่านมารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่มีการแสดงถึงอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของชุมชน ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ผลิตสินค้าชุมชนยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ในวิธีการพัฒนาและออกแบบสินค้าชุมชนที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตนเองขาดวิธีการจัดการในเรื่องของบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอที่มีเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน รวมถึงขาดการนำแนวคิดเชิงสร้างสรรค์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ อันเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นจุดเด่นในการสร้างการรับรู้ และการยอมรับของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ และนำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนาสินค้าชุมชนและรายได้ของคนในชุมชนตามมา (เกษม ภูณาศรี, 2558)

ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญในต้นทุนทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ ซึ่งสามารถเปลี่ยนให้เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มคุณค่า มูลค่าและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ท้องถิ่นในเมืองชลบุรี ให้มีความสวยงามได้มาตรฐานเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี ที่โดดเด่นและชัดเจน ด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ งานศิลปหัตถกรรม ซึ่งถือได้ว่าเป็นเสน่ห์ของจังหวัดชลบุรี สิ่งเหล่านี้ควรรักษาไว้กับคนในท้องถิ่นมายาวนานจวบจนปัจจุบันนี้ ผู้วิจัยยังเล็งเห็นถึงความสำคัญที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี ที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและสร้างภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ชัดเจนที่สามารถ สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่า



ให้แก่สินค้าต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนด้วยการค้นหาและสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดชลบุรีที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน
2. เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Qualitative Research) เพื่อศึกษาประวัติชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ อัตลักษณ์ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ OTOP เมืองชลบุรีในจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Document) และทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยวิธีการสำรวจ สัมภาษณ์ สังเกต การสนทนากลุ่มและนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขต ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นแหล่งความเป็นมาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม จังหวัดชลบุรี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากร จังหวัดชลบุรี
2. กลุ่มตัวอย่าง (กลุ่มผู้ให้ข้อมูล)

2.1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและสำคัญเกี่ยวกับประวัติชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ อัตลักษณ์ในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วยปราชญ์ชาวบ้าน ครู-อาจารย์ ผู้นำชุมชน ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่อยู่ในพื้นที่ศึกษาค้นคว้า รวมจำนวน 10 คน

2.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) เป็นกลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ OTOP เมืองชลบุรีในจังหวัดชลบุรี กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมโดยตรง เช่น ผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน

2.3 กลุ่มบุคคลทั่วไป (Purposive Informants) ได้แก่ ประชาชน ผู้บริโภค จำนวน 20 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม จังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยแบบสำรวจ (Survey) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structure Interview) แบบสังเกตแบบ

มีส่วนร่วม (Participant Observation) แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - Participant Observation) แบบประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) และการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ดังนี้ (ในตะวัน กำหอม, 2559)

1) แบบสำรวจ (Survey)

แบบสำรวจ ผู้วิจัยใช้แบบสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลระดับพื้นที่โดยแบ่งประเด็นการสำรวจต่างๆ ดังนี้

1.1) สำรวจสภาพพื้นที่ทางการศึกษาค้นคว้า

1.2) ประวัติชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ อัตลักษณ์ท้องถิ่น

1.3) ผลิตภัณฑ์ OTOP เมืองชลบุรีในจังหวัดชลบุรี

ก่อนทำการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สอบถามชาวบ้านทั่วไป นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้สอบถามจากหน่วยงานทางราชการและองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี เพื่อนำมาเป็นองค์ความรู้เบื้องต้นในบริบทพื้นที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ และนำมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

2) แบบสัมภาษณ์ (Interview) มี 2 แบบดังนี้

2.1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อใช้สัมภาษณ์ตามแนวทางแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดไว้แต่ละประเด็นคำถาม โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาคำตอบตามกรอบแนวความคิดและความมุ่งหมายของการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง 3 ชุด ดังนี้

2.1.1) แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 สัมภาษณ์ ประวัติชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ อัตลักษณ์ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ OTOP เมืองชลบุรีในจังหวัดชลบุรี

2.1.2) แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 สัมภาษณ์ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี

2.1.3) แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3 สัมภาษณ์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี

2.2) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured Interview) ใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไปแบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบเพื่อจับประเด็นและนำมาตีความหมายโดยใช้ทฤษฎีและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากผู้รู้ (Key Informants) และมีจุดสนใจในการสัมภาษณ์ในเรื่อง อัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม จังหวัดชลบุรี เพื่อทำการสัมภาษณ์ผู้รู้ในชุมชนผู้วิจัยกำหนดประเด็นคำถาม ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ดังนี้ 1) ประวัติความเป็นมา ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ 2) ผลิตภัณฑ์ OTOP เมืองชลบุรี

3) แบบการสังเกต (Observation) แบ่งเป็น 2 ชุด ดังนี้

3.1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยเข้าไปพักอาศัยอยู่กับชุมชน โดยร่วมทำกิจกรรม สังเกต เกี่ยวกับบริบทโดยใช้แบบสังเกต เพื่อนำไปกระทำข้อมูลต่อไป

3.2) แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) ผู้วิจัยใช้แบบสังเกตกิจกรรมในชุมชนอยู่ภายนอกที่ไม่เข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน

4) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการนี้ ในการศึกษาวิจัยด้วยซึ่งใช้เก็บข้อมูลกลุ่มและเป็นการตรวจสอบข้อมูลในประเด็นต่างๆ โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ คือ ประชาชนชาวบ้าน ครู-อาจารย์ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคร โดยกำหนดกลุ่มละประมาณ 5-10 คน ในพื้นที่ ในการสนทนาผู้วิจัยจะกล่าวนำและให้กลุ่มแสดงความคิดเห็นในอย่างเปิดเผยและข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม



ผู้วิจัยจะได้จัดทำเป็นใบงานประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมายของการ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำไปวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัยต่อไปพร้อมกับข้อมูลที่ได้จากวิธีอื่นๆ

5) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

ผู้วิจัยได้ใช้ วิธีการนี้ ในการศึกษาวิจัยด้วยซึ่งใช้เก็บข้อมูลกลุ่มและเป็นการตรวจสอบข้อมูลในประเด็นต่างๆ โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนที่ทำการศึกษา จำนวนพื้นที่ คือ ผู้เข้าร่วม ผู้ประกอบการ ข้าราชการ โดยการกำหนดกลุ่มละประมาณ 5-10 คน ประมาณ 10 กลุ่ม ในประชุมเชิงปฏิบัติการจะกล่าวนำและให้กลุ่มแสดงความคิดเห็นในอย่างเปิดเผยและข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยจะได้จัดทำเป็นแบบบันทึกการประชุมเชิงปฏิบัติการ ประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำไปวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัยต่อไปพร้อมกับข้อมูลที่ได้จากวิธีอื่นๆ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ขั้นตอนคือ

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลขั้นที่ 1 เรียกว่า การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาเอกสาร ตำรา หนังสือวิชาการ สอบถามข้อมูลจากชุมชน และเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นที่ 2 เรียกว่า การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยผู้เก็บข้อมูลยึดหลัก “องค์รวม” (Holistic) ตามแนวคิดของ (ในตะวัน กำหม่อม, 2559) ดังนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษาภาคสนาม (Field Studies) ประมาณ 6 เดือน เพื่อเก็บรวบรวม ข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.1.1 แบบสำรวจ ผู้วิจัยขอความร่วมมือและจัดส่งแบบสำรวจให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

2.1.2 แบบสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

1) การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ (Formal Interviews) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ทำการสัมภาษณ์ตามแนวแบบสัมภาษณ์ เพื่อหาคำตอบตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยมีแบบสัมภาษณ์ และเครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ วิทยุไอโฟนที่ภาพและเสียง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย (1) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สภากาชาดธรรมดาดาบขาว จำนวน 2 คน (2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบ่งเป็น 5 ชุด แต่ละชุดใช้สำหรับสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล 5 กลุ่ม คือ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ข้าราชการและผู้บริโภค

2) การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interviews) เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) เปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ เพื่อจับประเด็นและนำมาตีความหมายโดยใช้ทฤษฎี

2.3 แบบสังเกต ผู้วิจัยสังเกตการประเพณี ความร่วมมือ ตามแบบสังเกต 2 รูปแบบดังนี้

2.3.1 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observations) ผู้วิจัยได้เข้าไปพักอาศัยอยู่ในชุมชน เข้าร่วมกิจกรรมในชีวิตประจำวัน สังเกต ซักถามข้อมูลที่ต้องการ จดบันทึกโดยใช้แบบสังเกตเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมกับเปิดเผยตัวเองว่าเป็นนักวิจัย

2.3.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Participant and Non-participant Observation) ผู้วิจัยทำการสังเกตกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน โดยไม่เข้าร่วมกิจกรรมกับชาวบ้าน แล้วจดบันทึกข้อมูลที่พบโดยใช้แบบสังเกตเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.4 แบบสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่มกับคนชุมชนในพื้นที่ชุมชนที่ทำการศึกษาร่วมกันในพื้นที่ที่ทำการศึกษาและเป็นพื้นที่ ประกอบด้วยผู้รู้ ผู้ปฏิบัติและ มาร่วมสนทนากลุ่มตามกรอบและจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยใช้แบบบันทึกเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

2.5 การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ผู้วิจัยใช้เทคนิคการประชุมเชิงปฏิบัติการกลุ่มกับคนในชุมชนที่ทำการวิจัย มีการร่วมสนทนากลุ่มตามกรอบและจุดมุ่งหมายของการวิจัย กรอบประเด็นในการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม จังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบบันทึกเสียง วิดีโอบันทึกภาพและเสียงเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

3. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากเนื้อหาที่ได้จากการศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การบันทึกข้อมูล การสังเกต

1) การบันทึกข้อมูลใช้แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์การสังเกต การสนทนากลุ่มและการจดบันทึกลงในสมุดบันทึกและกล้องถ่ายรูปในการบันทึกภาพที่เป็นกิจกรรมทางสังคมซึ่งถือว่าเป็นวิถีชีวิตของชาวชุมชน สถานที่สำคัญ

2) นำข้อมูลในแต่ละวันมาสรุปและจัดหมวดหมู่ การจำแนกข้อมูลเป็นชนิด จัดหมวดหมู่ข้อมูลตามแต่ละประเภทที่ตั้งไว้ เพื่อตอบคำถามการวิจัยและตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3) ข้อมูลเพิ่มเติมในเทปที่บันทึกเสียงมาในแต่ละวันก็จะถอดเทปบันทึกเสียงเพื่อเติมเต็มเนื้อหาหรือข้อมูลที่ขาดหายไปจากแบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกตและจดบันทึกให้ครบถ้วน ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) หากมีส่วนใดที่ยังไม่สมบูรณ์ จะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเป็นกรณีไป

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการจัดและทำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ตำรา หนังสือวิชาการและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกต การจดบันทึก การอัดเทป และการบันทึกภาพ จัดเป็นหมวดหมู่ตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย แล้วดำเนินการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพตามความมุ่งหมายและกรอบตามความคิดที่กำหนดไว้ โดยใช้แนวคิด ของ (ในตะวัน กำหอม, 2559) ได้แก่ การวิเคราะห์แบบอุปมัย (Analytic Induction) และการวิเคราะห์โดยการจำแนกข้อมูล (Typological Analysis) ดังนี้

1) การวิเคราะห์แบบอุปมัย (Analysis Induction) เป็นวิธีวิเคราะห์ข้อมูล โดยการสร้างข้อมูลจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏที่มองเห็นจากการลงภาคสนาม เป็นต้นว่า กิจกรรมในชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพ การนำภูมิปัญญาพื้นบ้านมาพัฒนาตลอดทั้งสภาพสังคม สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและชนบประเพณีวัฒนธรรม พิธีกรรม ความเชื่อ ที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่และหลักฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) การวิเคราะห์โดยการจำแนกข้อมูล (Typological Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำข้อมูลมาจัดจำแนกเป็นประเภทตามความมุ่งหมายของการวิจัยและจึงวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีเพื่อมาอธิบายอัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม จังหวัดชลบุรี โดยใช้วัฒนธรรมและทฤษฎีต่างๆ ในการวิเคราะห์ตามการมุ่งหมายและกรอบแนวความคิดในการวิจัย



4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลงานวิจัยนั้น หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนหนึ่งแล้วและเพื่อให้ผลการวิจัยที่ได้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและมีความสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้มีการพิจารณาและวิพากษ์ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยเสนอต่อที่ประชุมของกลุ่มและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีส่วนร่วมในการวิจัยให้ทราบ ในการพิจารณาตามประเด็นที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีรวมทั้งของเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำเสนอข้อมูลพร้อมภาพประกอบบางขั้นตอนของการลงพื้นที่วิจัยและข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ OTOP เมืองชลบุรี เป็นต้นโดยใช้แบบการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) (ในตะวัน กำหอม, 2559)

สรุปผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดชลบุรีที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน

จังหวัดชลบุรีเป็นที่รู้จักในด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม แต่ที่ทำให้จังหวัดชลบุรีเด่นขึ้นมากขึ้น คือ อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน ที่ช่วยสร้างสรรค์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เฉพาะเจาะจง การผลิตสินค้าท้องถิ่น เช่น อาหารทะเล, ผลไม้ และผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าสินค้าที่ได้มานั้นมีคุณภาพ นอกจากนี้ กิจกรรมทางวัฒนธรรมและมีตำนานที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ ช่วยสืบสานวัฒนธรรมและความเป็นตัวตนของชุมชนได้อย่างดี ดังนั้น ความร่วมมือของคนในชุมชนในจังหวัดชลบุรีเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ

2. ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี

ในจังหวัดชลบุรี อัตลักษณ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความสำคัญอย่างมากต่อชุมชนท้องถิ่น โดยมีการเชื่อมโยงกันอย่างแนบแน่น อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชลบุรี ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับชุมชนและสร้างความเชื่อมโยงทางสังคมอันแข็งแกร่ง ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างรายได้และเสริมสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์จากวัสดุท้องถิ่นยังช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นให้ยั่งยืน ดังนั้น ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี มีบทบาทสำคัญในการสร้างสังคมที่มั่นคงและยั่งยืน

3. ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีเป็นเรื่องที่มีความเป็นไปได้อย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อมีการใช้เทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีความเฉพาะเจาะจงตามแบรนด์ของชุมชนนั้นๆ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและชุมชนในระยะยาว การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่นจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่นั้นๆ และสร้างงานที่มีรายได้สำหรับชุมชน นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเป็นการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมของพื้นที่ท้องถิ่นได้อย่างดี ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีเป็นทางเลือกที่ดีที่จะช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของชุมชนและพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดชลบุรีที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน

จังหวัดชลบุรีเป็นที่รู้จักในด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม แต่ที่ทำให้จังหวัดชลบุรีเด่นขึ้นมากขึ้น คือ อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน ที่ช่วยสร้างสรรค์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เฉพาะเจาะจง การผลิตสินค้าท้องถิ่น เช่น อาหารทะเล, ผลไม้ และผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าสินค้าที่ได้มานั้นมีคุณภาพ นอกจากนี้ กิจกรรมทางวัฒนธรรมและการเล่นเกมที่มีตำนานที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ ช่วยสืบสานวัฒนธรรมและความเป็นตัวตนของชุมชนได้อย่างดี ดังนั้น ความร่วมมือของคนในชุมชนในจังหวัดชลบุรีเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มียอง ชอ (2560) การสร้างอัตลักษณ์สี่ เพื่อใช้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า เป็นไปได้ที่จะสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยจัดให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างเป็นองค์รวมและเป็นระบบ เพื่อประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นการศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าตราสินค้าภูมิภาคผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เกิดอัตลักษณ์แบบองค์รวมและเสริมลักษณะเด่นให้ผลิตภัณฑ์ในอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี และยังสอดคล้องกับงานวิจัย กิตติกรรณ์ บำรุงบุญ (2563) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคามนั้นสามารถวิเคราะห์อัตลักษณ์ได้จากคำขวัญของจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งสามารถถอดอัตลักษณ์ คือ พระธาตุนาดูนที่เป็นสัญลักษณ์ของพุทธมณฑลอีสาน ผ้าไหม ที่เป็นตัวแทนของจังหวัดคือสายสร้อยดอกหมากและตักสิลานคร อันหมายถึงดินแดนแห่งการศึกษา ซึ่งนำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบสามผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย 1) ผลิตภัณฑ์พวงกุญแจ 2) ผลิตภัณฑ์กระเป๋า และ 3) ผลิตภัณฑ์เสื้อ โดยมีแนวทางส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ คือ การสนับสนุนเงินทุนและงบประมาณในการลงทุน การส่งเสริมการเข้าถึงโอกาสของการกู้เงิน และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตและผลักดันให้สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลาย ตรงตามความต้องการของลูกค้า ได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผลจากการเสนอแนะแนวทางส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมหาสารคามเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจพบว่า สามารถแยกแนวทางการส่งเสริมออกเป็นแบ่งประเด็นสำคัญ คือ ผู้ผลิตสินค้าต้องยกระดับตลาดและทิศทางการจำหน่ายให้มีหลากหลายมากขึ้นทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์อีกหลายกลุ่ม ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูง ดังนั้น ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอื่น เช่น การใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นสินค้าต้องมีอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

2. ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี

ในจังหวัดชลบุรี อัตลักษณ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความสำคัญอย่างมากต่อชุมชนท้องถิ่น โดยมีการเชื่อมโยงกันอย่างแนบแน่น อัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดชลบุรีช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับชุมชนและสร้างความเชื่อมโยงทางสังคมอันแข็งแกร่ง ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรีเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างรายได้และเสริมสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์จากวัสดุท้องถิ่นยังช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นให้ยั่งยืน ดังนั้น ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดชลบุรี



มีบทบาทสำคัญในการสร้างสังคมที่มั่นคงและยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริกานต์ ทองพูน (2565) อุตสาหกรรมชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านลานคา จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมชุมชนบ้านลานคามีลักษณะที่จับต้องได้ คือ ด้านโบราณสถาน ได้แก่ วัดลานการอยพระพุทธรูปบาทไม้ตะเคียนทอง ศาลปู่เจ้าย่าเมือง ด้านสถาปัตยกรรม ได้แก่ สะพานแขวน บ้านลานคา ด้านโบราณวัตถุ ได้แก่ เรือศรีวันนำอุตสาหกรรมชุมชนที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ คือ ด้านวัฒนธรรมประเพณี ได้แก่ ประเพณีวันสารทไทยพวน ประเพณีทำบุญหลังบ้านประเพณีสงกรานต์บั้งไฟ ไทยพวน ด้านพิธีกรรมและความเชื่อ ได้แก่ การไหว้ปู่เจ้าย่าเมือง ประเพณีกำฟ้าหรือค้ำฟ้าด้านการแสดงและการละเล่น ได้แก่ การรำวงย้อนยุค การรำไท่นและการเต้นบาสโลบ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดย ใช้อุตสาหกรรมชุมชน ควรมีแนวทาง คือ การพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การจัดการสภาพแวดล้อม การปรับปรุงภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ รวมถึงการสร้างตราสินค้าของชุมชน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา ลอยฟ้า (2563) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาด ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่าระยะ 1 พบว่า การดำเนินงานของกลุ่มผ้าทอท้องถิ่นมีการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า พบมากที่สุด คือ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าสไบ ผ้าถุงสำเร็จรูปและเสื้อแก้ม ตามลำดับกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มที่รู้จักและลูกค้าทั่วไปตามหน่วยงานราชการ ด้านแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) การแปรรูปผ้าทอจากเศษผ้าทอเหลือใช้โดยการแปรรูปเป็นกระเป๋าและการแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องประดับสตรี 2) การแปรรูปต่อยอดผลิตภัณฑ์พบว่า กรอบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ 1) รูปแบบ ทันสมัยตอบสนองต่อผู้บริโภค 2) เพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ 3) เน้นความเรียบง่าย ชุมชนสามารถผลิตเองได้ 4) ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายระยะ 2 พบว่า การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นมี องค์ประกอบดังนี้ 1) การนำเสนอในรูปแบบ e-catalog 2) ตะกร้าสินค้า (Shipping Cart) 3) การชำระเงินและการจัดส่งสินค้า 4) กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ 5) ติดต่อเรา ด้านผลการประเมินพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ความพึงพอใจภาพรวมระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 มีการออกแบบระบบตามวัฏจักรการพัฒนาระบบงาน (SDLC) เน้นการออกแบบเรียบง่ายเหมาะกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่นจึงทำให้ภาพรวมอยู่ในระดับเป็นที่พึงพอใจ

3. ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดชลบุรี

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีเป็นเรื่องที่มีความเป็นไปได้อย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อมีการใช้เทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีความเฉพาะเจาะจงตามแบรนด์ของชุมชนนั้นๆ ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและชุมชนในระยะยาว การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่นจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่นั้นๆ และสร้างงานที่มีรายได้สำหรับชุมชน นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเป็นการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมของพื้นที่ท้องถิ่นได้อย่างดี ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีเป็นทางเลือกที่ดีที่จะช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของชุมชนและพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยาพร กุณฑลเสพย์ (2559) ได้วิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์สิ่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมประยุกต์สู่การออกแบบพบว่าการตั้งสมมติฐาน โดยการอาศัย ภูมิปัญญาด้านสี สามารถประยุกต์ใช้ในการออกแบบและส่งเสริมภูมิปัญญาในการใช้สีให้เป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งนำไปสู่การสร้างสรรค้ออกแบบได้ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำเป็นคู่มือเพื่อนักออกแบบรุ่นใหม่ได้นำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในพื้นที่เขตอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ซึ่งถ้าใช้ต่างพื้นที่ต้องมีการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างอัตลักษณ์สีขึ้นมาใหม่ด้วยกระบวนการเดิมก็จะทำให้บรรจุภัณฑ์

ในแต่ละพื้นที่ที่มีความหมายมีเรื่องราว มีที่มาหลักการในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลต่อชุมชนในระยะยาวและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา ศุภจริยาวัตร (2562) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้ว เพื่อการส่งออกผลการวิจัยพบว่า สินค้าผ้าไหมทอมือเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจภายในจังหวัดสระแก้วเป็นอย่างยิ่ง ดังจะเห็นได้จากจำนวนกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อผลิตผ้าไหมทอมือจำนวนมาก อีกทั้งในหลายกลุ่มการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและชื่อเสียงให้กับทางจังหวัดได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาแล้วพบว่ากลุ่มผ้าไหมทอมือขนาดเล็ก รวมถึงขนาดกลางภายในจังหวัดยังขาดการดูแลช่วยเหลือในการพัฒนารูปลักษณ์สินค้าและวิธีการทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ อีกเป็นจำนวนมาก จากเหตุผลทั้งหมดนี้ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการคัดเลือก กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญเป็นกรณีศึกษา เพื่อบูรณาการองค์ความรู้และพัฒนาแบบวิธีการให้การสนับสนุนสินค้าชุมชนเพื่อใช้เป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 อัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับพื้นที่จังหวัดชลบุรีเท่านั้น

1.2 นักออกแบบต้องออกแบบสำหรับอำเภออื่นๆ ที่ไม่ใช่อำเภอเมืองชลบุรี สามารถนำรูปแบบขั้นตอนการสร้างอัตลักษณ์ไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่เฉพาะพื้นที่อำเภอนั้นๆ

1.3 นักออกแบบที่นำอัตลักษณ์ไปใช้ควรคำนึงถึงศักยภาพด้านการลงทุนของผู้ประกอบการด้วย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

2.1 ควรมีการศึกษาการค้นหาลักษณะชุมชนโดยการเปรียบเทียบกับชุมชนอื่นๆ ซึ่งจะทำให้ได้รับอัตลักษณ์ชุมชนที่เพิ่มมากขึ้น

2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นการค้นหาลักษณะชุมชนด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (AHP) ซึ่งเป็นวิธีการที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเป็นจำนวนมาก เพื่อทำให้วิธีการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นมีความเฉพาะและแตกต่างจากงานวิจัยอื่นๆ มากขึ้น อาจมีการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นแบบฟัซซี่ (The Fuzzy Analytic Hierarchy Process: FAHP) ซึ่งจะก่อให้เกิดความแม่นยำในการวิเคราะห์ผลการศึกษาและให้คะแนนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กันยาพร ภูณทลเสพย์. (2559). การสร้างสรรค์สีเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมประยุกต์สู่การออกแบบ. *หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ, คณะศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- กิตติกรณ บำรุงบุญ. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม เพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ.* มหาสารคาม: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เกษม ภูณาศรี. (2558). *การค้นหาลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่.* เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.



- นริศรา ลอยฟ้า และคณะ. (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ. รายงานการวิจัย. คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- ในตะวัน กำหอม. (2559). การวิจัยประยุกต์ทางวัฒนธรรม เล่ม 1. มหาสารคาม: โรงพิมพ์ทีคอม.
- มียอง ขอ. (2560). การสร้างอัตลักษณ์สีเพื่อใช้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุทธศักดิ์ สุธสร. (2565). ททท. ดึง “ใหม่ ดาวิกา” ชวนเที่ยวไทย ตั้งเป้าสร้างรายได้ 6.56 แสนล้านบาท. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thairath.co.th/business/economics/2362685> [9 เมษายน 2565].
- วีรพร รอดทัศนาศ. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มไทยพวน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดเก่าห้อง อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศุภจรรย์วัตร. (2562). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้วเพื่อการส่งออก. โครงการจัดตั้งคณะพาณิชยศาสตร์และการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สิริกานต์ ทองพูน, คัมภีร์ ทองพูน และคงทัต ทองพูน. (2563). อัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านลานคา จังหวัดสุพรรณบุรี. รายงานสืบเนื่องการประชุมหาญใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11, 17 กรกฎาคม 2563 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 948-954.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2558). ประเทศไทย 4.0 ผลึกความคิดฐานเศรษฐกิจ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: สืบค้น www.thansettakij.com. [14 สิงหาคม 2559].
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. (2564). “แผนพัฒนาสามปี พ.ศ. 2560-2563. ชลบุรี: องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี.
- อินทิรา พงษ์นาค. (2557). อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุททองเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.