

บทบาทขององค์กรท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน
ของตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
และแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก
เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน

The Local Organizations' Roles in Promoting Grilled Suckling
Pig Product of Tambon TaKam, Amphoe Sampran,
Nakhon Pathom Province and Local Economic Development
Guidelines for Propelling the Community's Economy

วันปิติ ธรรมศรี¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน
บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน และแนวทางในการพัฒนา
เศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถาม
(Questionnaire) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 26 คน คือ ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ในท้องถิ่น
ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือด้านต้นทุนจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่
คือต้นทุนของแรงงานในการผลิต สำหรับด้านการตลาดส่วนใหญ่พบปัญหาด้านกำลัง/ปริมาณ
ในการผลิต ด้านความรู้ส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์)
เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับตำบลที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์
หมูหัน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับอำเภอและ
ระดับน้อย และบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน
พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการ
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน ผู้วิจัยได้สำรวจความคิดเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมูหันจากตัวแทน

¹ อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
e-mail : wanpithammasri@gmail.com

และผู้นำของหน่วยงานในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด พบว่า แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือควรส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและการส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำสำคัญ : องค์กรท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน เศรษฐกิจชุมชน

The Local Organizations' Roles in Promoting Grilled Suckling Pig Product of Tambon TaKam, Amphoe Sampran, Nakhon Pathom Province and Local Economic Development Guidelines for Propelling the Community's Economy

Wanpiti Thammasri

Abstract

The purposes of this research were to study: 1) the problems and needs of grilled suckling pig producers, 2) the local organizations' roles in the promoting grilled suckling pig product, and 3) the local economic development guidelines for propelling the community's economy. The instrument was a questionnaire. The samples were 26 entrepreneurs and local staff. The results showed that the grilled suckling pig producers required funding assistance from government organizations for the labor cost in production process. In terms of marketing, problems in production capacity and volume were found. For the knowledge, most of the producers had problems using technology (website) for selling the product to promote marketing. In terms of the local organizations' roles in promoting the product, it was found that the organizations in sub-district level was at moderate level, in district and province levels were at low level. For the local economic development guidelines for propelling the community's economy, the researchers surveyed the opinions of the government organizations' representatives and leaders in sub-district, district and province level toward the development of grilled suckling pig product and found that the guidelines for developing the community's economy were in the same direction, which was to promote the grilled suckling pig to be the highlight community's product to create market opportunities and develop the community's product quality to meet quality standard.

Keywords : local organizations, grilled suckling pig product, community economy

บทนำ

แนวคิดการปกครองท้องถิ่นในปัจจุบันเป็นการปกครองที่รัฐบาลกระจายอำนาจลงไปให้กับหน่วยงานในท้องถิ่นให้สามารถตัดสินใจและบริหารงานภายในเขตอำนาจของตนเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ (สุนทร ขาวลาจันทร์, 2559 : 1) ทั้งนี้ต้องมีหลักในการปกครองที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งผู้นำองค์กรในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญที่จะขับเคลื่อนให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน แต่ผู้ที่จะตัดสินใจว่าส่วนราชการใดดำเนินการประสบความสำเร็จหรือไม่คือประชาชนซึ่งเป็นผู้รับบริการ อย่างไรก็ตามการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในแต่ละท้องถิ่นย่อมมีความแตกต่างกันตามบริบทของชุมชน (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559 : 3) เพราะปัญหาที่บดบังของหน่วยงานท้องถิ่นคือมักจะเน้นการทำงานในมิติเดียวโดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างของปัญหาและบริบทแวดล้อมต่างๆ ซึ่งมักจะนำไปสู่การกำหนดนโยบายทิศทางเดียว ซึ่งการมีกรอบแนวคิดเช่นนี้ย่อมทำให้การบริหารงานขาดประสิทธิผล และไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง (วิระศักดิ์ เครือเทพ, 2550 : 60) ดังนั้นเพื่อช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาในครั้งนี้จึงต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนที่จะส่งผลสำคัญต่อการพัฒนาประเทศต่อไป โดยได้เลือกพื้นที่ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งในจังหวัดภาคกลางที่มีสินค้าเด่นของชุมชนนั่นคือ “หมูหัน” ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของชุมชนในละแวกใกล้เคียง เพราะมีรสชาติที่โดดเด่นเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป และเพื่อเป็นการผลักดันและพัฒนาให้หมูหันเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างยิ่งขึ้น และส่งเสริมให้คนภายในชุมชนมีฐานะทางเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของผู้ผลิต รวมถึงบทบาทขององค์กรท้องถิ่นที่มีต่อการส่งเสริมหมูหันของตำบลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานราก
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านแนวคิดทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้อธิบายประกอบงานวิจัยมี 2 ส่วน คือ 1) แนวคิดเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่น และ 2) แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ทำการศึกษาคือ ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับ 1) ปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นใน 3 ด้าน คือ ด้านทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ 2) บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับตำบล ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด โดยศึกษาใน 3 ด้าน คือ ด้านทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ 3) แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนจากผู้นำและหน่วยงานภาครัฐ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากร คือ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐในสำนักงานพัฒนาชุมชนในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด จำนวน 104 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน ตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐในระดับตำบล เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐในระดับอำเภอ และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัด จำนวน 26 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) (สมชาย วรภิเษมสกุล, 2553 : 171) ทั้งนี้จำนวนประชากรเป็นจำนวนหลักร้อย ดังนั้นใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 25 ดังนี้

1. ตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน จำนวน 5 คน
2. ตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับตำบล จำนวน 3 คน
3. ตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับอำเภอ จำนวน 5 คน
4. ตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับจังหวัด จำนวน 13 คน

รวม จำนวน 26 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยออกแบบและสร้างเครื่องมือในการวิจัยแล้วส่งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือเพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหาทำได้โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

1. แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หมู้น มีรายละเอียด คือ

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัญหาทั่วไปของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมู้นในชุมชน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมู้นจากหน่วยงานภาครัฐ

2. แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับเจ้าหน้าที่ มีรายละเอียด คือ

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมู้น

ส่วนที่ 3 แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

ซึ่งจากผลการประเมินหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ของแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด พบว่า ค่า IOC ที่ได้ คือ 0.67 และ 0.67 ตามลำดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จาก การรวบรวมข้อมูลภาคสนาม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จาก การวิเคราะห์ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ตัวอย่างจากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการบันทึกข้อมูลของเกษตรกรในชุมชน รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และแปลผลทางสถิติ เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) โดยการวิเคราะห์ด้วยการบรรยาย และนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์และอธิบายให้ทราบถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ สังคม และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) มาประกอบการอธิบาย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้ คือ ข้อมูลที่ได้ทำให้ทราบว่าผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมมีปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน คือ ด้านต้นทุนด้านการตลาด และด้านความรู้ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องต้นทุนของแรงงานในการผลิต ปัญหาในเรื่องของกำลัง/ปริมาณในการผลิต และปัญหาในเรื่องของการขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด และจากการสำรวจบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน พบว่า โดยรวมในระดับตำบลมีบทบาทการสนับสนุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย ส่วนในระดับอำเภอ พบว่า มีการสนับสนุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับน้อย และในระดับจังหวัด พบว่า มีการสนับสนุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน สำหรับแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจากการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมูหันจากตัวแทนและผู้นำของหน่วยงานในท้องถิ่นทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด พบว่า หน่วยงานควรมีแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้กับผู้ผลิตที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นประจำตำบลเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันทางการตลาด และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างความเชื่อถือและสร้างความมั่นใจในคุณภาพให้กับผู้บริโภค

สำหรับรายละเอียดในของผลการวิจัยเรื่องบทบาทขององค์กรท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันของตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมและแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนในครั้งนี้ พบว่า สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 60 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 และอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนสถานภาพด้านรายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 สำหรับสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 20

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของผู้ผลิตหมูหัน และเจ้าหน้าที่ของรัฐในท้องถิ่นสามารถวิเคราะห์และสรุปผลเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. ปัญหาของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันในตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จากการศึกษพบว่า ด้านต้นทุนส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องต้นทุนของแรงงานในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา คือ ปัญหาต้นทุนในการซื้อลูกหมู คิดเป็นร้อยละ 16.67 ด้านการตลาด

ส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องของกำลัง/ปริมาณในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 30.77 รองลงมา คือ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านคุณภาพของหมูหัน คิดเป็นร้อยละ 23.08 ส่วนด้านความรู้ส่วนใหญ่ผู้ผลิตมีปัญหาในเรื่องของการขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ ปัญหาการขาดความรู้ด้านการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์หมูหัน คิดเป็นร้อยละ 26.67

2. ความต้องการความช่วยเหลือการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันจากหน่วยงานภาครัฐของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน จากการศึกษาพบว่าโดยรวมส่วนใหญ่ผู้ผลิตต้องการความช่วยเหลือในด้านต้นทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ในการผลิต หากพิจารณาเกณฑ์ความต้องการโดยรวมเฉลี่ย 2.40 ซึ่ง พบว่า อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ดังตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 3 อาทิเช่น ความต้องการงบประมาณส่งเสริม/สนับสนุน เฉลี่ย 3.20 อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ส่วนความต้องการในการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด เฉลี่ย 2.40 อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย และความต้องการความรู้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน เฉลี่ย 2.20 อยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 1 ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันจากหน่วยงานภาครัฐด้านทุน

ลำดับ	ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1	ท่านต้องการส่งเสริม/สนับสนุนแนะนำช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น	2.40	1.02	น้อย
2	ท่านต้องการส่งเสริม/สนับสนุนแนวทางการลดต้นทุนในการผลิตจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น	1.60	0.49	น้อย
3	ท่านต้องการงบประมาณส่งเสริม/สนับสนุนด้านการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นจากหน่วยงานภาครัฐ	3.20	0.75	ปานกลาง
	รวมเฉลี่ย	2.40	0.75	น้อย

ตารางที่ 2 ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันจากหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาด

ลำดับ	ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1	ท่านต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่ายในระดับจังหวัดจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น	2.20	0.75	น้อย
2	ท่านต้องการให้หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์หมูหันในชุมชน	1.40	0.49	น้อยมาก

ตารางที่ 2 ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันจากหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาด (ต่อ)

ลำดับ	ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
3	ท่านต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาดในการผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น	2.40	1.02	น้อย
	รวมเฉลี่ย	2.00	1.58	น้อย

ตารางที่ 3 ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันจากหน่วยงานภาครัฐด้านความรู้

ลำดับ	ความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1	ท่านต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์หมูหัน	2.20	1.17	น้อย
2	ท่านต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์หมูหัน	2.00	0.63	น้อย
3	ท่านต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการเพิ่มรสชาติผลิตภัณฑ์หมูหัน	2.00	0.63	น้อย
4	ท่านต้องการการส่งเสริม/สนับสนุนการให้ความรู้ด้านการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหมูหัน	1.40	0.49	น้อยมาก
	รวมเฉลี่ย	1.90	0.73	น้อย

3. บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับตำบลที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันในด้านทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ในการผลิตต่อผู้ประกอบการของตำบลท่าข้าม อำเภอสามพรานจังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาสถานภาพส่วนบุคคลของตัวแทนเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 และมีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับการศึกษาระดับปริญญาตรีของหน่วยงานภาครัฐในระดับตำบลในด้านทุน โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 3.33 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ส่วนบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับตำบลในการตลาด โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 2.33 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย และบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับตำบลในด้านความรู้ โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 2.55 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐระดับตำบลที่มีต่อการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหัน
ด้านทุน/ด้านการตลาด/ด้านความรู้

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ต่อการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านทุน - แนะนำช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุน - การลดต้นทุนการผลิต - งบประมาณพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น	3.33	0.66	ปานกลาง
ด้านการตลาด - การจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่าย - การกำหนดราคาขาย - การใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์)	2.33	0.66	น้อย
ด้านความรู้ - การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต - การแปรรูปผลิตภัณฑ์หมูหัน - การเพิ่มรสชาติผลิตภัณฑ์หมูหัน - การจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหมูหัน	2.55	0.75	น้อย

**4. บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับอำเภอที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน
ในด้านทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ในการผลิตต่อผู้ประกอบการของตำบลท่าข้าม
อำเภอสามพรานจังหวัดนครปฐม**

จากการศึกษาพบว่าบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับอำเภอในด้านทุน โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 2.16 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย สำหรับการศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับอำเภอในด้านการตลาด โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 1.33 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยมาก และบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับอำเภอในด้านความรู้ โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 1.63 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อยมาก ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐระดับอำเภอที่มีต่อการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหัน
ด้านทุน/ด้านการตลาด/ด้านความรู้

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ต่อการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านทุน - แนะนำช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุน - การลดต้นทุนการผลิต - งบประมาณพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น	2.16	1.16	น้อย

ตารางที่ 5 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐระดับอำเภอที่มีต่อการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหัน
ด้านทุน/ด้านการตลาด/ด้านความรู้ (ต่อ)

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ต่อการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านการตลาด - การจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่าย - การกำหนดราคาขาย - การใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์)	1.33	0.33	น้อยมาก
ด้านความรู้ - การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต - การแปรรูปผลิตภัณฑ์หมูหัน - การเพิ่มรสชาติผลิตภัณฑ์หมูหัน - การจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหมูหัน	1.63	0.38	น้อยมาก

**5. บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน
ในด้านทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ในการผลิตต่อผู้ประกอบการของตำบลท่าข้าม
อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**

จากการศึกษาพบว่าบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดในด้านทุน โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 2.13 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย สำหรับการศึกษพบว่าบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดในด้านการตลาด โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 1.72 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย และบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดในด้านความรู้ โดยรวมมีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหัน ค่าเฉลี่ยที่ 1.87 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดที่มีต่อการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหัน
ด้านทุน/ด้านการตลาด/ด้านความรู้

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ต่อการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านทุน - แนะนำช่องทางเข้าถึงแหล่งเงินทุน - การลดต้นทุนการผลิต - งบประมาณพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น	2.13	1.01	น้อย
ด้านการตลาด - การจัดหาช่องทางในการจัดจำหน่าย - การกำหนดราคาขาย - การใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์)	1.72	0.80	น้อย

ตารางที่ 6 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดที่มีต่อการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหัน
ด้านทุน/ด้านการตลาด/ด้านความรู้ (ต่อ)

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ต่อการส่งเสริม/สนับสนุน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ด้านความรู้ - การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานการผลิต - การแปรรูปผลิตภัณฑ์หมูหัน - การเพิ่มรสชาติผลิตภัณฑ์หมูหัน - การจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตหมูหัน	1.87	1.04	น้อย

6. แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมูหันจากตัวแทนและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัดพบว่าแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่มีต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือการส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและการส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนตามลำดับ

หากพิจารณาหน่วยงานในแต่ละระดับพบว่า ในระดับตำบลแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยรวมเฉลี่ย 2.30 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนในระดับตำบล

ลำดับ	แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1	การปรับปรุงและพัฒนาเตาข้างในกระบวนการผลิต	1.50	0.85	น้อยมาก
2	การพัฒนาคุณภาพในกระบวนการผลิตหมูหันของชุมชน	2.00	1.69	น้อย
3	การควบคุมการตรวจสอบคุณภาพหมูหันของชุมชน	1.50	0.85	น้อยมาก
4.	การส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	3.00	1.69	ปานกลาง
5	การส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด	3.50	0.85	ปานกลาง
	รวมเฉลี่ย	2.30	1.18	น้อย

ส่วนในระดับอำเภอแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยรวมเฉลี่ย 1.60 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนในระดับอำเภอ

ลำดับ	แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1	การปรับปรุงและพัฒนาเตาอย่างในกระบวนการผลิต	1.00	0	น้อยมาก
2	การพัฒนาคุณภาพในกระบวนการผลิตหมูหันของชุมชน	1.00	0	น้อยมาก
3	การควบคุมการตรวจสอบคุณภาพหมูหันของชุมชน	1.00	0	น้อยมาก
4.	การส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	2.50	2.74	น้อย
5	การส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด	2.50	2.74	น้อย
	รวมเฉลี่ย	1.60	1.10	น้อย

ส่วนในระดับจังหวัดแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยรวมเฉลี่ย 1.66 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่อยู่ในระดับน้อย ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนในระดับจังหวัด

ลำดับ	แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1	การปรับปรุงและพัฒนาเตาอย่างในกระบวนการผลิต	1.62	3.07	น้อย
2	การพัฒนาคุณภาพในกระบวนการผลิตหมูหันของชุมชน	1.54	2.74	น้อย
3	การควบคุมการตรวจสอบคุณภาพหมูหันของชุมชน	1.62	3.07	น้อย
4.	การส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	1.77	3.58	น้อย
5	การส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด	1.77	3.58	น้อย
	รวมเฉลี่ย	1.66	3.21	น้อย

จากผลการศึกษาที่ได้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจัดเรียงลำดับปัญหาและความต้องการ และนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Focus group) ระหว่างผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ในท้องถิ่นเพื่อร่วมหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมูหันทั้งในด้านต้นทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้สำหรับการดำเนินงานของผู้วิจัยในนามตัวแทนของสถาบันการศึกษา ได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์หมูหันในด้านความรู้ โดยการบริการวิชาการถ่ายทอดแนวทางการควบคุม คุณภาพผลิตภัณฑ์หมูหันให้กับตัวแทนผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและสนับสนุน การพัฒนาหมูหันให้เป็นสินค้าเด่นที่มีคุณภาพประจำตำบลร่วมกับการส่งเสริมและสนับสนุนจาก หน่วยงานในท้องถิ่นต่อการให้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์หมูหันโดยผู้ประกอบการสามารถ เป็นขอการรับรองด้วยความสมัครใจเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามเกณฑ์กำหนดมาตรฐาน ได้ ทั้งนี้เพื่อยกระดับคุณภาพอาหารให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่องบทบาทขององค์กรท้องถิ่นในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันของตำบลท่าข้าม อำเภอสามพรานจังหวัดนครปฐมและแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อน เศรษฐกิจของชุมชนในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนของ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หมูหันของผู้ประกอบการ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน คือ ปัญหาในด้านต้นทุน ด้าน การตลาด และด้านความรู้ในการผลิตหมูหัน โดยรวมผู้ผลิตมีปัญหาทั้ง 3 ด้าน เช่น ปัญหาในเรื่อง ต้นทุนของแรงงานในการผลิต ปัญหาในเรื่องของกำลัง/ปริมาณในการผลิต หรือแม้กระทั่งปัญหา ในเรื่องของการขาดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีจัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด ดังนั้น จึงเป็นเหตุผลทำให้ผู้ผลิตมีความต้องการความช่วยเหลือการส่งเสริม/สนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหัน จากหน่วยงานภาครัฐ ทั้ง 3 ด้านดังกล่าว อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเกณฑ์ระดับความต้องการโดยรวม แล้วพบว่าส่วนใหญ่ผู้ผลิตต้องการความช่วยเหลืออยู่ในเกณฑ์ระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาของ ผู้ประกอบการในด้านแรงงาน ผู้ประกอบการมักขาดแรงงานในบางช่วงเวลา เช่น ฤดูกาลเก็บเกี่ยว ข้าวทำให้ต้องจ้างแรงงานทดแทนในราคาที่สูงกว่าปกติ ส่วนปัญหาด้านกำลัง/ปริมาณในการผลิตมัก เป็นปัญหาที่ต่อเนื่องมาจากการขาดแรงงานจึงส่งผลทำให้กำลัง/ปริมาณการผลิตลดลงตามไปด้วย ซึ่งพบในบางช่วงเวลาเท่านั้น นอกจากนี้ปัญหาของผู้ประกอบการในเรื่องของการขาดความรู้ ด้านการใช้เทคโนโลยี จัดจำหน่าย (ผ่านเว็บไซต์) เพื่อส่งเสริมการตลาด มักเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการ ไม่เข้าใจถึงขั้นตอนในการขอรับบริการจากหน่วยงานของภาครัฐและเข้าใจว่าเป็นเรื่องยุ่งยากและมีค่าใช้จ่ายในการขอรับบริการจึงส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีความต้องการการส่งเสริม/สนับสนุน จากหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับน้อย นั่นเอง

สำหรับการศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมูหันต่อผู้ประกอบการหมูหันในด้านต้นทุน ด้านการตลาด และด้านความรู้ ทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด พบว่า โดยรวมในระดับตำบลมีบทบาทการสนับสนุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับปานกลางถึงน้อย ส่วนภาพรวมบทบาทในระดับอำเภอ พบว่า มีการสนับสนุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับน้อย และในระดับจังหวัดโดยรวม พบว่า มีการสนับสนุนต่อผู้ผลิตอยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการปกครองท้องถิ่นในหลักการบริหารจัดการภาครัฐที่เน้นการกระจายอำนาจการปกครองให้กับหน่วยงานท้องถิ่นเป็นผู้ดูแล (วิชชุกร นาครธร, 2550 : 116) แต่อย่างไรก็ตามการกระจายอำนาจให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการกำหนดกรอบแนวทางในการจัด ทำแผนการกระจายอำนาจไม่ได้รวมรายละเอียดในการดำเนินการ ภารกิจที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเลือกทำหรือไม่ทำขึ้นอยู่กับความจำเป็นและความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนด โดยแต่ละท้องถิ่นจะมีอิสระในการพิจารณาความเหมาะสมของภารกิจที่ต้องทำสำหรับองค์กรท้องถิ่นของตำบล ท่าข้ามในเรื่องของการสนับสนุนผลิตภัณฑ์หมูหันยังมีอยู่ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนจากการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมูหันจากตัวแทนและผู้นำของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด พบว่า แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่มีต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นในระดับชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับธัญมัย เจียรกุล (2558 : 1) ที่พบว่า แนวทางการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในชุมชน ต้องเริ่มจากการสร้างแรงบันดาลใจและความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการเอง เช่น การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งหากกลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด ทั้งนี้เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในตลาดทั้งในและต่างประเทศต่อไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับภัสชา วงศ์ทิมารัตน์ (2558: 115) ที่พบว่า การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยจะช่วยให้เกิดการซื้อบริการซ้ำ เนื่องจากลูกค้าเกิดความประทับใจซึ่งจะมีผลดีในระยะยาว

จากการศึกษาดังกล่าวยัง พบว่าแนวทาง ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่มีต่อผู้ประกอบการทั้งในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอีกอย่างคือการส่งเสริมให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และ อัจฉราภรณ์ มลิวงศ์ (2554 : 531) ที่พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับนั้นต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการให้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของอมมี เบญจมะ และคณะ (2553 : 545) ที่พบว่า การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารที่

สำคัญอย่างหนึ่งคือการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นทางเลือกในการบริโภคหรือประกอบอาชีพเสริมให้กับชุมชน และนางนุช อุณอนันต์ (2557 : 76) ยังพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคโดยเฉพาะธุรกิจประเภทอาหาร ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงเรื่องความสะดวกให้มากที่สุดด้วย

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2559). **คู่มือคำอธิบายตัวชี้วัดการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐแบบประมาถ พ.ศ. 2553**. ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2559, จาก <http://www.alro.go.th/alro/project/PMQA/file/pmqa2554/2/1.pdf>
- ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และอัจฉราภรณ์ มลิวงศ์. (2554). **รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ “แม่ใจ-แพรว วิจัย ครั้งที่ 2” วันที่ 1-2 กันยายน 2554 : 526-532.
- ธัญมัย เจียรกุล. (2558). **ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC**. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. 34 (1) : 177-191.
- นนุช อนุอนันต์. (2557). **พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านกาแฟสดในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. 8 (2) : 69-80.
- ภัสชา วงศ์ทิมารัตน์. (2558). **ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจ สปอ**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. 9 (1) : 106-124.
- วิชชุกร นาคธร. (2550). **การปกครองท้องถิ่นไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 1. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2550). **พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างไรให้อยู่รอดและยั่งยืน**. วารสารสถาบันพระปกเกล้า. 5 (2) : 60-71.
- สมชาย วรภิเษมสกุล. (2553). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. อุดรธานี : อักษรศิลป์การพิมพ์.
- สุนทร ขาวลาจันทร. (2559). **เอกสารประกอบการบรรยายรายวิชาแนวคิดและทฤษฎีการปกครองท้องถิ่น**. ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2559, จาก <http://ckc.ac.th/learning/Ps/Ps07.pdf>
- อมมี เบญจมะ, ระพีพร เรืองช่วย, โชคชัย เหลืองสุวปราณีต, นริศดิศัย เพชรสุภา และพายุพ มาศนิยม. (2553). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจากสาหร่ายสกุลกราซิลารีเยเพื่อชุมชนบริเวณอ่าวปัตตานี**. วารสารวิทยาศาสตร์เกษตร. 41 (3/1 พิเศษ) : 545-548.