



การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์
The Product Development of Coconut Shell Group at Ban Thasap
of Yala Province in Creative Economy Concept

อัปสร อีซอ* จิราพร เกียรติณมต อุษณีย์ พรหมศรียา นันทรัตน์ นามบุรี ชรีฮาน ยีแวง และปวีณา เจาะอารง
Apsorn E-sor, Jiraporn Keatnaremon, Usanee Promsriya, Nantharat Namburi,
Chareehan Yeewea and Paweena Jeharrong

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถนนเทศบาล 3 อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
Management Sciences Faculty of Yala Rajabhat University 133 Tedsabarn 3 Road, Amphoe Meuang, Yala Province. 95000. Thailand

*Corresponding Author, E-mail: apsornru@gmail.com

(Received: February 2, 2016; Revised: May 5, 2016; Accepted: May 11, 2016)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ลักษณะเป็นงานวิจัยและพัฒนา ที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม การปฏิบัติการพัฒนา และการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก ปรากฏผลดังนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถแบ่งการทำงานได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผนพัฒนา โดยการสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นการศึกษาภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญเดิมซึ่งได้แก่การตัดเจาะแปรรูปกะลามะพร้าว เมื่อผนวกกับอัตลักษณ์ธุรกิจ ที่เน้นใช้วัตถุดิบอื่นผสมผสานกับกะลา ดังกล่าวจึงนำมาสู่ไอเดียการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข็มกลัด 2) การปฏิบัติการพัฒนา เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแผนที่กำหนด ซึ่งกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป ได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ 3) การสรุปผลการพัฒนา เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาไปยังลูกค้า ซึ่งจากการสัมภาษณ์เจาะลึกประธานกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก่อให้กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 20%

คำสำคัญ : การพัฒนา กะลามะพร้าว เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยะลา

Abstract

This research aims to develop the coconut shell group at Ban Tasap Yala, the research and development reference to the creative economy concept by using data collected into a group discussion method, the practical development method and in-depth interviews method, the results are as follows: The development of the coconut shell group at Ban Tasap Yala according by creative economy concept can be divided into 3 stages: 1) Development planning method by focus group. It was developed to produce a new product its use indigenous knowledge such as cutting, drilling from coconut shells combined with business identity and produced by using another material integrated with coconut shell so, its innovative with new idea that call brooch, its product processing from coconut shell 2) Operational development is develop the products according into the plan and the group of coconut shell has product development, branding development and packaging development 3) The results for

development by in-depth interviews method, It was short outcome of the project working by building up the presentation the new product to the clients, this project is development and marketing from creative economy concept and this can created a new group of coconut shell group at Ban Thasap, Yala Province. It led to contributed 20% of the business' income.

Keywords: Development, Coconut shell, Creative economy, Yala

บทนำ

กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลา เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2559 โดยมีคุณเขาเต๊ะ โต้ะปี ทำหน้าที่เป็นประธานกลุ่ม ซึ่งอาชีพหลักของคุณเขาเต๊ะ คือ การขายมะพร้าวและน้ำกะทิ ทำให้มีวัตถุดิบซึ่งเป็นกะลามะพร้าวอยู่มาก ประกอบกับสมาชิกกลุ่มมีความสนใจในงานหัตถกรรมแกะสลักเป็นพื้นฐาน จึงได้รวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่ม 10 คน รวมตัวกันยามว่างเว้นจากงานประจำ จัดทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว อันได้แก่ แก้ว ขาม โคมไฟ และพวงกุญแจ จัดจำหน่ายสู่ตลาดเป้าหมายในท้องถิ่น ถึงแม้ว่าทางกลุ่มเริ่มดำเนินการไม่นานนัก แต่ทุกคนมีความมุ่งมั่น ตั้งใจ พร้อมที่จะเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งที่ผ่านมา ทางกลุ่มได้ติดต่อขอรับการอบรมความรู้จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ด้านการบริหารธุรกิจเบื้องต้น ทั้งทางด้านการผลิต การเงิน การตลาด และการบริหารบุคคล หากแต่การอบรมให้ความรู้แต่เพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมได้ จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนพัฒนาในทางปฏิบัติจริงด้วย ทางกลุ่มมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ยังเป็นแบบเดิมๆ ขาดอัตลักษณ์ความโดดเด่น เฉพาะตัวที่แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ทำให้ได้ยอดขายและกำไรน้อย ทีมที่ปรึกษาจึงเห็นพ้องต้องกันว่า กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป ควรได้รับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นแนวทางที่มุ่งขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ (Leaypirot et al., 2013 : 14) บนพื้นฐานของการนำภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะร่วมสมัยและมีอัตลักษณ์เฉพาะ สร้างจุดขายในการดึงดูดความสนใจจากลูกค้า (Institute for small and Medium Enterprises Development, 2012 : 4) ควบคู่กับการพัฒนาการตลาดเชิงรุก เพื่อให้มียอดขายและกำไรเพิ่ม ดังกล่าวจึงเป็นที่มาของโครงการวิจัยนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การปฏิบัติการพัฒนา (Development Action) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ทั้งนี้ การพัฒนาได้กำหนดแบบแผนการวิจัยไว้ 3 ระยะ ประกอบด้วยการวางแผนพัฒนา การดำเนินงานพัฒนา และการสรุปผลการพัฒนา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระยะการวางแผนพัฒนา (Development Planning) โดยการสนทนากลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ประกอบการคนกลาง และลูกค้า กลุ่มละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน เพื่อศึกษาถึงภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญและอัตลักษณ์ธุรกิจ รวมถึงทิศทางการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. ระยะเวลาดำเนินงานพัฒนา (Development Operation) ซึ่งเป็นการปฏิบัติการพัฒนารายละเอียดหรือรูปธรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของธุรกิจตามแผนที่วางไว้

3. ระยะเวลาสรุปผลการพัฒนา (Development Conclusion) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นภายหลังการพัฒนา ทั้งในส่วนของรายได้ และความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ

สำหรับการพัฒนาและทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวิสาหกิจขนาดย่อม จากนั้นจึงได้ออกแบบเครื่องมือวิจัย และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและด้านธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน ร่วมวิพากษ์ถึงประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมและความสามารถในการสื่อสาร มีการทดสอบใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา จำนวน 3 คน พร้อมนำผลที่ได้ปรับปรุงเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ จะถูกนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล ด้านกลุ่มเป้าหมายการวิจัย และด้านผู้ศึกษาวิจัย

ผล

ผลการศึกษานี้จำแนกตามแบบแผนการวิจัย ปรากฏผลดังนี้

1. การวางแผนพัฒนา (Development Planning)

จากการสนทนากลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ประกอบการ คนกลาง และลูกค้า เพื่อศึกษาถึงภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญและอัตลักษณ์ธุรกิจ รวมถึงทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ของกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป พบผลเป็นดังนี้

1.1 ภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญของธุรกิจ ผู้เข้าร่วมสนทนาเกือบทั้งหมด ให้ความเห็นว่ากลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาปมีภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญด้านการตัดเจาะแปรรูปกะลามะพร้าว ซึ่งสามารถทำได้สมจริงมาก

1.2 อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ธุรกิจ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มบางราย ให้ความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกะลามะพร้าว หากทำมาจากวัตถุดิบกะลาเพียงอย่างเดียว จะทำให้ดูไม่สวยงาม ไม่น่าสนใจ จึงควรที่จะได้มีการใช้วัตถุดิบอย่างอื่นผสมผสานในการผลิต เพื่อช่วยให้ดูน่าสนใจ ร่วมสมัยมากขึ้น เช่นผสมผสานวัตถุดิบ เชือกหนัง เชือกเทียน เชือกถัก ฯลฯ ซึ่งที่ประชุมส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวคิดดังกล่าว ที่ควรนำมาเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

1.3 ทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ จากการสนทนากลุ่มถึงประเด็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตต้องการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตให้แรงงานผู้หญิง โดยอาจเป็นด้านการถักหรือประกอบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีความเห็นว่า การที่ให้แรงงานหญิงทำเพียงขัดถูผลิตภัณฑ์กะลา เป็นงานที่ไม่ท้าทาย ส่วนกลุ่มคนกลางได้แสดงความคิดเห็นที่น่าสนใจว่า หากจะทำผลิตภัณฑ์จำหน่ายควรมีการตั้งชื่อแบรนด์ ซึ่งควรเป็นชื่ออื่นไม่ใช่ชื่อกลุ่ม และหากเป็นไปได้ควรมีเรื่องราว (Story) ติดที่บรรจุภัณฑ์เพื่อให้สินค้าดูน่าสนใจมากขึ้น สำหรับกลุ่มลูกค้า ได้เสนอแนะ อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ควรแตกต่างจากที่อื่น โดยเสนอแนะให้ออกแบบผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวแปรรูปเป็นเครื่องประดับ ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนา ดังนี้

“.....เวลาทำงาน งานหลักจะเป็นผู้ชายที่เลื่อย เจาะฉลุ เป็นรูปร่าง ส่วนผู้หญิงก็จะทำงานขัดให้เรียบ ทาแลคเกอร์ ให้เงางาม อยากให้เพิ่มงานในส่วนของผู้หญิง ที่น่าจะสามารถทำอะไรได้มากกว่างานขัด งานทาแลคเกอร์.....”

หนึ่งในผู้ประกอบการ

“.....อยากให้มีการสร้างแบรนด์ ซึ่งแบรนด์ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงชื่อกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป แต่ควรตั้งชื่อสั้นๆ จำง่าย ๆ มีความหมาย และถ้ามีเรื่องราวหรือ Story อาจจะติดที่ Tag หรือของบรรจุภัณฑ์จะช่วยให้ดูน่าสนใจมากขึ้น”

หนึ่งในคนกลาง

“.....ถ้าถามว่าอยากเห็นผลิตภัณฑ์อะไรที่แปรรูปมาจากกะลามะพร้าว ไม่อยากเห็นอะไรแบบเดิมๆ ที่เคยเห็นมาจากที่อื่น เช่น พวกถ้วยชาม โคมไฟ พวงกุญแจ เราอยากเห็นอะไรที่มันแปลกตาออกไป อาจจะเป็น เครื่องประดับ สร้อยคอ กำไล นาฬิกา หรือเข็มกลัด โดยเฉพาะเข็มกลัด สามจังหวัดชายแดนใต้ ไรรมุสลิมเยอะ คลุมผมเยอะ อยากเห็นดีไซน์เข็มกลัดแบบเก๋ๆ แต่อย่างที่บอก ถ้ามันเป็นกะลาเพียวๆ มันอาจจะดู Low ไม่น่าสนใจ น่าจะมีอะไรมาผสมผสาน อาจเป็นเชือกหนัง เชือกเทียน เชือกถัก อะไรประมาณนี้.....”

หนึ่งในลูกค้า

2. การดำเนินงานพัฒนา (Development Implementation)

ผู้วิจัยและประธานกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาปพร้อมสมาชิก ได้ดำเนินการปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ซึ่งได้แก่เข็มกลัด โดยพัฒนาทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรายินค้า บรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเข็มกลัด โดยจัดทำเป็นรูปใบไม้ในท้องถิ่น ใช้วัสดุดิบกะลาตัดเจาะเป็นรูปใบไม้ ผสมผสานกับเชือกเทียนที่ถักเป็นรูปใบไม้วางซ้อนทับบนกะลาอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะผูกติดกับเข็มกลัดพร้อมใช้งาน ทั้งนี้รูปแบบผลิตภัณฑ์เข็มกลัดที่พัฒนา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบผลิตภัณฑ์เข็มกลัดที่พัฒนา

2.2 การพัฒนาตรายินค้า

การพัฒนาตรายินค้าในที่นี่ เน้นในส่วนของการซื้อขายตรายินค้าและโลโก้เป็นหลัก โดยประธานกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาปพร้อมสมาชิก ได้ร่วมคิดตรายินค้า และได้ข้อสรุปใช้ชื่อยี่ห้อ “KALA-U” โดยมีความหมายถึงผลิตภัณฑ์กะลา.....เพื่อคุณ ในส่วนของโลโก้ ได้ออกแบบตัดทอนเป็นรูปกะลาผ่าครึ่งซีก มีทั้งส่วนขอบกะลา และเนื้อมะพร้าวสีขาว ทั้งนี้ภาพโลโก้ตรายินค้าผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตรายินค้า KALA-U

2.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ในส่วนของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกใส ด้านในมีกระดาษสีน้ำตาล ด้านหน้าแขวนผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านหลังเขียนเรื่องราวความเป็นมา (Story) ดังนี้

“คุณเขาเต๊ะ จากคนขายกะทิที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ นำแนวคิดมาต่อยอดกะลาวัสดุเหลือใช้สู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ สร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่ม สร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับชุมชนท่าสาป จังหวัดยะลา” ทั้งนี้ภาพบรรจุภัณฑ์และเรื่องราวแบรนด์ “KALA-U” ดังภาพที่ 3 และ 4



ภาพที่ 3 ภาพบรรจุภัณฑ์เข็มกลัด



ภาพที่ 4 เรื่องราวแบรนด์ “KALA-U”

3. การสรุปผลพัฒนา (Development Conclusion)

จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการคุณเขาเต๊ะ โต๊ะปี ประธานกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2561 จากเดิมที่ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว อันได้แก่ แก้ว ขาม โคมไฟ และพวงกุญแจ โดยมีรายได้เฉลี่ย 8,000-10,000 บาทต่อเดือน ภายหลังจากการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ทีพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ธุรกิจได้ทำการวัดผลการขายเป็นระยะเวลา 3 เดือน พร้อมหาค่าเฉลี่ย นำผลที่ได้เปรียบเทียบกับก่อนพัฒนา พบว่าผลิตภัณฑ์เข็มกลัดที่สร้างสรรค์ใหม่ สามารถกำหนดราคาจำหน่ายได้ในราคา 200 บาทต่ออัน และทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 20% หรือประมาณ 12,000 บาทต่อเดือน

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ สามารถอภิปรายผลที่เกิดขึ้นได้ดังนี้

1. การวางแผนพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป มีภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญเดิมด้านการตัดเจาะแปรรูปกะลามะพร้าว ดังกล่าวจึงเป็นฐานในการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อันได้แก่ เข็มกลัด โดยจัดทำเป็นรูปใบไม้ในท้องถิ่น ใช้วัตถุดิบกะลาตัดเจาะเป็นรูปใบไม้ ผสมผสานกับเชือกเทียนที่ถักเป็นรูปใบไม้วางซ้อนทับบนกะลาอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะผูกติดกับเข็มกลัดพร้อมใช้งาน ซึ่งดังกล่าวเป็นการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากไม่มีคู่แข่งรายใดที่จัดทำเข็มกลัดจากผลิตภัณฑ์กะลามาก่อน จึงสามารถอภิปรายได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์จัดเป็นแนวคิดในการสร้างความเจริญเติบโตและขับเคลื่อนพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ ภายใต้อัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น มาผสานในงานออกแบบ เพื่อให้เกิดผลงานสร้างสรรค์ที่มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (Institute for small and Medium

Enterprises Development, 2012 : 4) สอดคล้องกับงานวิจัย Junpla et al. (2016 : 83) ที่พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งการพัฒนานอกเหนือจากคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยทั้งทางด้านจิตใจและทางด้านกายภาพ ยังคำนึงถึงการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายและสีสันต่างๆ ตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำอีกด้วย

2. การดำเนินงานพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ อันได้แก่เข็มกลัด ทั้งทางด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรายีนค่า และบรรจุภัณฑ์ ตามอัตลักษณ์ที่กำหนด ที่เป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ว่า การพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีการรวมวิธีการและเครื่องมือที่หลากหลายไว้ร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดพลังในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และทำให้เป้าหมายของการสื่อสารอัตลักษณ์ประสบผลสำเร็จ (Shimp & Andrews, 2013 : 12) สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาวิสาทกิจขนาดย่อมจังหวัดชายแดนใต้ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สิ่งทีพัฒนาอาจเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรายีนค่า บรรจุภัณฑ์ ตลาดเป้าหมาย ราคา การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ (E-sor et al., 2017 : 161)

3. การสรุปผลการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าพร้อมสร้างมูลค่าเพิ่ม ก่อให้เกิดยอดขายและกำไรเพิ่ม 20% ซึ่งเป็นไปตามที่องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development) ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นดำเนินการสร้างความเจริญเติบโตและขับเคลื่อนพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดการสร้างรายได้ (United Nations Conference on Trade and Development, 2008:1) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chollatep (2013) ที่ศึกษาพบว่าผลลัพธ์ทางธุรกิจจากการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ ทำให้สินค้าของธุรกิจมีเอกลักษณ์โดดเด่น และเป็นผู้เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก ส่งผลให้ยอดขายของสินค้าเพิ่มขึ้น อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ E-sor et al. (2017: 162) ซึ่งศึกษาพบว่าการพัฒนาวิสาทกิจขนาดย่อมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจได้ 10-30%

สรุป

จากการวิจัย สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

การพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถแบ่งการทำงานได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผนพัฒนา โดยเป็นการศึกษาภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญและอัตลักษณ์ธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม วัตถุบิลักษณะเฉพาะทางพื้นที่ ฯลฯ ที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่งอื่น เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนา 2) การดำเนินงานพัฒนา เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้สิ่งที่พัฒนาอาจเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรายีนค่า บรรจุภัณฑ์ ตลาดเป้าหมาย ราคา การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ 3) การสรุปผลการพัฒนา เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าพร้อมศึกษาความสำเร็จด้านเป้าหมายขององค์กร เช่น ยอดขาย กำไร ฯลฯ สำหรับกลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป มีการวางแผนพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เริ่มจากการศึกษาภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญเดิมซึ่งได้แก่การตัดเจาะแปรรูปกะลามะพร้าว เมื่อผนวกกับอัตลักษณ์ธุรกิจ ที่เน้นใช้วัตถุบิลักษณะพิเศษผสมผสานกับกะลา ดังกล่าวจึงนำมาสู่ไอเดียการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข็มกลัด โดยออกแบบจัดทำเป็นรูปใบไม้ในท้องถิ่น ใช้วัตถุบิลักษณะเฉพาะเป็นรูปใบไม้ ผสมผสานกับเชือกเทียนที่ถักเป็นรูปใบไม้วางซ้อนทับบนกะลาอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะผูกติดกับเข็มกลัดพร้อมใช้งาน ด้านการดำเนินงานพัฒนา เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแผนที่กำหนด ซึ่งกลุ่มได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตรายีนค่า และบรรจุภัณฑ์ ด้านการสรุปผลการพัฒนา เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้า ก่อให้เกิดรายได้เพิ่ม 20% จาก 10,000 บาท เป็น 12,000 บาทต่อเดือน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์/ธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีดังนี้



1. ควรมุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจระดับขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหลัก รวมถึงผู้ประกอบการที่ทำตลาดเฉพาะ (niche market) เนื่องจากมีศักยภาพด้านภูมิปัญญา วัฒนธรรมและการใช้ทักษะเฉพาะด้านในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

2. ควรเน้นส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ (entrepreneur) ให้มีแนวคิดและยึดหลักทำงานตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้หลักการการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมี อัตลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งขั้น แทนการแข่งขันแบบลอกเลียนแบบและเน้นราคาต่ำ

3. เมื่อใดที่ได้อัตลักษณ์ที่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการควรรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าว และนำมาเป็นไอดีหาทางต่อยอดพัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์อื่นต่อไป เช่น อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าว คือการผสมผสานวัตถุดิบกะลาเข้ากับเชือกถัก ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวนอกจากพัฒนาเป็นเครื่องประดับเข็มกลัดแล้ว อาจพัฒนาต่อยอดสู่เครื่องประดับอื่น อาทิ กำไล นาฬิกา สร้อยคอ ฯลฯ ต่อไป

4. การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการคัดเลือกผู้ประกอบการและธุรกิจที่มีศักยภาพ เนื่องจากผู้ประกอบการจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ อีกทั้งธุรกิจที่พัฒนาต้องมีศักยภาพความพร้อมระดับหนึ่ง ทั้งทางด้านการผลิต การตลาด การบริหารบุคคล ฯลฯ มิฉะนั้นแล้วการพัฒนาจะติดขัดกับดักมุ่งสร้างความพร้อมขั้นพื้นฐาน (เช่น การจัดซื้ออุปกรณ์ผลิต การพัฒนาสถานประกอบการให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับเครื่องหมายรับรองการผลิต ฯลฯ) มากกว่าการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

เอกสารอ้างอิง

- Chollatep, N. (2013). *Application of Creative Economy Concept of Small Enterprises Agro-Industry Entrepreneurs in Chiang Mai Province*. Chiang Mai: Chiang Mai University. (in Thai)
- E-sor, A., Kanchanatanee, K., Jeharrong, P. & Susaro, R. (2017). The Development of Southern Border Small Enterprises in Creative Economy Form. *Journal of Yala Rajabhat University*, 12(1), 161-177. (in Thai)
- Junpla, J., Kitka, P. & Wongsaming, S. (2016). Development of Thai Song Dam Woven Fabric Products to Add Value Following the Creative Economy Concept. *Veridian E- Journal, Silpakorn University*, 9(2), 82-98. (in Thai)
- Institute for small and Medium Enterprises Development. (2012). 20 Creative Identity. Pathumthani: Institute for small and Medium Enterprises Development. (in Thai)
- Leaypirot, K., Tumsatitded, P., Taechaviboonwong, A. & Kamvijit, V. (2013). *Open of Thinking Creative Economy*. Bangkok: Active Print Ltd.
- Shimp, T. A. & Andrews, J.C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other. Aspects of Integrated Marketing Communications*. (9th ed.). South-Western: Cengage Learning.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2008). *Creative Economy Report 2008* [Online]. Retrieved June 29, 2018, from: <http://theory.isthereason.com/p=2176>.

บุคลากรกรม

คุณเขาเต๊ะ โต๊ะปี (ผู้ให้สัมภาษณ์). อับสร อีซอ (ผู้สัมภาษณ์). สถานประกอบการกลุ่มกะลามะพร้าว บ้านท่าสาป จังหวัดยะลา. เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2561.