บทความวิจัย (Research Article)

การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนา (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

The community Products Identities Development in Community Enterprise Group housekeeper's Nokkaypattana (Housewife, Miang Thong) Yamu Sub-district, Yaring District, Pattani Province

จิรัชยา เจียวก๊ก สวัสดิ์ ไหลภาภรณ์ นวพล แก้วสุวรรณ*
จินตหรา ดอเลาะ และรอสือนะห์ แวเด็ง
Jirachaya Jeawkok, Sawat Laipaporn, Nawapon Kewsuwan*,
Jintara Dolloh and Roseenah Weadaeg

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การบริหารจัดการกลุ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้นำกลุ่มและสมาชิกจำนวน 8 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลในทุกระยะ จนข้อมูลอิ่มตัว จากการศึกษาภาคสนาม ผลการวิจัย พบว่า 1) สถานการณ์การบริการจัดการของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ในปัจจุบันมีการจัดการที่ไม่มีแบบแผนที่ชัดเจน ศักยภาพด้านการรวมกลุ่ม ไม่มีความแน่นอน สมาชิกที่ทำงานต่อเนื่องมีน้อยอีกด้วย ศักยภาพด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลดลงจากการที่สมาชิกส่วนใหญ่มีอายุขาด ศักยภาพในการหาช่องทางใหม่ ๆ ในการจำหน่าย ศักยภาพในการผลิตน้อยลงเนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลงการผลิตจึงน้อยลงตามด้วย 2) การพัฒนาอัตลักษณ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ผู้นำและสมาชิกร่วมกันหาจุดเด่นของชุมชน ได้แก่ วังยะหริ่ง ป่าชายเลน ใบชะพลูที่เป็นส่วนประกอบหลักของเมี่ยงคำ นำมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ได้ 3 รูปแบบ และสมาชิกเลือกรูปแบบมา 1 รูปแบบ ซึ่งรูปแบบที่เลือกเป็นรูปแบบที่ 2 ซึ่งนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม โดยบนอัตลักษณ์จะมีใบชะพลูสีเขียวเข้ม มีทรงหน้าจั่วสีทองของวังยะหริ่งเพื่อแสดงถึงจุดเด่นของสถานที่สำคัญในชุมชน และรากของป่าชายเลน อีกทั้งยังมีเมี่ยงคำสำเร็จรูปที่เป็นผลิตภัณฑ์จริงของกลุ่มอีกด้วย

คำสำคัญ: การบริหารจัดการกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี จังหวัดปัตตานี 94000
Faculty of Humanities and Social Sciences, Prince of Songkla University Pattani Campus, Pattani 94000
*Corresponding author; email: nawapon.k@psu.ac.th
(**Received**: 10 June 2020; **Revised**: 12 October 2020; **Accepted**: 22 October 2020)
DOI: https://doi.org/10.14456/psruhss.2022.11

Abstract

This research is action research. The purpose of this study is to develop the potential of community products. Research on the identity development of participatory community products and guidelines for promoting the potential and development of community product identity Sub district, Nianfu, Peking University The target group is eight leaders and members. Data were collected through interviews and focus group discussions. Content analysis is used to collect data. From the data of the field survey, we found the potential of 1-41 and the management group, that is, the mother of tongsom41. Non system This is due to the adjustment in the management service function to encourage team members to work. It's hard for most members to focus on developing themselves. In addition, the new generation needs to learn and promote the work of community business groups so that they can develop in 2m41. Participation in community identification Community leaders and members share a common characteristic of wangsaying mangroves, palm leaves, leading to the uniqueness of the product.

Keywords: Group management, Community products

บทนำ

โลกปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแย่งชิงทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลต่อหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งสองทศวรรษที่ผ่านมาประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระดับท้องถิ่น เพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาระดับประเทศ ทั้งนี้ภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 มุ่งที่จะเน้นการสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับสังคม ประชาชน และระบบเศรษฐกิจ ยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อรองรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลง ซึ่งนับว่าเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็ง สร้างความมั่นคงในคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ซึ่งการประกอบธุรกิจชุมชนเป็นการมอบโอกาสชุมชนให้มีอาชีพ เป็นทางเลือกหนึ่งในการพึ่งพาตนเองของชุมชน นำเอาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของสมาชิกในชุมชน มาสร้างรายได้ มีการจ้างงานและเป็นผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (ธวัชชัย เพ็งพินิจ, 2551) อีกทั้งธุรกิจชุมชน หมายถึง "กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนอันประกอบด้วยกิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชน (สุพรรณี อัสวศิริเลิศ และกุศล ฐินะกุล, 2545) กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคล หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ซึ่งการประกอบการเพื่อการจัดการ "ทุนของชุมชน" อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2550)

อภิรมย์ สุขประเสริฐ (2562) กล่าวว่า ธุรกิจชุมชนเป็น กิจกรรมการผลิตจนถึงการจำหน่ายในช่องทางการตลาดต่าง ๆ โดยมีแนวทางในการขับเคลื่อนจากการค้นหาและศึกษาความต้องการของชุมชน สู่การพัฒนาสร้างความเข้มแข็ง ยึดหลักตลาดนำการผลิตและมีการกำหนดแผนธุรกิจที่ชัดเจน ผสานความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในด้านความรู้และเทคโนโลยีนวัตกรรม เพื่อทำให้เกิดความมั่นคงของเศรษฐกิจฐานราก มีภูมิคุ้มกัน มีรายได้ สวัสดิการสังคม และโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพบว่ากลุ่มวิสาหกิจในบางพื้นที่ขาดการส่งเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการ ไม่ได้รับการส่งเสริมความรู้และการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในบางพื้นที่นั้นต้องมีการปิดตัวเอง ประชาชนกลับสู่การใช้ชีวิตในรูปแบบเดิม ที่ต่างคนต่างใช้ชีวิตไม่เกิดการรวมตัว ชุมชนไม่พัฒนา สำหรับพื้นที่ตำบลยามู นับเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีกลุ่มธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นจำนวนมากมายซึ่งมีทั้งกลุ่มที่ประสบความสำเร็จและกลุ่มที่อยู่ในช่วงการพัฒนาและต้องการเสริมสร้างศักยภาพด้านการบริหารจัดการ ให้กลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีมีองค์ความที่สืบทอดต่อไปได้เป็นที่ราบมีแม่น้ำยามูไหลผ่านใจกลางอำเภอ ซึ่งแม่น้ำยามู มีต้นน้ำอยู่ที่อำเภอมายอ จังหวัดปัตตานีราษฎรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและรับจ้าง (ไทยตำบลดอทคอม, 2558) ซึ่งกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่ที่ว่างงานได้มีการรวมตัวเพื่อจัดทำกลุ่มสร้างอาชีพ ทำธุรกิจในรูปแบบธุรกิจชุมชนขึ้นโดยนำเองความรู้ ภูมิปัญญา มาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อให้ตัวเองมีรายได้เลี้ยงชีพและครอบครัวซึ่งกลุ่มธุรกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนาฯ ทำผลิตภัณฑ์เป็นเมี่ยงคำสำเร็จรูปที่แปลงมาจากเมี่ยงสดให้มีการรับประทานง่ายและสะดวกมากขึ้นมีหลากหลายรสชาติ ให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากขึ้นเป็นจุดเด่นของกลุ่ม ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มและมีรายได้เพิ่มขึ้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนาฯ มีการก่อตั้งขึ้นมาแล้ว 7 ปี ในปัจจุบันสมาชิกกลุ่มไม่มีความคงที่ ขาดศักยภาพในการบริหารจัดการ การดำเนินงานไม่มีความชัดเจนและกลุ่มเข้มแข็งที่จะพาให้กลุ่มมีความสำเร็จที่ยั่งยืนในอนาคตได้และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังไม่มีความชัดเจน ไม่มีอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและชุมชนตนเอง

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาหาแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการของกลุ่มและพัฒนาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ่านจุดเด่นของชุมชน สร้างกระบวนการทำงานที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้นำและสมาชิก เพื่อสร้างศักยภาพให้กับกลุ่มที่จะนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่าง ๆ และนำเอาจุดเด่นของชุมชนมาพัฒนาให้เกิดเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มฯ ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี เพื่อหนุนเสริมเศรษฐกิจชุมชน นำมาต่อยอดให้ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับชุมชนและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด ส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งและมีเศรษฐกิจที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนา (กลุ่มแม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

2. เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ปฏิบัติการอย่างเป็นระบบ โดยที่ผู้วิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ จากการใช้วงจรเดมมิ่ง 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน คือจะมีการลงพื้นที่ศึกษาบริบทชุมชนและมีการพูดคุยกับผู้นำกลุ่มและสมาชิก เพื่อจะได้รู้ถึงปัญหาและสถานการณ์ปัจจุบันของกลุ่มในด้านต่าง ๆ โดยใช้เครื่องมือชุมชนดำเนินการ ได้แก่ ใยแมงมุม แผนที่ทรัพยากร แบบสัมภาษณ์ และสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การลงมือปฏิบัติ คือการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์โดยจะมีการสอบถามจุดเด่นของชุมชน ออกแบบอัตลักษณ์

ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพ เพื่อให้ได้ถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ความสอดคล้องกับชุมชนมากที่สุด ทั้งนี่ผู้นำและสมาชิกในกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการส่งเสริมศักยภาพ และมีการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพ การตรวจสอบ/สังเกตและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน บรรยายและอธิบายแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพและการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนาฯ ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี จากข้อมูล 1) ศักยภาพของการบริหารจัดการกลุ่ม 2) การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์แบบส่วนร่วม ซึ่งได้เก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน กันยายน 2562 ถึงพฤศจิกายน 2562

เครื่องมือในการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ดังนั้นวิจัยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แนวคำถามในการสนทนากลุ่มเพื่อเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และต้องมีความเข้าใจตามแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยอีกด้วย ซึ่งผู้วิจัยทำการศึกษาพัฒนาตนเองด้วยเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการบริหารจัดการและการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการ ดังนี้

1. การสัมภาษณ์ (In-depth interviews) การใช้การสัมภาษณ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเด็นที่ต้องการความชัดเจนและสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ ผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม โดยเก็บจนกระทั่งข้อมูลอิ่มตัว ซึ่งมีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 8 คน แต่ละคนมีการสัมภาษณ์อย่างน้อย 2 ครั้ง โดยที่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลในขณะที่อยู่ระหว่างทำกิจกรรมกับกลุ่มชุมชนและเก็บข้อมูลซ้ำภายหลังทำกิจกรรมสิ้นสุด ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบเกี่ยวกับข้อมูลที่ที่ได้มาว่ามีความสมบูรณ์ และสอดคล้องกันมากน้อยอย่างไร ซึ่งนำไปสู่การได้ข้อมูลที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่มผู้ร่วมวิจัย จำนวน 8 คน ประกอบด้วย ผู้นำกลุ่มสมาชิกกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิด

3. แนวคำถาม (Interview Guideline) ประกอบด้วย แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแนวคำถามตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับศักยภาพการบริหารกลุ่มในปัจจุบัน การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม

การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ที่มีความตรงในเชิงเนื้อหา และมีความน่าเชื่อถือ ดังนี้ การตรวจสอบเชิงเนื้อหาโดยเทคนิค IOC (Item Objective Congruence Index) หรือดัชนีความสอดคล้องของคำถามระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การเตรียมการเก็บข้อมูล ระยะที่ 2 ศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่ม ระยะที่ 3 การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม

ระยะที่ 1 การเตรียมก่อนการเก็บข้อมูล

กิจกรรม

- การเข้าถึงชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย โดยการเข้าร่วมการดำเนินงานของกลุ่มและสังเกตการทำงานของกลุ่มแบบมีส่วนร่วม
- พูดคุยทำความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

ผลลัพธ์

- การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำกลุ่ม สมาชิก ให้เกิดความเคยชินและไว้วางใจ
- สะดวกในการเก็บข้อมูลในครั้งต่อไป

ระยะที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง)

กิจกรรม

สัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม และสมาชิก เกี่ยวกับศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มในปัจจุบัน และอัตลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชนตำบลยามู

ผลลัพธ์

ได้ข้อมูลสถานการณ์ของการบริหารจัดการกลุ่มในปัจจุบัน ที่ทำให้กลุ่มมีการจัดการที่ไม่เป็นระบบ ขาดแบบแผนในการดำเนินงาน

ระยะที่ 3 การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

กิจกรรม

- สอบถามถึงจุดเด่นที่มีอยู่ในชุมชนจากสมาชิกและผู้นำ โดยที่ให้สมาชิกในกลุ่มเสนอจุดเด่นที่มีในชุมชนของตนเอง ที่สามารถนำมาออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้แสดงถึงชุมชนยะหริ่ง
- นำจุดเด่นไปพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยที่จุดเด่นที่ได้ มาจากการเสนอของสมาชิก จากนั้นผู้วิจัยจึงนำไปออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ ที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละรูปแบบเพื่อให้สมาชิกมีตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกรูปแบบที่สอดคล้องกับชุมชนและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนเองมากที่สุด
- สมาชิกกลุ่มเลือกรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับโจทย์ความต้องการและจุดเด่นในชุมชนมากที่สุด ซึ่งรูปแบบที่สมาชิกเป็นรูปแบบที่ 2 เป็นอัตลักษณ์ที่สมาชิกทุกคนมีความเห็นชอบที่ตรงกันทั้งกลุ่ม จึงเป็นมติในการตัดสินใจนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม

ผลลัพธ์

จุดเด่นที่สมาชิกเสนอที่มีในชุมชนได้แก่ วังยะหริ่ง ป่าชายเลน และใบชะพลู ได้รูปแบบของอัตลักษณ์ 3 รูปแบบ ได้อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาโดยมีจุดเด่นของชุมชน ที่เป็นหน้าจั่ววังยะหริ่ง รากป่าชายเลน และใบชะพลู

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการพิทักษ์สิทธิกลุ่มเป้าหมาย และผ่านการพิจารณาทางคณะกรรมการด้านจริยธรรมเลขที่ PSU.PN.2-044/62 ซึ่งผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยการปกปิดข้อมูล และการเก็บรักษาความลับ ขอความร่วมมือในการเข้าร่วมวิจัยด้วยความสมัครใจอธิบายถึงสิทธิในการถอนตัวออกจากการวิจัยได้ทุกเวลา และการถอนตัวนั้นไม่มีผลเสียใด ๆ หากการเข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความไม่สบายใจหรือรู้สึกเป็นทุกข์

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพคือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลในทุกขั้นตอน จนสิ้นสุดการศึกษาภาคสนาม มีการจำแนกข้อมูลเป็นหมวดหมู่ เช่นข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และการสังเกต การนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพที่รวบรวมได้ใช้การพัฒนาประกอบตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูลและภาพประกอบเป็นต้น

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สถานการณ์ปัจจุบันการบริหารจัดการของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี การบริหารจัดการกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง)

ปัจจุบัน จากศึกษาพบ 4 ประเด็น ได้แก่ การบริหารจัดการกลุ่มไม่มีแผนงานตั้งไว้ล่วงหน้า เนื่องด้วยในช่วงหลังมีการปรับเปลี่ยนประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม ทำให้ในภายหลังมาทางกลุ่มไม่มีการจัดการประชุมกลุ่มสักครั้ง สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้นำกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง)

> กล่าวว่า *"...ปัจจุบันกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) นั้นทำงานแบบง่าย ๆ ก้ะก็พึ่งเข้ามาเป็นประธานแทนคนเก่าด้วย เลยไม่ค่อยมีการประชุม สมาชิกเราไม่แน่นอนด้วย มีแต่คนแก่ ๆ ทำให้ไม่มีเด็กวัยรุ่นมาช่วยกันทำงาน เราเลยทำงานกันแบบเดิม ๆ ..."*
>
> (คอตีเยาะห์ (ประธาน) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลในประเด็นเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกลุ่มที่ไม่มีแบบแผนตั้งไว้ล่วงหน้าไม่มีการจัดประชุมกลุ่มเนื่องด้วยมีการปรับเปลี่ยนตำแหน่งประธานขึ้นมาใหม่ที่ว่า

> *".....แผนงานของกลุ่มไม่มีที่เป็นชัดเจน บางครั้งเราทำงานกันแบบง่าย ๆ เมื่อไหร่ของหมดเราก็ผลิตใหม่ สมาชิกเราก็ไม่แน่นอน ส่วนมากมากันครบในทุกวัน และก็มีการเปลี่ยนประธานกลุ่มคนใหม่ด้วย เราก็เลยไม่ค่อยมีการประชุมกลุ่มกันเลย....."*
>
> (มัยมูนะห์ (รองประธาน) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

> *".....แผนงานของกลุ่มอาจจะไม่แน่นอน เพราะบางวันที่ผลิตสินค้าก็จะมีการพูดคุยแบบง่าย ๆ ในตอนการปฏิบัติงาน เพราะสมาชิกทางกลุ่มไม่แน่นอน บางคนก็ได้งานที่ทำประจำ เลยไม่ค่อยมีการประชุมที่เป็นทางการ....."*
>
> (แมะแย (สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

การวางแผนการในการดำเนินงานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนให้กลุ่มมีความก้าวหน้าและเกิดเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดี ซึ่งการปฏิบัติงานของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ไม่มีการจัดการประชุมที่เป็นทางการ การปฏิบัติงานจึงขึ้นอยู่การมีแผนงานของกลุ่ม อีกทั้งสมาชิกในกลุ่มไม่มีความชัดเจนการปฏิบัติงานอีกด้วย

การรวมกลุ่มของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) สมาชิกไม่แน่นอน บางคนเข้ามาทำงานชั่วคราว พอมีงานก็ออกไปทำงานที่อื่น ทำให้การผลิตลดน้อยลง แต่สมาชิกที่มีอยู่ปัจจุบัน มีความสามัคคี เสียสละต่อการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม โดยยึดหลักของการทำงาน ร่วมคิดร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ จึงทำให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่อง แม้การผลิตจะลดน้อยลงก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ว่า

> *"....การรวมกลุ่มของเราก็แล้วแต่ใครว่างก็มาทำ ส่วนมากทำงานกัน 7–8 คน คนเดิม ๆ ก็มาประจำมีไม่กี่คนที่สลับกันไปมา เราให้สมาชิกมีความสมัครใจมาทำงาน ไม่มีการบังคับเราทำงานกันแบบพี่น้องมากกว่า..."*
>
> (รอปีอะห์ (สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

โดยมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลในประเด็นการรวมกลุ่มของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ที่ว่าสมาชิกไม่มีความแน่นอน แต่เมื่อมีกิจกรรมในกลุ่มสมาชิกมีการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ดังที่ว่า

> *“.....สมาชิกของเราตอนนี้ไม่ค่อยแน่นอน เวลาทำงานแล้วแต่ใครว่างก็มาทำ แต่ว่ามีเวลาเรามีกิจกรรมอะไรเราก็มีการรวมตัวกันได้ตลอด สมาชิกที่มีอยู่ เราสามัคคีกันทำงานกันแบบมีความสุขเวลาให้ออกความคิดเห็นอะไร ทุกคนก็จะให้ความร่วมมือกัน.....”*
>
> (นูรมา (สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลในประเด็นการรวมกลุ่มของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ที่ว่าการผลิตที่น้อยลง ส่งผลต่อการทำงานของกลุ่มทำให้สมาชิกในกลุ่มเข้ามาทำงานน้อยลง ดังคำกล่าวที่ว่า

> *“.....ตอนนี้เราทำเมี่ยงน้อยลง เพราะคนซื้อมีน้อยเวลาผลิตเราทำออกมาให้พอต่ออาทิตย์คนทำเลยมีไม่เยอะ วันหนึ่งก็มี 4-5 คน บางวันก็มีเกือบทุกอาทิตย์ถ้าออเดอร์เยอะคนก็จะเยอะหน่อย แต่สมาชิกแต่ละคนก็มีความขยันทำงานเต็มที่ทุกคน มีงานอะไรให้ทำหรือว่ามีกิจกรรมมีให้ความร่วมมือตลอด.....”*
>
> (มัยมูนะห์ (รองประธาน) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

การรวมของกลุ่มของสมาชิกในการดำเนินงานของกลุ่มสมาชิกให้ความร่วมในการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ โดยที่ความสมัครใจซึ่งเมื่อมีกี่ทำงานสมาชิกบางส่วนอาจจะไม่มาร่วมทำงานในทุก ๆ ครั้งของการผลิตเกิดจากการที่จำนวนการผลิตที่ลดลง รายได้ของกลุ่มลดน้อยลงจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีสมาชิกที่จำนวนไม่มากเพื่อการดำเนินงานเป็นไปได้ตามเป้าหมาย

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ลดลง ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มลดน้อยลง จากการทำงานสัปดาห์ละ 5 วัน ปัจจุบันทำงานสัปดาห์ละ 2 วัน สมาชิกในกลุ่มจึงไม่คงตัว ส่งผลให้การบริหารจัดการกลุ่มไม่มีแบบแผนที่ชัดเจน ศักยภาพของสมาชิกไม่ได้รับการพัฒนาศักยภาพเนื่องด้วยสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุมากการพัฒนากลุ่มให้เท่าทันกับสถานการณ์สังคมปัจจุบันจึงเป็นไปได้ยาก จึงมีความต้องการคนรุ่นใหม่ในการขับเคลื่อนกลุ่มให้สามารถพัฒนาตัวเองเท่าทันกับสังคมในปัจจุบัน ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจชุมชนสามารถอยู่รอดและพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ที่ว่า

> *“.....ตอนนี้กลุ่มเรามียอดขายน้อยลง เราเลยทำงานกันแค่นี้ ไม่มีสมาชิกเพิ่ม เราผลิตน้อยเงินค่าจ้างเราก็น้อยลง เราทำกันแบบพอเพียง แต่อยากให้มีสมาชิกใหม่ที่เป็นวัยรุ่นจะได้ช่วยให้เราขายได้หลายช่องทางและมีการทำงานรวดเร็วขึ้นด้วย ตอนนี้ส่วนมากคนที่ทำงานก็มีอายุมาก ไม่รู้เรื่องการขายออนไลน์มาก ทำให้กลุ่มเราไม่พัฒนาทันต่อสังคมปัจจุบัน.....”*
>
> (รอปีอะห์ (เหรัญญิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

โดยมีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลในประเด็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลดลง เนื่องด้วยการสั่งซื้อของลูกค้าที่ลดลง ส่งผลทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายลดลงด้วยดังที่ว่า

> *".....ออเดอร์ของกลุ่มตอนนี้มีคนสั่งน้อย ที่ขายของกลุ่มตอนนี้มีน้อย มีอยู่สองถึงสามที่ ที่เอาเมี่ยงไปวางขาย บางคนมาก็ตามมาซื้อที่กลุ่ม อยากให้มีการตั้งขายในที่อื่น ๆ เพิ่มสมาชิกจะได้มีรายได้มากขึ้นสมาชิกก็ได้มีเยอะมากขึ้น คนที่ว่างงานในชุมชนก็จะได้มีงานทำถ้ามีคนสั่งเมี่ยงมากขึ้น....."*
>
> (แมะแย (สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

ซึ่งมีความคล้ายกับผู้ให้ข้อมูลในประเด็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลดลง มีความต้องการที่จะเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยการขายผ่านออนไลน์ ซึ่งมีคนรุ่นใหม่มาช่วยในการทำงานและโปรโมทผลิตภัณฑ์ ดังคำกล่าวว่า

> *".....อยากเพิ่มที่ขายให้กลุ่มสมาชิกจะได้ทำเมี่ยงมากขึ้น ทำงานได้ทุกวันมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย ตอนนี้ที่ขายเราน้อยอีกอย่างสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุมาก ทำแบบขายในเน็ตไม่เป็น ถ้าสมาชิกรุ่นใหม่ ๆ ที่เป็นวัยรุ่นก็คิดว่าจะทำให้ขายได้มากขึ้น คนรู้จักเมี่ยงทองของกลุ่มมากขึ้น....."*
>
> (รอปีอะห์ (เหรัญญิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

ช่องทางในการจัดจำหน่ายของกลุ่มที่ลดลงในปัจจุบันเกิดจากการที่จำนวนการสั่งซื้อที่ลดลง ซึ่งทางกลุ่มไม่มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มลูกค้าได้รู้จัก ทำให้ในปัจจุบันมีการจำหน่ายตามร้านค้าเพียงไม่กี่ร้าน และตั้งจำหน่ายเองที่กลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มสมาชิกมีน้อยลงตามด้วยอีกทั้งสมาชิกที่มีอยู่ส่วนใหญ่อายุมากพอสมควร การทำประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นไปได้ยาก ดังนั้นแล้วหากมีคนรุ่นใหม่มาช่วยในการทำช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ก็สามารถทำให้มีช่องทางการจำหน่ายมากขึ้นอีกด้วย

ศักยภาพในการผลิตของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ปริมาณการผลิตของกลุ่มลดลง เกิดจากการช่องทางการตลาดที่ลดลงและสมาชิกมีจำนวนน้อยลงส่วนใหญ่มีอายุที่มาก ไม่มีกำลังที่จะผลิตสินค้าในจำนวนมากได้ ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ว่า

> *".....เราทำเมี่ยงไม่เยอะ เพราะที่ขายน้อยลงทำแบบให้ทันอาทิตย์ต่ออาทิตย์ อีกอย่างคนทำตอนนี้ก็น้อยส่วนใหญ่เป็นคนอายุมากแล้ว...."*
>
> (รอบียะห์ (สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

ยังสอดคล้องกับการให้ข้อมูลในประเด็นศักยภาพในการผลิตของกลุ่ม ที่มีการผลิตเพื่อให้สินค้าทันต่อการขายใน 1 อาทิตย์และทำการผลิตใหม่หากสินค้ามีการจำหน่ายหมดที่ว่า

> *".....การทำเมี่ยงของเราตอนนี้เราผลิตให้พอต่อ 1 อาทิตย์ ไม่ทำค้างไว้ให้เยอะ ถ้าบางอาทิตย์มีคนซื้อหรือว่าสั่งเยอะ ของได้เร็วเราก็ผลิตมากขึ้น แต่ตอนนี้ผลิตน้อยเพราะออเดอร์เราไม่เยอะเหมือนเมื่อก่อน....."*
>
> (รอยฮาน(สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

และยังคล้ายคลึงกับการให้ข้อมูลในประเด็นศักยภาพในการผลิต ที่กลุ่มสามารถตามความต้องการของลูกค้าได้ในจำนวนที่ไม่มากหรือพอกับพละกำลังของสมาชิกที่ว่า

> *".....สมาชิกของกลุ่มตอนนี้ส่วนมากมีอายุเยอะ จะผลิตเกินความสามารถไม่ได้ ไม่พอต่อแรงของสมาชิก เราผลิตแบบพอเพียงต่อวันอาทิตย์ หมดเมื่อไหร่เราผลิตใหม่ ถ้ามีออเดอร์มาเยอะ ๆ ก็ใช้สมาชิกเยอะขึ้นให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าได้ อีกอย่างราคาของในตลาดเพิ่มขึ้นเลยต้องผลิตแบบพอดีเพื่อไม่ให้ขาดทุนเวลาขายไม่หมด....."*
>
> (รอปีอะห์ (สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

ศักยภาพในการผลิตและอัตราค่าวัตถุดิบเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้น จำเป็นต้องผลิตน้อยลง ร้านค้าที่ส่งจำหน่ายมีจำนวนน้อยลงตามสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนขาดการสนับสนุนที่ต่อเนื่อง ทำให้ศักยภาพลดน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องในด้านงบประมาณและบุคลากรที่มีความรู้เข้ามาส่งเสริมศักยภาพในด้านต่าง ๆ กับสมาชิกให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ที่สุด

การบริหารจัดการที่ไม่มีแบบแผนทำให้การดำเนินไม่ต่อเนื่อง ส่งต่อสมาชิกและขาดกำลังใจในการดำเนินงาน อีกทั้งการรวมกลุ่มของสมาชิกที่ไม่แน่นอนทำให้การผลิตลดน้อยลงอีกด้วย ช่องทางการตลาดก็ลดลงตาม อีกทั้งยังส่งผลต่อการผลิตสินค้าของกลุ่มต้องลดลงตามอีกด้วย ซึ่งศักยภาพในการบริหารจัดการของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ในด้านประเด็นต่าง ๆ ควรได้รับการส่งเสริมเพื่อให้กลุ่มมีการพัฒนาและมีการบริหารจัดการที่มีคุณภาพมากขึ้น

ส่วนที่ 2 การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนา (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนา ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี จากการสัมภาษณ์ผู้นำ และสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเมี่ยงทอง พบว่าในชุมชนตำบลยามูมีจุดเด่นของชุมชนที่เป็นที่น่าสนใจของคนในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งจุดเด่นเหล่านั้น ได้แก่ วังยะหริ่ง ป่าชายเลน และปลากะพงของขึ้นชื่อของชุมชน มีผู้คนที่เข้ามาท่องเที่ยวมักจะแวะเวียนมาชมจุดเด่นเหล่านี้ที่ขึ้นชื่ออำเภอยะหริ่งอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ว่า

> *"....จุดเด่นของชุมชนของเราที่ใกล้เราก็จะมี วังยะหริ่งที่มีคนชอบมาเที่ยวถ้ามาที่นี่แล้วก็ป่าชายเลนที่มีชาวบ้านไปหาหอยตาควาย (ลอแก) และอาหารทะเลขึ้นมาขายให้ชาวบ้าน และอีกอย่างก็มีปลากะพงนั่นแหละมีการเดินพาเหรดด้วยคลองที่นี่มีเยอะด้วย....."*
>
> (รอปีอะห์ (เหรัญญิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

ข้อมูลในประเด็นดังกล่าวยังได้รับการยืนยัน อย่างไรก็ตามอัตลักษณ์เหล่านี้ควรนำมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ว่า

> *"....ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเรามีเยอะ บางทีส่งไปขายต่างจังหวัดทำให้คนไม่รู้ว่ามาจากที่ไหน จึงอยากให้ทำสื่อที่เป็นอัตลักษณ์ที่มีจุดเด่นของชุมชนเราใส่ไป เช่น วังยะหริ่ง ป่าชายเลน หรือปลากะพง มีอันใดอันหนึ่งก็ยิ่งดี เวลาใครไปมา จะได้รู้ว่าเป็นของชุมชนที่นี่....."*
>
> (นูรมา (สมาชิก) ผู้ให้สัมภาษณ์ 29 ตุลาคม 2562)

ซึ่งได้รูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาทั้งหมด 3 รูปแบบ โดยรูปแบบทั้งสามทำการสอบถามสมาชิกและผู้นำทำการเลือกรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับโจทย์ความต้องการและจุดเด่นของชุมชนมากที่สุด จากนั้นจึงได้รูปแบบที่กลุ่มทำการเลือกโดยรูปแบบที่ 2 ซึ่งมีจุดเด่นที่เป็นทรงหน้าจั่ว ของวังยะหริ่ง รากป่าชายเลน และใบชะพลูที่เป็นส่วนประกอบหลักของเมี่ยงสำเร็จรูป ซึ่งรูปแบบดังกล่าวมีความชัดเจนซึ่งทางกลุ่มมีความเห็นชอบในรูปแบบที่ 2 ทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลยามูมีความหลากหลายและควรที่จะสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงตัวตนของกลุ่มหรือชุมชนให้ประชาชนทั่วไปทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหล่านี้เป็นของตำบลยามู เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดจำหน่ายในนามของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) อาจจะใช้เป็นของฝากของที่ระลึกได้อีกด้วย

นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบว่าผลิตภัณฑ์เมี่ยงคำของตำบลยามู มีจำหน่ายที่อยู่ในละแวกเดียวกันถึง 3 รายในแต่ละรายก็มีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป แต่กลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) เป็นกลุ่มที่มีการก่อตั้งขึ้นมาเป็นกลุ่มแรก ๆ ในพื้นที่และที่สำคัญมีความโดดเด่นในเรื่องของรสชาติที่หลากหลาย อีกทั้งเป็นกลุ่มที่มีการดำเนินงานมาแล้ว ถึง 7 ปี เป็นธุรกิจชุมชนแบบสมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของ มิใช่ของคนใดคนหนึ่ง จึงเป็นจุดน่าสนใจที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ ในชุมชนบริเวณดังกล่าว ในขั้นตอนการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ซึ่งผู้ที่มีส่วนร่วม ได้แก่ ผู้วิจัย ผู้นำ และสมาชิกกลุ่ม โดยมีรายละเอียดในขั้นตอนการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ดังนี้

1) สอบถามจากผู้ให้ข้อมูลถึงจุดเด่นในชุมชนตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี โดยการนำแนวคำถามที่เกี่ยวกับจุดเด่นของชุมชน มาพัฒนาสื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลยามู ซึ่งกลุ่มสมาชิก (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ได้ร่วมเสนอแนะถึงจุดเด่นที่มีในชุมชนตำบลยามู ได้แก่ รูปทรงวังยะหริ่ง ป่าชายเลน และใบชะพลู จากนั้นผู้วิจัยได้นำจุดเด่นของชุมชนที่มีการตอบซ้ำกันมากที่สุด ซึ่งได้แก่ ใบชะพลู รูปทรงวังยะหริ่ง และป่าชายเลน ซึ่งจุดเด่นเหล่านี้จึงนำไปออกแบบอัตลักษณ์และนำกลับมาให้ (กลุ่มแม่บ้านเมี่ยงทอง) ประเมินความชอบในเบื้องต้นต่อไป

2) นำรูปแบบของอัตลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นไปสอบถามผู้นำและสมาชิกกลุ่ม เพื่อเป็นประเมินการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลยามู ให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและเสนอแนะเพิ่มเติมจากรูปแบบที่ทำขึ้นในเบื้องต้น ผู้วิจัยทำการออกแบบ 3 รูปแบบ เพื่อให้สมาชิก (กลุ่มแม่บ้านเมี่ยงทอง) ได้เลือกในรูปแบบที่สอดคล้องกับชุมชนและตอบโจทย์ตามความต้องการของ (กลุ่มแม่บ้านเมี่ยงทอง) มากที่สุด

3) นำสื่ออัตลักษณ์ที่ทำการประเมินผลนำมาปรับปรุง จากผลการประเมินผลและเสนอแนะเพิ่มเติมของ (กลุ่มแม่บ้านเมี่ยงทอง) ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบให้มีความสมบูรณ์มากที่สุดเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มและสอดคล้องกับชุมชน สามารถที่จะนำไปใช้ให้เป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

ผลการประเมินสื่อเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อแสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี โดยผู้นำและสมาชิกกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง)

รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

ผลการประเมินพบว่า ผู้ประเมินเลือกอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบที่ 2 ทั้งหมด ซึ่งตามโจทย์ที่ต้องการและสอดคล้องกับชุมชนมากที่สุด

โดยอัตลักษณ์นี้จะใช้ติดบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนา (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี โดยบนอัตลักษณ์จะมีใบชะพลูสีเขียวเข้มที่เป็นสัญลักษณ์ของส่วนหลักของการทำเมี่ยงคำ รูปทรงหน้าจั่วของวังยะหริ่งสีทอง เพื่อแสดงถึงจุดเด่นของสถานที่สำคัญในชุมชน และรากของป่าชายเลนในชุมชน และเมี่ยงสำเร็จรูป เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในนามผลิตภัณฑ์ของชุมชนตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนตำบลยามู การนำเอาจุดเด่นที่ทำให้คนในชุมชนเห็นถึงความสำคัญของจุดเด่นดังกล่าว เกิดการอนุรักษ์ ในด้านของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ซึ่งการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่เกิดการจากมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มและผู้วิจัย จะส่งผลให้สมาชิกในกลุ่มเห็นถึงความสำคัญและนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดจำหน่ายในนามกลุ่มชุมชน เพื่อส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน หนุนเสริมเศรษฐกิจของชุมชน

สรุปและอภิปรายผล

เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรนอกค่ายพัฒนา (กลุ่มแม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

สถานการณ์ปัจจุบันการบริหารจัดการกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) พบว่า ปัจจุบันการดำเนินงานที่ไม่มีแผนการปฏิบัติงานของกลุ่ม ทั้งนี้เพราะมีการปรับเปลี่ยนประธานกลุ่มและสมาชิกขึ้นมาใหม่ ส่งผลให้การดำเนินงานไม่ต่อเนื่อง การดำเนินงานในปัจจุบันจึงเป็นการทำงานที่ทำตามออร์เดอร์การสั่งซื้อเพียงนั้น ไม่มีกิจกรรมหรือเป้าหมายที่เป็นแรงจูงใจให้สมาชิกเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน สมาชิกจึงขาดกำลังใจในการทำงาน จึงขาดศักยภาพในการดำเนินงาน ซึ่งมีความสอดคล้องแนวคิดของ จริยา รัชตโสตถิ์ และคณะ (2561) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตำบลหนองกระเจ็ด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี สู่การจัดการสวัสดิการชุมชนอย่างยั่งยืน พบว่า การรวมกลุ่มทำงานกิจการต่าง ๆ ได้ผลดียิ่งขึ้น และสมาชิกช่วยการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยมี การให้สมาชิกกลุ่มได้พัฒนาตนเองได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิกกลุ่มและสามารถสร้างสุขให้ครอบครัว และชุมชน สมาชิกจึงเกิดความภาคภูมิใจในตัวเองและชุมชนอีกด้วย และจากการศึกษายังพบอีกว่า ช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ลดลงทำให้การดำเนินงานของกลุ่มลดน้อยลง มีรายได้น้อยลงตามด้วย จึงมีความต้องการคนรุ่นใหม่ในการขับเคลื่อนงานของกลุ่มทำให้มี

ช่องทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นซึ่งมีความแตกต่างจากการศึกษาของ วรางคณา อดิศรประเสริฐ (2557) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อม ผลิตภัณฑ์กระดาษสา พบว่า ช่องทางการ จัดจำหน่าย ควรจะมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ และกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ และยังพบอีกว่า ศักยภาพในการผลิตของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) จำนวนการผลิตของกลุ่มมีจำนวนที่ลดลง เกิดจากการช่องทางการตลาดที่ลดลงและสมาชิกมีจำนวนน้อยลงส่วนใหญ่มีอายุที่มากไม่มีกำลังที่จะผลิตสินค้าในจำนวนมากได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อารยา สุนทรวิภาค และคณะ (2558) พบว่า แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี ดังนั้น ปัญหา การขาดแคลนแรงงานในการผลิตผลไม้จะลดลง ศึกษาการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานีการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า การนำเอาจุดเด่นของชุมชนมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มในการคิดพัฒนาอัตลักษณ์ขึ้นโดยผ่านทำให้คนในชุมชนเห็นถึงความสำคัญของชุมชน ร่วมกันอนุรักษ์ ทำให้ผู้บริโภคและคนทั่วไปได้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนตำบลยามู เป็นประโยชน์ในการจัดจำหน่ายให้เป็นที่จดจำในนามของกลุ่มฯ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จริยา รัชตโสตถิ์ และคณะ (2561) การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบของที่ตำบลหนองกระเจ็ด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลหนองกระเจ็ด มีความหลากหลายควรมีการสร้างสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่าประชาชนทั่วไปได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์คุณภาพเหล่านี้เป็นของตำบลหนองกระเจ็ด เพื่อประโยชน์ในการนำไปจำหน่ายในนามของกลุ่มใช้เป็นของฝาก การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมของสมาชิก และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ จริยา รัชตโสตถิ์ และคณะ (2561) สมาชิกช่วยการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยมี การให้สมาชิกกลุ่มได้พัฒนาตนเองได้รับประโยชน์จากการเป็นสมาชิกกลุ่มและสามารถสร้างสุขให้ครอบครัวชุมชน และชุมชน สมาชิกจึงเกิดความภาคภูมิใจในตัวเอง และยังสอดคล้องการศึกษาของ ธนกฤต ใจสุดา (2556) การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับร่วมสมัยจากอัตลักษณ์ชาวเขาเผ่าเมี่ยนเพื่อมูลค่า กรณีศึกษา บ้านป่ากลาง อำเภอปัว จังหวัดน่าน งานหัตถกรรมผ้าปัก และงานหัตถกรรมเครื่องประดับเงินซึ่งเป็นอัตลักษณ์สำคัญของชาวเขาเผ่าเมี่ยน นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับให้เป็นไปตามแนวโน้มด้านรูปแบบของเครื่องประดับ

การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่ม (แม่บ้านเมี่ยงทอง) เป็นการพัฒนาที่นำเอาจุดเด่นของชุมชนมาพัฒนาให้เกิดอัตลักษณ์ในรูปแบบที่กลุ่มมีความต้องการและสอดคล้องกับชุมชนของตนเองมากที่สุด โดยสมาชิกมีส่วนร่วมในการเสนอแนะ คิดค้นรูปแบบและเลือกรูปแบบที่มีความสอดคล้องมากที่สุดมาใช้เป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ในนามกลุ่ม การมีส่วนร่วมจะให้สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและนำอัตลักษณ์ไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

องค์การบริหารส่วนตำบลยามูหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจชุมชนในพื้นที่ควรนำผลวิจัยไปใช้ในการช่วยเหลือกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่ และนำอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาทำการจดทะเบียนตราสินค้าที่ถูกต้อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาช่องทางการตลาดของกลุ่ม เพื่อให้มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการผลิตมากขึ้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรนอกค่ายพัฒนา (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยามู อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง แนวทางในการส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้รับการสนับสนุนการทำวิจัยจาก สาขาวิชาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี งานวิจัยในครั้งนี้จะไม่สามารถสำเร็จได้หากไม่ได้รับความร่วมมือด้านข้อมูลและสถานที่ติดต่อประสานงานจาก รอปีอะห์ บาราเฮง ประธานวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านนอกค่ายพัฒนา (แม่บ้านเมี่ยงทอง) ตำบลยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี และขอขอบพระคุณสมาชิกทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัยเป็นอย่างยิ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

จริยา รัชตโสตถิ์, โสภาพร กล่ำสกุล, และคงขวัญ ศรีสอาด. (2561). การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการออมกองทุนส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม ตำบลหนองกระเจ็ด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเลยวิชาการ ครั้งที่ 5 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย* (น. 101 -108). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

ไทยตำบลดอทคอม. (2558). *เทศบาลตำบลยะหริ่ง.* สืบค้น 4 พฤศจิกายน 2562, จาก http://tbyaring.go.th/

ธนกฤต ใจสุดา. (2556). *การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับเงินร่วมสมัยจากอัตลักษณ์ชาวเขาเผ่าเมี่ยนเพื่อเพิ่มมูลค่า : กรณีศึกษาบ้านป่ากลาง อำเภอปัว จังหวัดน่าน* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธวัชชัย เพ็งพินิจ. (2551). *การศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาหมู่บ้านโฮมสเตย์และหมู่บ้านประมงน้ำจืด จังหวัดหนองคาย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

วรางคณา อดิศรประเสริฐ. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสา. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 17*(1), 184-199.

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (ฉบับที่ 12).* สืบค้น 12 กันยายน 2562, จาก https://www.nesdb.go.th

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2550). *วิสาหกิจชุมชน.* สืบค้น 6 กันยายน 2562, จาก https://is.gd/8ITFLB

สุพรรณี อัศวศิริเลิศ, และกุศล ฐินะกุล. (2545). *การพัฒนากลุ่มลูกค้าให้มีความสามารถในการผลิตและการดำเนินธุรกิจ*. สืบค้น 6 กันยายน 2562, จาก http ://www.bacc.in.th/

อภิรมย์ สุขประเสริฐ. (2562). *ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ 3 จังหวัด.* สืบค้น 21 พฤศจิกายน 2562, จาก https://mgronline.com/stockmarket/detail/9620000108270

อารยา สุนทรวิภาค, ยศพล ผลาผล, ภัทราพร ทองนิ่ม, และพัชรี ปรีเปรมโมทย์. (2558). *ศักยภาพการผลิต การตลาด และขีดความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ไทยในกัมพูชาและเวียดนาม* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).