

## การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนอย่างยั่งยืน

## The Community Product Development and Sustainable Management of Community Occupation Groups

ลลิตา พิมทา<sup>1</sup>, อินทร์ อินอุ้นโชติ<sup>2</sup>, ศักดิ์ศรี สืบสิงห์<sup>3\*</sup>

Lalita Pimtha<sup>1</sup>, In Inouchot<sup>2</sup>, Saksri Suebsing<sup>3\*</sup>

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด<sup>1</sup>,

สาขาวิชานวัตกรรมธุรกิจการค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด<sup>2</sup>,

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด<sup>3\*</sup>

Accounting Faculty of Business Administration and Accounting Roi Et Rajabhat University<sup>1</sup>,

Retail Business Innovation Faculty of Business Administration and Accounting Roi Et Rajabhat University<sup>2</sup>,

Department of General Science, Faculty of Education, Roi Et Rajabhat University<sup>3\*</sup>

lalitapimta@hotmail.com<sup>1</sup>, wai.ple.fiew@gmail.com<sup>2</sup>, sci.sak@gmail.com<sup>3\*</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน 3) เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพื้นที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นกลุ่มอาชีพชุมชน 3 กลุ่มอาชีพ จำนวน 60 คน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์ สํารวจ สันทนาการ และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่มีความแตกต่างกัน ไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ขาดการพัฒนาทักษะด้านอาชีพและผลิตภัณฑ์ และส่วนใหญ่จะมีการซื้อขายกันภายในตลาดนัดชุมชนและในจังหวัด 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบโดยประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพยากรทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ความรู้ของชุมชน เทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้แก่ ขนมนางเล็ด ขนมหอกจอก และผงมันม่วง-มันส้มขงพร้อมดื่ม 3) แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ได้แก่ จัดตั้งกลุ่มอาชีพ ออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ กำหนดโครงสร้างกลุ่ม และจัดทำบัญชี นอกจากนี้ยังมีข้อค้นพบสำคัญคือ ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมร่วมกับองค์ความรู้ใหม่ได้เป็นอย่างดีและได้เรียนรู้เทคโนโลยี นวัตกรรมในการผลิตที่ทันสมัย

**คำสำคัญ:** การพัฒนา, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, กลุ่มอาชีพชุมชน

### Abstract

The objectives of this research were 1) to study the current situation of the community occupation groups in Tambon Tha Muang, Selaphum District, Roi Et Province, 2) to develop community products according to the creative economy using wisdom as a basis, and 3) to propose management guidelines for community occupational groups by using a spatial research model. The participants in this study were totally 60 people who were from 3 occupational groups in the community by using purposive sampling method. The research instruments for collecting data were interviews, surveys, focus groups, and questionnaires. The data were analyzed into percentage, mean, standard deviation. The results showed that the community products were firstly in common, no brand and package, lack of professional and product development, and traded in the community market and only in the province. Secondly, the development of prototype community products by applying the knowledge-based on creative economy concept with intellectual property and linking to culture as well as the community knowledge on technology and innovation such as Nanglet dessert, Dok Chok dessert, and purple sweet potato-sweet potato powder for drink, and 3) the guidelines for managing the community occupational groups such as occupational group establishment, brand and packaging design, and group structure and account management. Moreover, this study was also found another important factor which was in the process of product development revealed the community could apply the traditional knowledge with new knowledge as well as learn technology and innovation for the modern production.

**Keyword:** Development, Community product, Community Occupation Groups.

### บทนำ

ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด มีจำนวน 11 หมู่บ้าน ประชากร 4,944 คน 1,396 ครัวเรือน ประชาชนโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ ทำเกษตรกรรมและค้าขายอาชีพเสริม ได้แก่ รับจ้างทั่วไป ทอผ้า ทอเสื่อ ประมงน้ำจืด เย็บผ้า เลี้ยงสัตว์ มีทุนทางสังคมและมีแกนนำที่เป็นตัวบุคคลเป็นคนดี คนเก่ง คนสำคัญที่ทำงานจนส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านสังคมมีคนต้นแบบด้านการประพฤติตนตามวิถีพอเพียง มีปราชญ์ที่ได้สั่งสมภูมิปัญญาหลายด้าน 2) ด้านเศรษฐกิจ มีแกนนำคนเก่งด้านอาชีพ มีความรู้ทักษะความชำนาญด้านการประกอบอาชีพ การสร้างอาชีพใหม่ให้คนในชุมชน เกิดรายได้และลดหนี้สินในครัวเรือน 3) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีแกนนำที่สนใจด้านการอนุรักษ์พลังงาน มีการใช้ประโยชน์และจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน และ 4) ด้านการดูแลสุขภาพ มีแกนนำทางด้านการส่งเสริมดูแลสุขภาพ โดยใช้ภูมิปัญญาในการพึ่งพาตนเองด้านสุขภาพ และผลการวิเคราะห์ SWOT ของสำนักงานเทศบาลตำบลท่าม่วง ตามแผนพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี 2565 ชุมชนมีจุดแข็งคือ มีกองทุนหมู่บ้านสำหรับช่วยเหลือเงินทุนประกอบอาชีพให้กับคนในชุมชน ชุมชนมีรายได้หลักจากการทำนา มีรายได้เสริมจากกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ส่วนจุดอ่อนคือ คนในชุมชนขาดการเรียนรู้การบริหารจัดการ มีรายได้น้อย ขาดปัจจัยการผลิต โดยโอกาสของชุมชนคือ ชุมชนมีความพร้อมและความร่วมมือในการพัฒนาทุกภาคส่วนเป็นอย่างดี สามารถพัฒนาแหล่งทุนและกลุ่มอาชีพในการส่งเสริมอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ ส่วนอุปสรรคของชุมชนคือ ขาดปัจจัยในการผลิตการประกอบอาชีพ และปัญหาที่พบในชุมชนด้านการประกอบอาชีพคือ ขาดทักษะฝีมือในด้านอาชีพและ

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 1 | วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี

ขาดงบประมาณในการลงทุนด้านอาชีพ (สำนักงานเทศบาลตำบลท่าม่วง, 2565) และทรัพยากรบุคคลของชุมชนที่อยู่ก็เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ขาดการเชื่อมโยงของเครือข่ายการพัฒนาในชุมชน และขาดความคิดที่สร้างสรรค์ ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งขาดหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่จะเข้ามาเป็นภาคีร่วมพัฒนา (ภาณุ พิมพ์บุรณ์ และ สุรพงษ์ แสงเรณู, 2564)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทุนทางสังคมและสร้างองค์ความรู้ให้กับคนในชุมชนในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ประกอบด้วย การจัดการด้านการผลิต การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ การเงินและการบัญชี เพื่อให้คนในชุมชนมีความรู้พื้นฐานในการบริหารจัดการและนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพของตนเองและเกิดการรวมกลุ่มอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ซึ่งคณะผู้วิจัยจะดำเนินการส่งเสริมและสร้างอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชนโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น และนำองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของตลาด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน
3. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

คำว่า Creative Economy หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยในปี 2001 Mr. John Howkins ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางใหม่ในการใช้ชีวิตหรือความหมายแก่อุตสาหกรรมการผลิต การบริการ การค้าปลีก และความบันเทิง ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างแนวทางใหม่ในการทำงาน การสร้างมูลค่าของผลผลิตที่เกิดจากการสร้างสิ่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีมูลค่าทั้งเชิงพาณิชย์และวัฒนธรรม การยอมรับคุณค่าสองประการดังกล่าวรัฐบาลทั่วโลกต่างให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาอย่างต่อเนื่อง ประเทศที่นำเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในประเทศของตนเองได้อย่างประสบความสำเร็จ อาทิเช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น จีน เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2563) และจากรายงานแนวโน้มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2022 ข้อมูลใน United Nations Conference on Trade and Development ยืนยันในปี 2021 เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และมีส่วนสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในรูปแบบทวีคูณ โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นภาคส่วนที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน (United Nation, 2022) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย รัฐบาลไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้พยายามขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอาศัยพื้นฐานความได้เปรียบในแง่ความหลากหลายเชิงชีวภาพ มรดกทางวัฒนธรรม ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวมาผนวกกับองค์ความรู้และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ อันจะนำมาสู่ความสามารถในการแข่งขัน และสามารถปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืนได้ ซึ่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 (2561) ได้ให้คำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและ

นวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการไหลของความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งมอบความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่

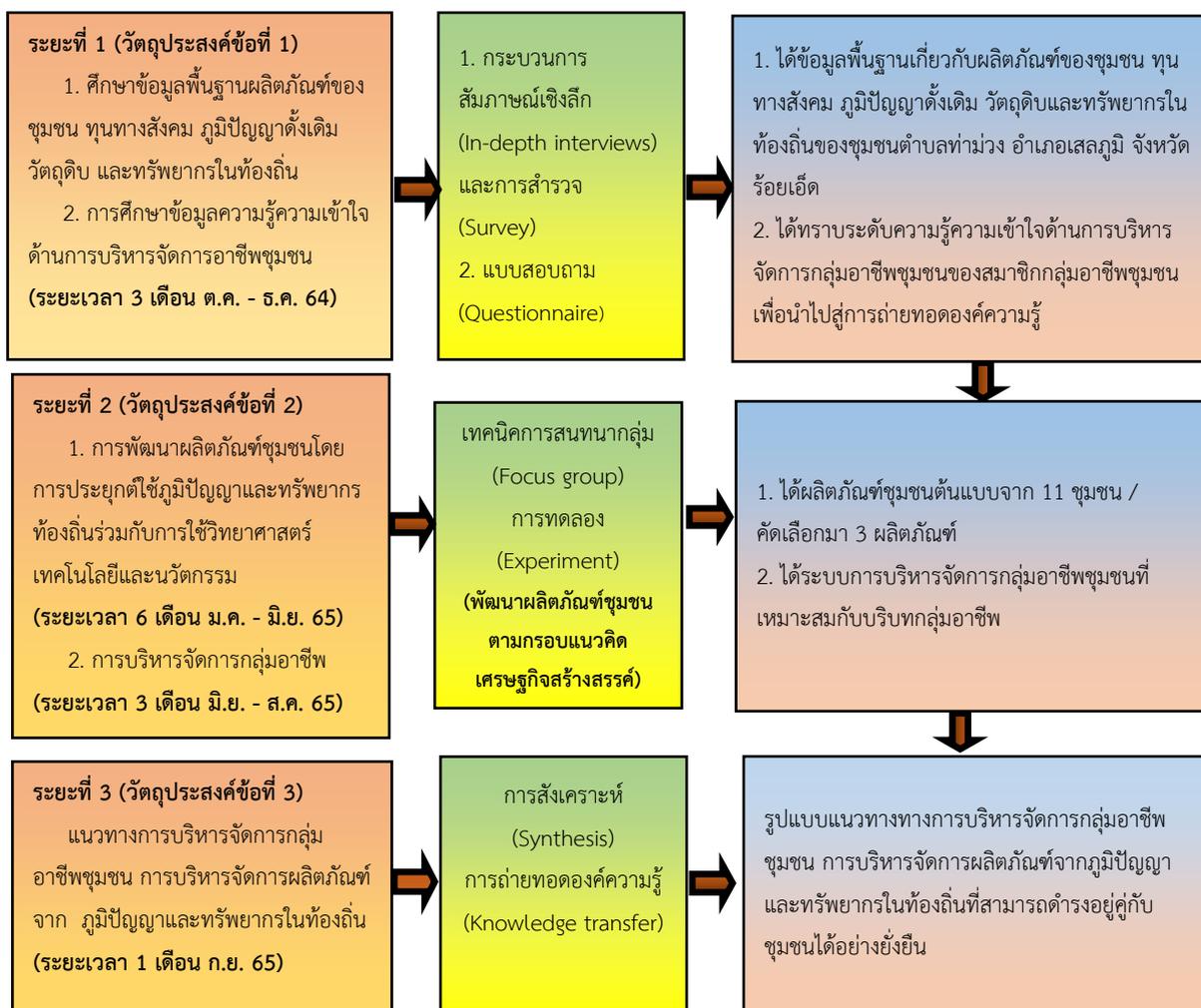
ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานองค์ความรู้ การศึกษาวิจัย และการสร้างสรรค์งานโดยการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ร่วมกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ผนวกกับจุดแข็งทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติจนเกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยนำระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์หรือแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาปรับประยุกต์ใช้ศึกษาบริบทชุมชนและศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน ทำให้สามารถหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมตามบริบททางสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรท้องถิ่นนั้น ซึ่งมีงานวิจัยที่ได้นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการศึกษา เช่น ภาณุพิมพ์บุรณ์ และ สุรพงษ์ แสงเรณู (2564) ได้ศึกษาการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานคือ ทศนคติและความน่าเชื่อถือของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของชุมชน และแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนคือ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมูลค่าด้วยการสร้างความแปลกใหม่ ด้วยการคิดค้นหรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่อาศัยทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นอันจะเป็นการสื่อสารให้ลูกค้าได้เข้าใจถึงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน เช่น ประทีป ตุ่มทอง (2564), ญรัฐพงศ์ ใจชื่อตรง (2563), ลลิตา พิมพ์ทา (2563), จิตติมา พลศักดิ์ (2562), จุฬามณี แก้วโพหนอง ทรงพล โชติกเวชกุล ปัญญา คล้ายเดช และพระสุนทร ชำกรม (2561), อาซิมา เจนะนิ และคณะ (2560), พาขวัญ ทองรักษ์ และคณะ (2560), กฤษยา มะแอ อาภาศรี เทวตา และณฐา อภิธาวินวสุ (2560), วรณพงษ์ ช่วยรักษา (2560) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยในต่างประเทศที่นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปใช้ในงานวิจัย เช่น Ludi Wishnu Wardana, Ahmad, Aniek Indrawati, Farij Ibadil Maula, Angga Martha Mahendra, Muhammad Khoiril Fatihin, Adelia Rahma, A'isy Fiklil Nafisa, Aqila Adinda Putri & Bagus Shandy Narmaditya (2022), Katre (2020) เป็นต้น

## กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยรูปแบบของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อพัฒนา ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1) อาจารย์ระดับมหาวิทยาลัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมและอาหาร รวมจำนวน 13 คน ได้แก่ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี 5 คน อาจารย์คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ 1 คน ผู้เชี่ยวชาญภายนอก 7 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 2) ผู้นำชุมชน 11 ชุมชน จำนวน 11 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และ 3) นักวิจัยชุมชน จำนวน 11 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสมัครใจ

## 2. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) กลุ่มชุมชนบ้านท่าม่วง หมู่ที่ 2,3,4 2) กลุ่มชุมชนบ้านหนองสิมหนองแดง หมู่ที่ 1,5,10 3) กลุ่มชุมชนบ้านดอนหาด หมู่ที่ 6 และ 4) กลุ่มชุมชนบ้านนาเจริญ หมู่ที่ 7,8,9,11 โดยแบ่งตามข้อเสนอแนะของผู้นำชุมชนที่ได้จากกระบวนการสนทนากลุ่ม และกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มชุมชนบ้านหนองสิมหนองแดง กลุ่มชุมชนบ้านดอนหาด และกลุ่มชุมชนบ้านนาเจริญ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

## 3. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน 3 ชุมชน จัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพชุมชน โดยมีสมาชิกกลุ่มละ 20 คน คัดเลือกสมาชิกเข้ากลุ่มตามความสมัครใจ ประกอบด้วย กลุ่มชุมชนบ้านหนองสิมหนองแดง กลุ่มชุมชนบ้านดอนหาด และกลุ่มชุมชนบ้านนาเจริญ

## 4. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน ประกอบด้วย 1) อาจารย์ระดับมหาวิทยาลัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมและอาหาร จำนวน 13 คน ได้แก่ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี 5 คน, อาจารย์คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ 1 คน, ผู้เชี่ยวชาญภายนอก 7 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 2) นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 17 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ 3) ลูกค้าและประชาชนทั่วไป จำนวน 30 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์และแบบสำรวจ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจ โดยใช้คำถามปลายเปิดสำหรับเก็บข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทิศทางสังคม ภูมิปัญญาดั้งเดิม วัตถุประสงค์และทรัพยากรในท้องถิ่น และแจกแบบสำรวจให้ผู้ตอบแบบสำรวจได้เขียนข้อมูลดังกล่าวลงในแบบสำรวจตามหัวข้อที่กำหนดให้

2. การสนทนากลุ่มและการทดลอง ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ (ใช้ระยะเวลา 6 เดือน ม.ค. - มิ.ย. 65) คณะผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์และเข้าร่วมกิจกรรม และให้กลุ่มตัวอย่างทดลองฝึกปฏิบัติการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ (ใช้ระยะเวลา 3 เดือน มิ.ย. - ส.ค. 65)

3. แบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการและลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scales, 1961) โดยแบบสอบถาม มี 2 ชุด ได้แก่ 1) การศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 25 ข้อ และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ และ 2) การศึกษาระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ จำนวน 10 ข้อ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับนักวิจัยชุมชน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มอาชีพ ทิศทางสังคม คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลเป็นรายคนเพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มอาชีพ ๆ ละ 3 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน 1 คน ประธานกลุ่ม 1 คน และสมาชิกกลุ่ม 1 คน และแจกแบบสำรวจเพื่อเช็คข้อมูลเชิงปริมาณและความถูกต้องกับข้อมูลที่ทำการสัมภาษณ์ และตรวจสอบข้อมูลในภาคสนามอีกครั้งในแต่ละชุมชน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้การสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยเป็นผู้สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม จดบันทึก บันทึกภาพและเสียง และให้นักวิจัยชุมชนเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ภายในชุมชนของตนเองเพื่อนำมาวิเคราะห์ผลและตีความผลการวิจัยร่วมกันอีกครั้ง และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนมาพัฒนา 3 ผลิตภัณฑ์ ใช้แบบสอบถามศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน และถ่ายถอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการให้กลุ่มอาชีพตัวอย่าง ทดลองฝึกปฏิบัติการ และใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องและทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีของครอนบาค แอลฟา (Cronbach's Alpha, 1954) และนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับสมาชิกกลุ่มอาชีพชุมชน จำนวน 30 คน และกลุ่มประชาชนทั่วไป 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล โดยการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามแยกออกเป็น 2 ชุด คือ 1) แบบสอบถามการศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.72 และค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94 ของแบบสอบถามทั้งชุด และ 2) แบบสอบถามการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 และค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.96 ของแบบสอบถามทั้งชุด

4) การเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนการผลิต โดยการจัดทำบัญชีต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ 3 ผลิตภัณฑ์ ทดลองฝึกปฏิบัติการ ระยะเวลา 3 เดือน (มิ.ย. - ส.ค. 65) เมื่อครบตามระยะเวลาคณะผู้วิจัยประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ โดยตรวจสอบความถูกต้องของบันทึกบัญชีตามสมุดบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพ ซึ่ง คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องเป็นระยะ ๆ พร้อมให้ข้อเสนอแนะและอธิบายชี้แจงในประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจผิด และนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลซ้ำเพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนหลังการทดลองฝึกปฏิบัติการ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลประกอบด้วยสามรูปแบบ คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล
2. กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ลงรหัสแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำเสนอในรูปแบบการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

**ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด** พบว่าตำบลท่าม่วง มีกลุ่มอาชีพชุมชน จำนวน 17 กลุ่มอาชีพ ได้แก่ กลุ่มทอผ้าฝ้าย (หมู่ที่ 1) กลุ่มเพาะเห็ด (หมู่ที่ 2,3,4,8,10,11) กลุ่มทอเสื่อกก (หมู่ที่ 2,4,7) กลุ่มปุ๋ยอินทรีย์ (หมู่ที่ 3,10) กลุ่มเลี้ยงโค (หมู่ที่ 3) กลุ่มทอผ้าไหม (หมู่ที่ 3) กลุ่มข้าวกล้อง (หมู่ที่ 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าว (หมู่ที่ 9) และกลุ่มนาแปลงใหญ่ (หมู่ที่ 8) ซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่มีความแตกต่างกัน ไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ขาดการพัฒนาทักษะด้านอาชีพ และผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่จะมีการซื้อขายกันภายในตลาดนัดชุมชน

และในจังหวัด โดยผู้นำชุมชนได้ให้คำแนะนำให้มีการรวมกลุ่มอาชีพใหม่โดยจัดกลุ่มหมู่บ้านที่ใกล้เคียงกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันให้มีความแตกต่างจากกลุ่มอาชีพเดิมและสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุในชุมชน และจากการศึกษาข้อมูลระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการอาชีพชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพชุมชนตัวอย่าง 3 กลุ่มอาชีพ รวมจำนวน 60 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 มีอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 มีรายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 และระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์ระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน

รายการประเมิน	ผลการประเมินระดับความรู้ความเข้าใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
<b>การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ</b>	<b>3.70</b>	<b>0.85</b>	<b>มาก</b>
1. มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ โครงสร้างกลุ่มอาชีพ และการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกลุ่ม	3.73	0.89	มาก
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ และการควบคุมงานอย่างมีระบบ	3.62	0.90	มาก
3. มีความรู้ความเข้าใจกฎ กติกา ระเบียบข้อบังคับกลุ่มอาชีพ	3.65	0.89	มาก
4. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุนของกลุ่มอาชีพ การแบ่งปันผลประโยชน์ของกลุ่มที่เหมาะสม เป็นธรรม และสมาชิกมีความพึงพอใจ	3.75	0.79	มาก
5. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนกิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มอาชีพ	3.75	0.79	มาก
<b>การจัดการด้านการผลิต</b>	<b>3.72</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>
1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปริมาณผลผลิต เป้าหมายการผลิต	3.71	0.80	มาก
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหลากหลายของผลผลิต	3.68	0.79	มาก
3. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาต่อยอดผลผลิต	3.65	0.89	มาก
4. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความปลอดภัยและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.75	0.77	มาก
5. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภูมิปัญญา/วัฒนธรรมเป็นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.82	0.81	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการประเมิน	ผลการประเมินระดับความรู้ความเข้าใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
<b>การจัดการด้านการตลาด</b>	<b>3.40</b>	<b>1.00</b>	<b>ปานกลาง</b>
1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด	3.50	0.85	ปานกลาง
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขอเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น มพช. อย. ฮาลาล เป็นต้น	3.42	1.09	ปานกลาง
3. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก กระดานสินค้า	3.35	0.95	ปานกลาง
4. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนแบ่งทางการตลาด	3.28	1.05	ปานกลาง
5. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ	3.47	1.06	ปานกลาง
<b>การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์</b>	<b>3.56</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>
1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์	3.50	0.77	ปานกลาง
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์งาน การออกแบบงาน การกำหนดตำแหน่งงาน การวางแผนกำลังคน การสรรหาสมาชิก การคัดเลือกสมาชิก	3.52	0.79	มาก
3. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เช่น การจ่ายค่าตอบแทน การสร้างความมั่นคง	3.57	0.81	มาก
4. มีความรู้ความเข้าใจการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ส่งเสริมและพัฒนา คณะกรรมการและสมาชิก	3.57	0.81	มาก
5. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการธำรงรักษาสมาชิกกลุ่ม เช่น ค่าตอบแทนที่เหมาะสม การจัดสรรผลกำไร การจัดสวัสดิการ	3.63	0.82	มาก
<b>การจัดการด้านการเงินและการบัญชี</b>	<b>3.29</b>	<b>1.08</b>	<b>ปานกลาง</b>
1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย และการจัดทำบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพ	3.32	1.06	ปานกลาง
2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การทำงานกำไรขาดทุน งบแสดงฐานะการเงิน การจัดทำงบการเงินอย่างมีระบบ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และยึดหลักธรรมาภิบาล	3.23	1.06	ปานกลาง
3. มีความรู้ความเข้าใจการคำนวณจุดคุ้มทุน กำไรตามเป้าหมาย การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์	3.22	1.10	ปานกลาง
4. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งเงินทุนธุรกิจชุมชน และการบริหารเงินทุน	3.27	1.14	ปานกลาง
5. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระแสเงินสด การถือหุ้นของสมาชิก การจ่ายเงินปันผล เงินทุนหมุนเวียนในกลุ่ม	3.40	1.04	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.54$ ) โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตมากที่สุด ( $\bar{x}=3.72$ ) รองลงมาคือ ด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ ( $\bar{x}= 3.70$ ) การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ( $\bar{x}=3.56$ ) การจัดการด้านการตลาด ( $\bar{x}= 3.40$ ) และการจัดการด้านการเงินและการบัญชี ( $\bar{x}= 3.29$ )

**ระยะที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบโดยประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพยากรทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ความรู้ของชุมชน เทคโนโลยีและนวัตกรรม ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานภูมิปัญญาดั้งเดิมและทรัพยากรในท้องถิ่นผนวกกับการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต สร้างเป็นอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชน โดยมีผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบที่ได้รับการพัฒนามีดังนี้

**2.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ “ขนมนางเล็ด”** โดยมีสูตรน้ำแดงโม หน้าหมูหยอง ัญพีช งาขาว งาดำ และสูตรมุนข้าว หน้าหมูหยอง ัญพีช งาขาว งาดำ สูตรน้ำใบเตยและน้ำดอกอัญชัน โดยมีต้นทุนการผลิต (วัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิต) ของขนมนางเล็ดสูตรน้ำแดงโม 1 รอบการผลิต มีต้นทุนเท่ากับ 386.21 บาท จากสูตรดังกล่าวสามารถผลิตขนมนางเล็ดได้ จำนวน 150 ชิ้น โดย 1 ถูง เท่ากับ 6 ชิ้น มีต้นทุนการผลิตต่อชิ้น 2.57 บาท ต้นทุนต่อถูง 15.42 บาท ราคาขายต่อถูง 20 บาท กำไรต่อถูง 4.58 บาท และกำไรรวม 114.50 บาท และการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.70$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจตราสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ( $\bar{x}=3.77$ ) และความเหมาะสมของวัตถุดิบชุมชนที่นำมาเป็นส่วนประกอบมากที่สุด ( $\bar{x}=3.77$ ) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายของรสชาติ แปลกใหม่ สวยงาม ( $\bar{x}=3.68$ ) และความกรอบ คงทน เก็บได้นานของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=3.68$ ) และรสชาติความอร่อยของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=3.65$ ) ตามลำดับ

**2.2 ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ “ขนมดอกจอก”** โดยมีสูตรดั้งเดิม สูตรสมุนไพโร และสูตรมันม่วงญี่ปุ่น โดยมีต้นทุนการผลิต (วัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิต) ของขนมดอกจอก 1 รอบการผลิต มีต้นทุนเท่ากับ 369.73 บาท จากสูตรดังกล่าวสามารถผลิตขนมดอกจอกได้ จำนวน 100 ชิ้น โดย 1 ถูง เท่ากับ 4 ชิ้น มีต้นทุนการผลิตต่อชิ้น 3.69 บาท ต้นทุนต่อถูง 14.76 บาท ราคาขายต่อถูง 20 บาท กำไรต่อถูง 5.24 บาท และกำไรรวม 131 บาท และการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.57$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจความเหมาะสมของวัตถุดิบชุมชนที่นำมาเป็นส่วนประกอบมากที่สุด ( $\bar{x}=4.40$ ) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายของรสชาติ แปลกใหม่ สวยงาม ( $\bar{x}=4.33$ ) และสีสันทของสินค้ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=4.28$ ) ตามลำดับ

**2.3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ “ผงมันม่วง-มันส้ม ชงพร้อมดื่ม”** ผลิตจากมันม่วงและมันส้มญี่ปุ่นบ้านนาเจริญ โดยมีต้นทุนการผลิต (วัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายการผลิต) ของผงมันม่วง-มันส้ม ชงพร้อมดื่ม 1 รอบการผลิตเท่ากับ 2,812.30 บาท จากสูตรดังกล่าวสามารถผลิตขนมดอกจอกได้ จำนวน 200 ชิ้น โดย 1 ถูง เท่ากับ 10 ชิ้น มีต้นทุนการผลิตต่อชิ้น 14.06 บาท ต้นทุนต่อถูง 140.60 บาท ราคาขายต่อถูง 250 บาท กำไรต่อถูง 109.40 บาท และกำไรรวม 2,188 บาท และการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.13$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจความเหมาะสมของวัตถุดิบชุมชนที่นำมาเป็นส่วนประกอบมากที่สุด ( $\bar{x}=4.33$ ) รองลงมาคือ สีสันทของสินค้ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=4.25$ ) และความคงทน เก็บได้นานของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=4.18$ ) ตามลำดับ

และจากการทดลองฝึกปฏิบัติการในระยะเวลา 3 เดือน คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนซ้ำอีกครั้ง โดยสามารถแสดงผลการเปรียบเทียบระดับความรู้ความเข้าใจก่อนและหลังการทดลองฝึกปฏิบัติการ ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ผลการเปรียบเทียบระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ก่อน-หลัง การทดลองฝึกปฏิบัติการ) ในภาพรวม

รายการประเมิน	ผลการประเมินระดับความรู้ความเข้าใจ						ร้อยละ เพิ่ม/ลดลง
	(ก่อนการทดลอง)			(หลังการทดลอง)			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความรู้ ความเข้าใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความรู้ ความเข้าใจ	
การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ	3.70	0.85	มาก	4.34	0.61	มาก	17.30
การจัดการด้านการผลิต	3.72	0.81	มาก	4.11	0.64	มาก	10.48
การจัดการด้านการตลาด	3.40	1.00	ปานกลาง	3.95	0.76	มาก	16.18
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	3.56	0.80	มาก	4.17	0.67	มาก	17.13
การจัดการด้านการเงินและการบัญชี	3.29	1.08	ปานกลาง	3.83	0.79	มาก	16.14
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.90</b>	<b>มาก</b>	<b>4.08</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>	<b>15.25</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน หลังการทดลองฝึกปฏิบัติการจริง ในภาพรวมเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 15.25 โดยเมื่อพิจารณารายด้านที่เพิ่มมากที่สุด คือ การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 17.30 รองลงมาคือ การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ คิดเป็นร้อยละ 17.13 การจัดการด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 16.18 การจัดการด้านการเงินและการบัญชี คิดเป็นร้อยละ 16.14 และการจัดการด้านการผลิต คิดเป็นร้อยละ 10.48 ตามลำดับ

**ระยะที่ 3** เสนอแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ข้อค้นพบที่ได้จากการทดลองฝึกปฏิบัติการในระยะเวลา 3 เดือนของกลุ่มตัวอย่าง ได้ข้อสรุปแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนและการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น ดังนี้

1. การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ ควรจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ มีที่ปรึกษาคือ พัฒนาชุมชนตำบล เพื่อให้กลุ่มอาชีพมีกติกากฎระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มอย่างชัดเจนในการดำเนินงาน
2. การจัดการด้านการผลิต ควรหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นและภูมิปัญญาของคนในชุมชนในกระบวนการผลิตควบคุมต้นทุนการผลิตโดยการจัดทำรายการตำรับขนม/เครื่องดื่ม และคุณภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอโดยการตรวจวัดปริมาณส่วนผสมที่ใช้ในการผลิต
3. การจัดการด้านการตลาด ควรออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามดึงดูดผู้บริโภคและราคาประหยัด จัดจำหน่ายที่ร้านค้าชุมชนและสหกรณ์หมู่บ้าน ขยายผ่านช่องทางไลน์และเฟสบุ๊คของสมาชิกและให้ลูกหลานคนรุ่นใหม่ดูแลการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนตามช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มชุมชน
4. การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ควรกำหนดโครงสร้างกลุ่มและแบ่งหน้าที่ให้กับสมาชิกกลุ่ม กำหนดเกณฑ์ในการจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกอย่างเป็นธรรมและจัดสรรเพื่อการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพอย่างเพียงพอ
5. การจัดการด้านการเงินและการบัญชี ควรกำหนดหน้าที่การจัดทำบัญชีกลุ่มให้กับเหรียญ ซึ่งต้องทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายและบัญชีต้นทุนให้ต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน แจ้งผลกำไรขาดทุนให้กับสมาชิกได้รับทราบในการประชุมกลุ่ม

## อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนอย่างยั่งยืน อภิปรายผลแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. การศึกษาสภาพปัจจุบันเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ตำบลท่าม่วง มีกลุ่มอาชีพชุมชน จำนวน 17 กลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่มีความแตกต่างกัน ไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ขาดการพัฒนาทักษะด้านอาชีพและผลิตภัณฑ์ และส่วนใหญ่จะมีการซื้อขายกันภายในตลาดนัดชุมชนและในจังหวัดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุ พิมพ์บุร์ และสุรพงษ์ แสงเรณู (2564) ที่ได้ศึกษาการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน พบว่า ชุมชนขาดความคิดที่สร้างสรรค์ ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน และได้เสนอแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนคือ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมูลค่าด้วยการสร้างความแปลกใหม่ ด้วยการคิดค้นหรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่อาศัยทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญฐพงศ์ ใจชื่อตรง (2563) ที่ได้ศึกษาแนวทางการจัดการส่งเสริมกลุ่มอาชีพชุมชน พบว่า สินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังขาดความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ขาดเทคนิคการผลิตแบบใหม่ ๆ ขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาทักษะหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบของตำบลท่าม่วง ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานภูมิปัญญาดั้งเดิมและทรัพยากรในท้องถิ่นผนวกกับการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต สร้างเป็นอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชน ซึ่ง United Nation (2022) ได้กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นภาคส่วนที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Katre (2020) ได้ศึกษาเรื่องการสอนและการเรียนรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความร่วมมือทางออนไลน์ กรณีการเรียนรู้ระหว่างประเทศ พบว่า บุคคลจากบริบททางวัฒนธรรมที่หลากหลายมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เกี่ยวกับวัฒนธรรมและค่านิยมซึ่งจะเป็นตัวกำหนดแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ และเสนอว่านวัตกรรมที่นำมาใช้จะต้องมีความสำคัญทางวัฒนธรรมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ludi Wishnu Wardana, Ahmad, Aniek Indrawati, Fariz Ibadil Maula, Angga Martha Mahendra, Muhammad Khoirul Fatihin, Adelia Rahma, A'isy Fiklil Nafisa, Aqila Adinda Putri and Bagus Shandy Narmaditya (2022) ได้ศึกษาความรู้ด้านดิจิทัลและความยั่งยืนทางธุรกิจ มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่ ในบทบาทของทัศนคติของผู้ประกอบการ พบว่า ในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องมีความอดทนและความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถให้บริการโดยทุกชุมชนได้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ “ขนมนางเล็ด” บ้านหนองสิม-หนองแดง มีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.70$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประทีป ตุ่มทอง (2564) ได้วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากกลุ่มผู้ผลิตขนมนางเล็ด พบว่า ผู้บริโภคมีความนิยมมากที่สุดคือ ขนมนางเล็ดน้ำแดงโม 2) ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ “ขนมดอกจอก” กลุ่มชุมชนบ้านดอนหาด มีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.57$ ) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาชีมะ เจาะนิ และคณะ (2560) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอก พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ “ผงบัวม่วง-มันส้ม ชงพร้อมดื่ม” กลุ่มชุมชนบ้านนาเจริญ มีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาพรวม

อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.13$ ) ซึ่งสอดคล้องกับ พาชวีญ ทองรักษ์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้เพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารจากมันเทศสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนทับน้ำ พบว่า ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นที่ยอมรับร้อยละ 90.00 ( $\bar{x}=4.50$ )

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการอาชีพชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพชุมชน ก่อนการทดลองฝึกปฏิบัติการ พบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.54$ ) และหลังการทดลองฝึกปฏิบัติการระดับความรู้ความเข้าใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.08$ ) ผลการเปรียบเทียบระดับความรู้ความเข้าใจหลังการทดลองฝึกปฏิบัติการในภาพรวมเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 15.25 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลิตา พิมทา (2563) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาการจัดการทำบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพของกลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การทดสอบความรู้ความเข้าใจการจัดการทำบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพก่อนการฝึกอบรมโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x}=2.43$ ) และหลังการฝึกอบรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.67$ ) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษยา มะแอ, อาภาศรี เทวตา และณฐา อภิธาวิณาสุ (2560) ได้ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ กรณีศึกษาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลการศึกษาความรู้ความเข้าใจและการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.10$ )

3. เสนอแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ข้อค้นพบที่ได้จากการทดลองฝึกปฏิบัติการในระยะเวลา 3 เดือนของกลุ่มตัวอย่าง ได้แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชน ประกอบด้วย 1) ควรจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ มีที่ปรึกษา มีกติกากฎระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มอย่างชัดเจน 2) ควรหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และภูมิปัญญาของคนในชุมชนในกระบวนการผลิต 3) ควรออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามดึงดูดผู้บริโภคและราคาประหยัด 4) ควรกำหนดโครงสร้างกลุ่มและแบ่งหน้าที่ให้กับสมาชิกกลุ่ม และ 5) ควรกำหนดหน้าที่การกำกับดูแลกลุ่มให้กับเหรียญ ทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายและบัญชีต้นทุนให้ต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา พลศักดิ์ (2562) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการตลาด และ 4) การเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านทุนและงบประมาณ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬามณี แก้วโพหนอง, ทรงพล โชติคเวชกุล, ปัญญา คล้ายเดช และพระสุนทร ชำกรม (2561) ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการชุมชนเพื่อความยั่งยืน พบว่า การบริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็งด้วยการส่งเสริมการรวมตัว เรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมทดลองปฏิบัติจริง มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน มีเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกชุมชน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยควรส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการรวมตัวกันประกอบอาชีพโดยจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น เทศบาลตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษา พัฒนาชุมชนอำเภอ และจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เพื่อขอสนับสนุนด้านงบประมาณและอื่น ๆ ตลอดจนแต่งตั้งพี่เลี้ยงในการเป็นที่ปรึกษาการดำเนินงานของกลุ่มต่อไป

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้ง นี้ เป็นการศึกษาข้อมูลความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการอาชีพชุมชน ควรมีการศึกษาศักยภาพของชุมชนในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพชุมชนไปใช้ในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มอาชีพชุมชนอย่างต่อเนื่อง

## เอกสารอ้างอิง

- กฤษยา มะแฉะ, อาภาศรี เทวตา และณฐา อภิธาวินวสุ. (2560). การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริ กรณีศึกษา หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอแม่ทาจังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการตลาด และการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 4(2), 143-157.
- จิตติมา พลศักดิ์. (2562). แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาบ้านห้วยยาง ตำบลเมืองหลวง อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 13(3), 107-114.
- จุฬามณี แก้วโพทอง, ทรงพล โชติกเวชกุล, ปัญญา คล้ายเดช และพระสุนทร ชำกรม. (2561). การบริหารจัดการชุมชนเพื่อความยั่งยืน. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*. 18(1), 263-273.
- ณัฐพงศ์ ใจซื่อตรง. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแข่งขันทางการตลาด บ้านสมใจ ตำบลใจดี อำเภอซุนธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*. 22(2), 121-130.
- ประทีป ตุ่มทอง. (2564). วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากกลุ่มผู้ผลิตขนมนางเล็ด ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2565, จาก [http://www.thai-explore.net/file\\_upload/submitter/file\\_upload/OeE9EVRC9cWSBdtdc6MD52b419d4.pdf](http://www.thai-explore.net/file_upload/submitter/file_upload/OeE9EVRC9cWSBdtdc6MD52b419d4.pdf).
- พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 (2561, 13 สิงหาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 135: ตอนที่ 59ก, หน้า 27-43.
- พาขวัญ ทองรักษ์ สุภาวดี รอดศิริ วรธรรมา วงศ์แสงธรรม วรธรรมา ชันชชัย และรุ่งทิพย์ ไทยสม. (2560). *การจัดการองค์ความรู้เพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารจากมันเทศสู่มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนทับน้ำ อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565. จาก <http://www.rdi.rmutsb.ac.th/2011/download/n59/2.pdf>
- ภาณุ พิมพ์บุรณ์ และสุรพงษ์ แสงเรณู. (2564). การขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานบ้านท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. 12(1), 163-172.
- ลลิตา พิมพ์ทา. (2563). การพัฒนาการจัดทำบัญชีต้นทุนประกอบอาชีพของกลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*. 14(1), 71-83.
- วรรณพงษ์ ช่วยรักษา. (2560). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายอ้อมครามบ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร. *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา*.
- สำนักงานเทศบาลตำบลท่าม่วง. (2565). *แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2565*. เทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). *แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565*. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2565, จาก [https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4\\_CEA\\_Strategic\\_Plan\\_2563-65.pdf](https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4_CEA_Strategic_Plan_2563-65.pdf)
- อาชีวะ เจริญ, ปาตีเมาะ เจ๊ะโมง, สุรียานี สามะ, วัชรระ ขาวสังข์ และ สุธैया กุวิง. (2560). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอก ตำบลสาบัน อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 5/2560 วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย.
- Cronbach, L.J. (1954). Coefficient Alpha and the Inter Structure of Tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Katre, A. (2020). Creative Economy Teaching and Learning—A Collaborative Online International Learning Case. *International Education Studies*. 13(7). 145-155.
- Likert, R. (1961). *New Pattern of Management*. New York : McGraw – Hill.

Ludi Wishnu Wardana, Ahmad, Aniek Indrawati, Farij Ibadil Maula, Angga Martha Mahendra, Muhammad Khoirul Fatihin, Adelia Rahma, A'isy Fiklil Nafisa, Aqila Adinda Putri & Bagus Shandy Narmaditya (2022). Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude. *Heliyon*. 9(1). 1-9.

United Nation. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. New York, United States of America.

### Translated Thai References

Chuayraksa, W. (2017). Approach to Develop Community Enterprise: A Case Study Of Indigo-Dyed Cotton Weaving Group Of Baab Tham Tao in Sakonnakorn Province. (Master of Business Administration Thesis, Burapha University). (in Thai)

Creative Economy Agency (Public Organization). (2020). *Creative Economy Agency Action Plan (Public Organization) 2020 - 2022*. Retrieved March 5, 2022, from [https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4\\_CEA\\_Strategic\\_Plan\\_2563-65.pdf](https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4_CEA_Strategic_Plan_2563-65.pdf) (in Thai)

Jaisuethong, N. (2020). Development of fur products towards market competition Baan Somjai, Subdistrict Khukhan District, Srisaket Province. *Journal of Management Sciences*. 22(2), 121-130. (in Thai)

Jeni, A, Jemong, P, Sama, S, Khaosang, W & Kuwing, S. (2017). *Consumer satisfaction on Dok Chok Dessert products, Saban Sub-district, Yaring District, Pattani Province*. National and International Academic Conference and Research Presentation No. 5/2017, Asian Graduate College. (in Thai)

Kaewponthong, J, Chotikavatchagul, S, Klaydesh, P & Chamkorm, S. (2018). Community Management for Sustainability. *Journal Dhammathas Academic*. 18(1), 263-273. (in Thai)

Mae, K, Devata, A & Aphithawinvasu, N. (2017). Community Business Management Based on Sufficiency Economy Philosophy by Royal Initiated Project Case Study One Tambon One Product of Lamphun Province. *Journal of Marketing and Management*. 4(2), 143-157. (in Thai)

Palasak, J. (2019). Guidelines for Managing Community Product Group of one Tambon ne Product: Case Study, Huay Yang Village, MuangLuang Sub-District, HuaiThapThan District, Sisaket Province. *Journal Rajabhat Maha Sarakham University*. 13(3), 107-114. (in Thai)

Pimbun, P & Saengrenu, S. (2021). Driving the Creative Economy Using Wisdom-Base of Tha Muang, Tha Muang Sub District, Selaphum District, Roi Et Province. *Journal Mahachulagajajara*. 12(1), 163-172. (in Thai)

Pimta, L. (2020). Development of Cost Accounting for Occupations of Organic Agricultural Products in Roi Et. *Journal of Roi Et Rajabhat University*. 14(1), 71-83. (in Thai)

Royal Decree Establishing Creative Economy Promotion Agency B.E. 2561, (2018, 13 August). Royal Gazette. Vol.135 Part 59a, 27-43. (in Thai)

Thamuang Municipality Office (2022). *Local Development Plan 2022*. ThaMuang Municipality, Selaphum District, Roi Et Province. (in Thai)

- Thomphong, P. (2021). *Research and development of innovative technologies to enhance the economy of the foundations of the producers*. Tha Sawang Subdistrict, Mueang Surin District, Surin province. Retrieved February 10, 2022, from [http://www.thai-xplore.net/file\\_upload/submitter/file\\_upload/OeE9EVRC9.cWSBdtdc6MD52b419d4.pdf](http://www.thai-xplore.net/file_upload/submitter/file_upload/OeE9EVRC9.cWSBdtdc6MD52b419d4.pdf) (in Thai)
- Thongrak, P, Rodsiri, S, Wongsangtham, W, Khanthachai, W & Thaisom, R. (2017). *Knowledge management to develop food products from sweet potatoes to product standards Community of Thap Nam Community, Bang Pahan District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province*. Research Report Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. Retrieved April 5, 2022, from <http://www.rdi.rmutsb.ac.th/2011/download/n59/2>. Pdf (in Thai)