

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นของชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง
อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

Product and Packaging Development of Japanese Sweet Potato
of Tha Muang Community, Selaphum District, Roi Et Province

สิริวิทย์ ปิ่นคำ

Sirawit Pinkum

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด 45120

Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University, Roi Et 45120, Thailand

Corresponding author: E-mail: sirawit.baac@reru.ac.th

(Received: September 13, 2022; Accepted: December 8, 2022)

Abstract: The aim of this research was to study community products in order to develop guidelines for product management in Tha Muang Community, Selaphum District, Roi Et Province. The developed prototype products represent the values and identity of the community and product management guidelines from the local wisdom of Tha Muang community, Selaphum district, Roi Et province as guidelines to encourage the community to use in the future. Key informants included experts, academics, and 16 group members, and information was obtained from operating a 3-month training trial of a Japanese sweet potato planting demonstration plot. The data was collected from semi- structured in-depth interviews. Statistics was used in the data analysis synthesized and interpreted from in-depth interview and descriptive statistics was used with the data from the questionnaire. Results revealed that community management to support product development was highly feasible. Therefore, guidelines for success can be designed that are conducive to the way of life for participating community members in every step of the operation. However, it is important to note that community leaders are the driving force for community product development.

Keywords: Product development and packaging, Japanese sweet potato, Roi Et province

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด สำหรับเป็นแนวทางส่งเสริมเพื่อให้ชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และสมาชิกกลุ่ม ทั้งสิ้น 16 คน และการทดลองการฝึกจากแปลงสาธิตการปลูกมันเทศญี่ปุ่น 3 เดือน การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์และตีความจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิจัย พบว่า การจัดการชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นมีความเป็นไปได้สูง เนื่องจากการดำเนินงานนั้นมีการวางแผนทางที่เอื้อต่อวิถีชีวิตในชุมชนและการให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานทุกขั้นตอนโดยผู้นำชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มันเทศญี่ปุ่น จังหวัดร้อยเอ็ด

คำนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ของปราชญ์ชาวบ้านที่ได้รับการสืบทอดต่อกันมาทำให้คนในท้องถิ่นมีความผูกพันกันเหมือนเครือญาติอย่างเหนียวแน่น เป็นสิ่งสำคัญที่มีคุณค่าควรได้รับการจดจำ ถ่ายทอด และอนุรักษ์ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อจัดจำหน่ายเป็นการสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนแต่การแข่งขันทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดแนวคิดในการพัฒนาเพื่อการอยู่รอดและได้รับความนิยมน้อยลงยิ่งยั้งด้วยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จึงเกิดเป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Neawheangtham, 2017) ด้วยการเชื่อมโยงกับการใช้ทุนทางปัญญาและทุนทางสังคม อันได้แก่ องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม อันทันสมัยในการผลิตสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมสอดคล้องไปกับแนวโน้มความต้อง การ ของ ผู้ บริ โภค ใน ตลาด ยุค ใหม่ (Phuangprayong, 2018)

มันเทศเป็นพืชหัวที่ใช้น้ำน้อย อายุสั้นสามารถปลูกในฤดูแล้งได้ เกษตรกรจึงนิยมนำมาปลูกสลับกับพืชชนิดอื่น มันเทศที่นิยมปลูกในประเทศไทยมีหลายพันธุ์เช่น พันธุ์สีขาว สีเหลือง สีส้ม และ สีม่วง มันเทศเป็นแหล่งคาร์โบไฮเดรต อีกทั้งยังเป็นแหล่งของวิตามิน เกลือแร่ และเส้นใยอาหารที่มีราคาถูก จึงมีการใช้ประโยชน์จากมันเทศอย่างกว้างขวาง ทั้งการบริโภค และการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารชนิดต่างๆ เช่น ขนมไทย เฟรนช์ฟรายด์ก้วยเตี๋ย และผลิตภัณฑ์ขนมอบ เป็นต้น มันเทศยังเป็นแหล่งของสารพฤกษเคมี (phytochemicals) ที่สำคัญหลายชนิด โดยกลุ่มของสารที่พบจะมีความแตกต่างกันไปตามสีของเนื้อมันเทศส่งผลให้มันเทศเนื้อสีกลายเป็นแหล่งอาหารสุขภาพที่สำคัญ และได้รับความสนใจเป็นอย่าง

ยิ่ง มันเทศปลูกได้ในหลายพื้นที่ทั่วทุกภาคของประเทศไทย ปัญหาซ้ำซ้อนของเกษตรกรผู้ปลูกมันเทศ คือ ช่วงเวลาที่มีผลผลิตออกมามาก ราคาผลผลิตจะตกต่ำ ไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน การจัดจำหน่ายที่ยังไม่ครอบคลุมและขาดอำนาจการต่อรอง และการตั้งราคาขายไม่เพียงพอต่อต้นทุนของเกษตรกร อีกทั้งการใช้ประโยชน์จากมันเทศยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลผลิตทั้งหมดที่ผลิตได้ (Charoenphun, 2017)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถจัดจำหน่ายได้มากขึ้น คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) การพัฒนาตราสินค้า (Branding) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชนในการเชื่อมโยงกับคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) ด้วยการพัฒนาตราสินค้า และการบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเชื่อมโยงการจัดจำหน่าย และแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด สำหรับเป็นแนวทางส่งเสริมเพื่อให้ชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงแบบผสม การทดลองการฝึกปฏิบัติการจริงจากแปลงสาธิตการปลูกมันเทศญี่ปุ่น ระยะเวลาในการทดลองการปลูก 3 เดือน ระหว่างเดือนมิถุนายน - เดือนสิงหาคม 2564

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน นักวิชาการ 2 คน และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์มันม่วง 12 ท่าม่วง ชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด รวม

ทั้งสิ้น 16 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์และตีความจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการทดลองการฝึกปฏิบัติการจริงจากแปลงสาธิตการปลูกมันเทศญี่ปุ่น ระยะเวลาในการทดลองการปลูก 3 เดือน และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นักวิชาการ และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์มันม่วง ท่าม่วง ชุมชนท่าม่วง ทั้งสิ้น 16 คน และการทดลองการฝึกปฏิบัติการจริงจากแปลงสาธิตการปลูกมันเทศญี่ปุ่น ระยะเวลาในการทดลองการปลูก 3 เดือน โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้เป็นประเด็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจากประชากร คือ สมาชิกกลุ่มมันม่วงจำนวน 12 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์และตีความจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการทดลอง การวิเคราะห์การทดลองจากแบบบันทึกการปลูกมันม่วง ท่าม่วง ตลอดระยะเวลา 3 เดือน และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. การประเมินบริบทกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท่าม่วง พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์มันม่วง ท่าม่วง ชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด มีทรัพยากรที่เพียงพอสำหรับปัจจัยการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรดิน น้ำ ไม้ไผ่ ต้นกก-ไผ่ และแรงงาน เป็นต้น ชุมชนท่าม่วงมีภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับทักษะการประกอบอาชีพเกษตรกรรมการทำนา หัตถกรรมประเภทเครื่องจักสานการทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย การเพาะเห็ด และการปลูกพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ ประกอบด้วยกลุ่มอาชีพชุมชน จำนวน 18 กลุ่มอาชีพ แต่กลุ่มอาชีพที่มีความเข้มแข็งมีจำนวน 3 กลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มนาแปลงใหญ่ หมู่ที่ 2 กลุ่มมะนาวเลมอน หมู่ที่ 6 และกลุ่มทอผ้าไหม หมู่ที่ 3 ที่ได้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

2. การประเมินศักยภาพด้านการตลาดชุมชนท่าม่วง พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชุมชนมีความสามารถในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด รองลงมาคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และตราสินค้าที่จดจำได้ยาก การจัดจำหน่ายที่ไม่ครอบคลุมพื้นที่และขาดคนกลางในการกระจายสินค้าและข้อจำกัดด้านการขนส่ง การตั้งราคาที่ยังไม่สอดคล้องกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์มากนัก และการส่งเสริมการตลาดด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดมีน้อย

3. ปัญหาโดยรวมของชุมชนท่าม่วง คือ สภาพแวดล้อมทางสังคมที่คั่นในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรม เมื่อถึงฤดูกาลทำนาสมาชิกในกลุ่มจะหยุดการประกอบอาชีพเสริมเพื่อไปทำนาซึ่งเป็นอาชีพหลักทำให้กระบวนการผลิตและการดำเนินงานภายในกลุ่มขาดปัญหาทางด้านแรงงาน และการจัดการการดำเนินงานที่สำคัญแรงงานที่มีภายในชุมชนคือแรงงานผู้สูงอายุเพราะวัยทำงานได้มี

การอพยพ หรือย้ายถิ่นฐานไปทำงานในเมืองหลัก และเมืองอุตสาหกรรมส่งผลให้ชุมชนต้องการพัฒนา อาชีพเสริมทางด้านการเกษตรที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มเติม

4. ปัญหาโดยรวมของผลิตภัณฑ์ชุมชนท่าม่วง คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่มีตราสินค้า ไม่มีบรรจุภัณฑ์ ไม่มีเรื่องราวและสายพันธุ์มันเทศที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนผลิตภัณฑ์เองยังไม่ได้รับรองมาตรฐานใด ๆ เช่น มพข. OTOP และ GAP คุณภาพของมันเทศยังไม่สม่ำเสมอ แรงงานขาดการพัฒนาทักษะการเพิ่มผลผลิต การตลาดกลุ่มลูกค้ายังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของชุมชนเท่าที่ควร และขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายโดยเฉพาะคนกลางทางการตลาดจึงทำให้ชุมชนต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบด้วยตราสินค้าของชุมชน

5. การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน มันม่วง ท่าม่วง ชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์มันม่วง ท่าม่วง ชุมชนท่าม่วง ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วยการพัฒนาแปลงสาธิตสำหรับการปลูกมันม่วง ท่าม่วง โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนการปลูกมันเทศญี่ปุ่น คือ คุณกิริติ ภาควณิ ผู้จัดการออมสินฟาร์ม จังหวัดมุกดาหาร และคุณปราริชาติ ปัทมูม ผู้จัดการสวนบุญสมใจเกษตรอินทรีย์ จังหวัดมุกดาหาร มาดำเนินการให้ความรู้ด้านเทคนิคการปลูก และการตลาด รวมถึงการสร้างแปลงสาธิตการปลูกมันเทศญี่ปุ่นให้สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์มันม่วง ท่าม่วง ทำการดูแล โดยข้อมูลที่ได้มาจากการทดลองการปลูกมันเทศญี่ปุ่นจากแบบการบันทึกการปลูกมันเทศญี่ปุ่นของสมาชิกกลุ่มซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชน ทำให้ได้เทคนิคการปลูกมันเทศญี่ปุ่นของชุมชนท่าม่วงดังต่อไปนี้

5.1 เทคนิคการปลูก

1) การทดลองการเตรียมแปลง ปลูกมันเทศสีม่วงปลูกมันเทศให้ลงหัวได้ดึ้นนั้น ปัจจัยที่ไม่ควร

มองข้ามก็คือ เรื่องโครงสร้างของดิน ถึงแม้ว่ามันเทศจะปลูกได้ในดินเกือบทุกชนิด แต่ดินร่วนปนทรายมีความเหมาะสมที่สุด สภาพดินที่ปลูกมีผลต่อการลงหัวของมันหรือรูปร่างของหัวมันพื้นที่ดินที่ขาดความอุดมสมบูรณ์ ก่อนปลูกควรใส่ปุ๋ยคอก เช่น มูลวัว มูลไก่ และปุ๋ยขาว (แมกนีเซียมช่วยขยายผลและหัวป้องกันแมลง) ฯลฯ ในอัตรา 1-2 ตัน หรือใส่ปุ๋ยคอกหลังการเตรียมแปลงเสร็จแล้ว โดยหว่านบนสันร่องแปลง ในการเตรียมแปลงปลูก ให้ไถตะกอน 1 ครั้ง และทิ้งไว้ประมาณ 7-10 วัน จากนั้นไถพรวนแปลง 1-2 รอบ หรือใช้โรตารีไถโรดไถดินให้ดินมีความละเอียดยิ่งขึ้น หลังจากนั้น ให้ยกร่องแปลงปลูกขึ้นเป็นรูปสามเหลี่ยม กว้างประมาณ 70-100 เซนติเมตร สูง 30-50 เซนติเมตร (ความสูงของแปลงยังมีความสูง ยิ่งส่งผลต่อการลงหัวมันดี) ส่วนความยาวของแปลงปลูกขึ้นกับสภาพพื้นที่ ถ้าจะให้เหมาะสมควรจะปลูกแบ่งเป็นแปลงเล็ก ๆ โดยแปลงมีความกว้าง 40 เมตร และยาว 80 เมตร เพื่อสะดวกและง่ายต่อการจัดการ

2) การทดลองการจัดระบบน้ำที่ดีในแปลงปลูกมันเทศต้องมีการวางระบบน้ำแบบสปริงเกลอร์ ซึ่งมีรัศมีกระจายน้ำได้ 3-4 เมตร ระบบน้ำดังกล่าวทำให้ต้นมันเทศได้รับน้ำอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึงส่งผลให้ต้นมันเทศตั้งตัวได้เร็ว พบเปอร์เซ็นต์การรอดตายสูง แต่จะพบข้อเสียตรงวัชพืชจะขึ้นเร็ว ทำให้มีต้นทุนในการกำจัดวัชพืชเพิ่มขึ้นสำหรับการให้น้ำแบบอื่น ๆ

3) การทดลอง การเตรียมท่อนพันธุ์มันเทศ ในการตัดท่อนพันธุ์ ควรจะตัดให้มีมีความยาวราว 30 เซนติเมตร เนื่องจากยอดมันเป็นพืชที่แตกยอดออกมาใหม่ได้ง่าย ถ้าลิดใบทิ้งก็จะทำให้เสียเวลา แต่ยอดมันเทศเมื่อลงปลูกจะตั้งตัวได้เร็วกว่าไม่ลิดใบ การตัดยอดใช้ส่วนที่เป็นยอดจะดีที่สุด สำหรับท่อนที่ 2-3 ลงไป สามารถปลูกให้ผลผลิตได้เช่นกัน แต่การให้หัวจะน้อยลงไปตามลำดับ เมื่อตัดท่อนพันธุ์มาแล้ว ควรจะมัดรวมกันเป็นท่อนหรือเป็นกำ เอาใบตองหรือกระสอบปุ๋ยห่อมัดเอาไว้ ควรนำท่อนพันธุ์

แช่น้ำสารฆ่าแมลง คาร์โบซิลแฟน ควรแช่ไว้นานราว 5-10 นาที จะช่วยลดเรื่องแมลงที่จะติดไปกับท่อนพันธุ์ได้เป็นอย่างดี หลังจากนั้น ให้นำมัดท่อนพันธุ์วางไว้ในที่ร่ม รดน้ำ เช้า-เย็น ประมาณ 2-3 วัน ยอดท่อนพันธุ์ก็จะมีรากออกมา แสดงว่าท่อนพันธุ์พร้อมปลูกแล้วถ้าจะให้ดี ท่อนพันธุ์มันเทศที่จะตัดควรจะต้องจากต้นที่มีอายุไม่เกิน 45 วัน หรือก่อนที่จะมีการพ่นปุ๋ยหรือสารเคมีเพื่อหยุดยอด ในพื้นที่ปลูกมันเทศสายพันธุ์ต่างประเทศ 1 ไร่ จะใช้ท่อนมันเทศประมาณ 8,000-16,000 ยอด

4) การทดลองการปลูกชุดลงประมาณ 1 ฝ่ามือ ความห่างของหลุม 50 เซนติเมตร จะใช้ยอดมัน 5,000 ยอดต่อไร่ ถ้าห่าง 40 เซนติเมตรจะใช้ยอดมัน 6,000 ยอดต่อไร่ โดยให้ปลูกในแนวอนหันไปทางเดียวกันเพื่อให้ง่ายต่อการใส่ปุ๋ยโดยจากโคนต้นลงไปดินประมาณ 3-4 ข้อมือ ให้ยกต้นขึ้นพื้น แต่ไม่ต้องตรง เพราะป้องกันการการเผาไหม้ของแดดจากดินที่ร้อนและควรปลูกในช่วงเย็นเพื่อป้องกันการความร้อนจากแสงแดด

5) การทดลองใส่ปุ๋ยบำรุงรักษาประมาณ 7-10 วันให้ใส่ปุ๋ยสูตร 15-15 หนึ่งหยิบมือต่อหลุม

6) ประมาณ 10-15 วันให้ใส่ปุ๋ยสูตร 15-15 อีกครั้ง หรือจะเอาปุ๋ยยูเรียผสมกับสูตร 15-15 ก็ได้

7) อายุครบ 30 วันต้องทำการเด็ดยอดมันตรงส่วนปลายประมาณ 2-3 ข้อเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเร่งอาหารในการแทงยอด ทำให้เกิดการออกรากกิ่ง และหัว

8) อายุครบ 45 วัน ทำการตัดยอดมันไปเพื่อทำการขยายพันธุ์ปลูกในแปลงอื่นต่อไป และเป็นกระตุ้นการสร้างหัวมัน

9) อายุครบ 50 วันเริ่มมีหัวให้ใส่ปุ๋ยสูตร 0-0-60 เพื่อทำการขยายหัวให้ใหญ่แต่ไม่หวานมากรสชาติหวานปกติเพื่อเร่งการโตของหัวมัน

10) อายุครบ 60 วันให้ใส่ปุ๋ยสูตร 0-0-50 (เป็นปุ๋ยแบบเกร็ดต้องนำมาฉีกพ่นทางใบ) ดินจะเริ่มแตกแสดงว่าหัวเริ่มใหญ่ใส่ปุ๋ยเพื่อเพิ่มความหวาน ดัง Figure 1



Figure 1. Training trial of a Japanese sweet potato planting demonstration plot

5.2 การพัฒนาตราสินค้า โลโก้ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์

1) ชื่อตราสินค้า (brand name) คือ มันม่วง ท่าม่วง สื่อความหมายได้ว่า มันเทศญี่ปุ่นนี้ได้มีการปลูกจากพื้นที่ชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

2) โลโก้ (logo) คือ ภาพมันม่วงเพอร์เฟกต์สวิต และมันส้มโอกินาวา สื่อความหมายได้ว่า

มันม่วง ท่าม่วง พร้อมทานสำหรับลูกค้าเป้าหมาย สีฟ้าแสดงถึง การพาณิชย์ค้าขาย

3) เครื่องหมายตราสินค้า (trademark) คือ โลโก้ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี และมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

4) ตราสินค้า (brand) ดัง Figure 2



Figure 2. Brand consists of the brand name is Muan Muang Tha Muang, logo is picture of purple sweet potato and Okinawa orange

5) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบตาข่ายเพื่อรักษาคุณภาพของหัวมันและง่ายต่อการขนส่งการติด

ฉลากแสดงตราสินค้าแหล่งการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน มันม่วง ท่าม่วง ดัง Figure 3



Figure 3. Packaging is a plastic mesh bag and attach the brand label on the outside of the package

5.3 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดังที่กล่าวมานี้ ผลการสนทนากลุ่มกับสมาชิกในชุมชนและผู้ให้ข้อมูลภายนอกชุมชน ได้ข้อสรุปว่า จากศักยภาพของชุมชนนี้ควรจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางที่สามารถทำให้สินค้ากระจายได้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างตราสินค้าของชุมชนให้เป็นที่รู้จักภายนอก เพื่อนำรายได้มาสู่ชุมชนนั้น สิ่งที่ต้องคำนึง

เป็นอย่างมากและสำคัญที่สุด คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิดจะต้องมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สวยงาม เพิ่มมูลค่า สามารถสร้างความสนใจ และก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ พ่อค้าคนกลางซึ่งมีหน้าที่ในการกระจายสินค้าให้ คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และออมสินฟาร์ม ดัง Figure 4



Figure 4. Distribution at Thailand Post Co., Ltd.

6. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นของชุมชนท่าม่วง เนื่องจากชุมชนวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และแหล่งน้ำในการเพาะปลูกจากคลองนากระต๊อบ ซึ่งทำให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับวิถีชีวิตประกอบกับคนในชุมชนมีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติจึงทำให้มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันทำให้เกิดความสามัคคีช่วยเหลือกัน โดยมีผู้นำชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนในการนำสมาชิกในชุมชนในการทดลองปลูกมันเทศญี่ปุ่นจากแปลงสาธิตตลอดระยะเวลา 3 เดือน ทำให้เกิดเป็นเทคนิคการปลูกมันเทศญี่ปุ่นของชุมชนท่าม่วง ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และการจัดจำหน่ายมันเทศญี่ปุ่นสำหรับ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนมันม่วง ท่าม่วง เสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

อภิปรายผล

1. การประเมินบริบทกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์มันม่วง ท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด มีทรัพยากรที่เพียงพอสำหรับปัจจัยการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรดิน น้ำ ไม้ไผ่ ต้นกก-ไหล และแรงงาน เป็นต้น ชุมชนท่าม่วงมีภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับทักษะการประกอบอาชีพเกษตรกรรมการทำนา หัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน การทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย การเพาะเห็ด และการ

ปลูกพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และตราสินค้าที่จดจำได้ยาก การจัดจำหน่ายที่ไม่ครอบคลุมพื้นที่และขาดคนกลางในการกระจายสินค้าและข้อจำกัดด้านการขนส่ง การตั้งราคาที่ไม่เหมาะสมกับมูลค่า และการส่งเสริมการตลาดด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดมีน้อย สภาพแวดล้อมทางสังคมที่คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรม เมื่อถึงฤดูกาลทำนาสมาชิกในกลุ่มจะหยุดการประกอบอาชีพเสริมเพื่อไปทำนาซึ่งเป็นอาชีพหลักทำให้กระบวนการผลิตและการดำเนินงานภายในกลุ่มขาดปัญหาทางด้านแรงงานและการจัดการการดำเนินงานที่สำคัญแรงงานที่มีภายในชุมชนคือแรงงานผู้สูงอายุเพราะวัยทำงานได้มีการอพยพหรือย้ายถิ่นฐานไปทำงานในเมืองหลักและเมืองอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่มีตราสินค้า ไม่มีบรรจุภัณฑ์ ไม่มีเรื่องราวและสายพันธุ์มันเทศที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนผลิตภัณฑ์เองยังไม่ได้รับรองมาตรฐานใด ๆ เช่น มผช. OTOP และ GAP คุณภาพของมันเทศยังไม่สม่ำเสมอ แรงงานขาดการพัฒนาทักษะการเพิ่มผลผลิต การตลาดกลุ่มลูกค้ายังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของชุมชนเท่าที่ควร และขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายโดยเฉพาะคนกลางทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pimta and Siritakham (2020) พบว่า ปัญหาโดยรวมที่สำคัญของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ สภาพแวดล้อมทางสังคมที่คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรม เมื่อถึงฤดูกาล

ทำนาสมาชิกในกลุ่มจะหยุดการทอผ้าเพื่อไปทำนาซึ่งเป็นอาชีพหลักทำให้กลุ่มต้องหยุดรับคำสั่งซื้อสินค้าและค่านิยมของคนในชุมชนที่อพยพแรงงานเข้าเมืองหลวงทำให้ขาดแรงงานวัยหนุ่มสาวในการพัฒนาขับเคลื่อนกลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่มีตราสินค้า ไม่มีบรรจุภัณฑ์ ไม่มีเรื่องราวและลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชุมชนเอง ตลอดจนผลิตภัณฑ์เองยังไม่ได้รับรองมาตรฐานใด ๆ และมาตรฐานการทอผ้าและคุณภาพสินค้ายังไม่สม่ำเสมอ แรงงานขาดการพัฒนาทักษะและฝีมือด้านการทอผ้า การตลาดกลุ่มลูกค้ายังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Neawheangtham (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่า คุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในสังคมไทยได้รับความสนใจและมีความต้องการมากขึ้นตลอดเวลาเนื่องจากประชาชนและผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างหลากหลายและมีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม สำหรับปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น พบว่า สิ่งที่เป็นปัญหาในการพัฒนามีประเด็นที่สำคัญคือการขาดความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์ รวมทั้งขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือที่จะเข้าสู่กระบวนการผลิตและการสืบทอดผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงควรเริ่มจากการอบรมให้ความรู้ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มอาชีพโดยสร้างแบรนด์ให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก สวยงาม มีความหลากหลาย และต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นไม่ซ้ำใคร โดยการนำวัฒนธรรม

ท้องถิ่นเข้ามาเชื่อมโยงกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ เช่น มีการสร้างเรื่องราวต่าง ๆ (story telling) เพื่อสร้างคุณค่าที่เป็นจุดเด่นและความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนมันม่วง ทาม่วง ชุมชนทาม่วง ตำบลทาม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์มันม่วง ทาม่วง ชุมชนทาม่วง ที่ต้องมีการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด 4 P's คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดสรรที่ดินสำหรับเพาะปลูก การปลูก การดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยวเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้มากขึ้น การพัฒนาตราสินค้า ด้วยการสร้างชื่อตราสินค้า โลโก้ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่จดจำง่าย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยปกป้องสินค้าให้มีอายุการใช้งานที่นานขึ้นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าให้สามารถสื่อสารการตลาดจากบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่แสดงถึงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ด้านราคา (Price) การตั้งราคาที่สอดคล้องกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นโดยวิเคราะห์จากราคาตลาด ต้นทุน และคู่แข่งขึ้นด้านการจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมด้วยการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้วยการสื่อสารการตลาดผ่านทางเพจเฟซบุ๊กมันม่วงทาม่วง ให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายสร้างพฤติกรรมการซื้อและก่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุดก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pholphirul (2013) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย พบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชนจะสามารถกระทำได้จะต้องประกอบไปด้วยการดำเนินกลยุทธ์ 4P's อันไปพร้อมๆ กัน อันได้แก่ คนและชุมชน (people) ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่จะต้องได้รับการส่งเสริมพัฒนาให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์รวมถึงผลิตภัณฑ์ (product) และการท่องเที่ยว (place) ซึ่ง

เป็นทุนของชุมชนอันมีค่าที่จะสามารถนำมาสร้างสรรค์กิจกรรมการผลิตและการบริการที่ก่อให้เกิดคุณประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ได้ โดยจะต้องดำเนินไปพร้อมกับการอนุรักษ์ (preserve) และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยการศึกษา ยกกรณีความสำเร็จของชุมชนอัมพวาที่ใช้ประโยชน์จากชุมชนที่มี “ตลาดน้ำอัมพวา” การผลิตสินค้าสร้างสรรค์โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนในการขับเคลื่อน ในขณะที่ยังสามารถรักษาวัฒนธรรมแบบเดิมไว้ได้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน โดยผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเช่นในกรณีของชุมชนอัมพวาทำให้เกิดการสร้างรายได้เสริมแก่คนในชุมชนที่แต่เดิมมีอาชีพเกษตรกรรม โดยรายได้เสริมมาจาก การให้บริการเรือชมหิ่งห้อย การให้บริการที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nuansara *et al.* (2021) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล จังหวัดเชียงราย พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าให้ได้มาตรฐานระดับสากล ผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง เพื่อการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้ซื้อยอมรับและยอมจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ สร้างให้เกิดเรื่องราวและการรับรู้ เพื่อยกระดับคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ เป็นการเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางการตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ช่วยห่อหุ้มหรือป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในไม่ให้เกิดความเสียหาย และต้องมีสภาพที่สมบูรณ์สวยงามจนถึงมือผู้บริโภค การสร้างตราสินค้า (brand) ให้เป็นที่ยอมรับ เนื่องจากตราสินค้าจะเป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์สู่สายตาผู้บริโภค กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า กลุ่มเป้าหมายและ

บริการที่ผู้บริโภคจะได้รับ วิธีการสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สู่สายตาของผู้บริโภค

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนสำหรับการพัฒนา กิจกรรมของชุมชนส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติมีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติจึงทำให้มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันทำให้เกิดความสามัคคีช่วยเหลือกัน โดยมีผู้นำชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อน ระบบการเรียนรู้โดยมีภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนควรมีความร่วมมือร่วมใจในการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนโดยการจัดกระบวนการการเรียนรู้ภายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาและรู้จักเลือกสรรภูมิปัญญาและวิทยาการต่าง ๆ เพื่อบูรณาการให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ รวมทั้งหาวิธีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์พัฒนาระหว่างชุมชน อันแสดงถึงความยั่งยืนในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและสร้างความมั่นคงให้กับสังคมและประเทศชาติต่อไปซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Neawheangtham (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเด็นหลัก ๆ ในการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการองค์กร 2) ด้านจัดการการตลาด 3) การจัดการด้านการผลิตและบริการ และ 4) การปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาในทุกด้านมีรากฐานมาจากแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานใน 7 ประเด็น ได้แก่ 1) การใช้องค์ความรู้ 2) การศึกษา 3) การสร้างสรรค์งาน 4) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทาง 5) วัฒนธรรม 6) ภูมิปัญญา และ 7) เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น กล้ามพะพร้าวในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความก้าวหน้า มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

สรุป

การศึกษาค้นคว้า พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มั่นคงยั่งยืนของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันม่วง ท่าม่วง บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเกษตร และแหล่งทรัพยากรดิน และน้ำที่มีความเหมาะสมต่อพื้นที่การเพาะปลูก รวมถึงพืชเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อย่างไรก็ตามแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องได้รับการประสานงานร่วมกันด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนกับภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ให้เกิดการรับรู้ และเข้าใจในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดที่ให้การสนับสนุน และเปิดโอกาสให้ได้รับทุนในการศึกษาการวิจัยและการนำเสนอผลงาน ตลอดจนการเขียนรายงานทางวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัย ขอขอบคุณกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนมันม่วง ท่าม่วง ชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ ตลอดจนผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้ให้ข้อมูลและช่วยเหลืออำนวยความสะดวกทุก ๆ ด้านในการทำงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

Charoenphun, N. 2017. Development of Cookie Products from Sweet Potato. Journal of Food Technology, Siam University 13(1): 32-43. (in Thai)

Phuangprayong, K. 2018. Roles of creative economy and innovative behavior for community enterprise development in thailand. Journal of Development Studies 1(1): 220-252. (in Thai)

Nuansara, M., N. Teypinsai and C. Chutinatphuwadon. 2021. Guideline for the development of OTOP and brand product to international standards Chiang Rai province. Dusit Thani College Journal 15(1): 119-134. (in Thai)

Neawheangtham, R. K. 2017. The guideline of the local wisdom product development for promote creative economy in Nakhon Pathom Province. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts) 10(1): 994-1013. (in Thai)

Pimta, L. and R. Siritakham. 2021. Product development from local wisdom to increase an efficiency of community management based on sustainability concept in Ban Ma Yang community, Thawat Buri district, Roi Et province. Journal of Community Development and Life Quality 9(3): 465-473. (in Thai)

Pholphirul, P. 2013. Creative Economy and Development Issues in Thailand. NIDA Economic Review 7(1): 1-69. (in Thai)