

การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับ
การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์
Developing the Potential of Community Enterprises to Drive Creativity
to Create a Sustainable Economy, Society and Community

¹พระคมสัน เจริญวงศ์*, ²พระครูสังฆวิริยกิจ, ³เอนก ไยอินทร์

¹Phra Komsan Jalearnwong, ²Phrakrusanghviriyakij, ³Anek Yai-in

E-mail: sanpkk@hotmail.com*

Received: February 14, 2026 Revised: April 27, 2026 Accepted: April 29, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ 2) พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พื้นที่วิจัย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ตำบลหันสัง อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม และตัวแทนภาคีเครือข่าย จำนวน 11 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจข้อมูลเบื้องต้น แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม แบบบันทึกกิจกรรม AIC แบบวิเคราะห์ SWOT และแบบบันทึกการถอดบทเรียนหลังกิจกรรมวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทั้งด้านรายได้ การผลิตสินค้า การรวมกลุ่ม และสภาพจิตใจ ส่งผลให้เกิดความเครียดสะสม ความวิตกกังวล และการหยุดชะงักของกิจกรรมทางเศรษฐกิจชุมชน 2) การสะท้อนคิดด้วยเทคนิค AIC และการวิเคราะห์ SWOT ทำให้กลุ่มสามารถระบุปัญหา ศักยภาพ โอกาส และแนวทางพัฒนาร่วมกัน โดยมีแนวทางสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาผู้ประกอบการ การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการเพิ่มช่องทางการตลาด 3) การส่งเสริมพลังบวกด้วยกิจกรรม “พลังฮึด พลังฮึด พลังสู้” ช่วยให้ผู้ประกอบการเกิดกำลังใจ ผ่อนคลายความเครียด และมองเห็นแนวทางแก้ไขปัญหา และ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่และการตลาดสมัยใหม่ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น น้ำปลาหวานออเจ้าและหมี่กรอบโบราณอยุธยา ให้มีอัตลักษณ์ชัดเจน มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และมีช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งการจำหน่ายตามงานเทศกาล การขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การจัดส่งแบบเดลิเวอรี่ และการฝากวางจำหน่ายในร้านค้า

คำสำคัญ: การฟื้นฟู; ผู้ประกอบการ; วิสาหกิจชุมชน

¹ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย; Department of Economics, Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

²⁻³ ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย; Department of Political Science, Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

² E-mail: raphind@yahoo.com., ³ E-mail: Anek_2524@hotmail.com.



ABSTRACT

This research article aimed to 1) promote mental rehabilitation and create positive energy for entrepreneurs and community enterprise group members, and 2) develop community goods and products through creativity, product design, area-based design, and modern marketing promotion. This research employed participatory action research. The research area was the Sri Bang Pahan Women Community Enterprise Group, Han Sang Subdistrict, Bang Pahan District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The key informants consisted of members of the community enterprise group, small enterprise entrepreneurs, and representatives of network partners, totaling 11 key informants, selected by purposive sampling. The research instruments included a preliminary data survey form, a semi-structured in-depth interview form, a participatory observation record form, an AIC activity record form, a SWOT analysis form, and an after-activity lesson learned record form. The data were analyzed using content analysis and presented in a descriptive research format.

The research findings revealed that: 1) entrepreneurs and members of the community enterprise group were affected by the COVID-19 pandemic in terms of income, product production, group formation, and mental health, resulting in accumulated stress, anxiety, and the stagnation of community economic activities; 2) reflection through the AIC technique and SWOT analysis enabled the group to identify problems, potential, opportunities, and shared development guidelines, with key approaches including mental rehabilitation, strengthening networks, identifying target customer groups, and increasing marketing channels; 3) the promotion of positive energy through the activities of “resilience energy, encouragement energy, and fighting energy” helped group members gain encouragement, relieve stress, and see ways to solve problems; and 4) area-based product development and modern marketing helped upgrade community products, such as Nam Pla Wan O Chao and Ayutthaya traditional crispy noodles, to have a clear identity, appropriate packaging, and diverse distribution channels, including selling at festivals, selling through social media, delivery services, and consignment sales in shops.

Keywords: Rehabilitation; Entrepreneurs; Community Enterprises

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจรากหญ้าของประเทศไทยตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2562-2566) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์โรคระบาดโควิด 19 (COVID-19) ทำให้ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องพึ่งพาตนเองต้องหยุดชะงัก ไม่มีงบประมาณ ไม่มีรายได้ ไม่มีการผลิตสินค้า และไม่มีลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ฯลฯ ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่ต้องสต็อกสินค้าและหาช่องทางขายสินค้าที่ผลิตไว้ในราคาที่ต่ำกว่าราคาที่กำหนดไว้ เพื่อไม่ให้ขาดทุนมากกว่าที่จะเป็นผลมาจากการเสื่อมราคาของสินค้า และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อทำการสต็อกสินค้า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถประกอบอาชีพได้ ขายสินค้าได้รายได้ลดลง ต้นทุนสูงขึ้น ลูกค้าลดลง มีหนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้น รวมไปถึงมีเงินทุนหมุนเวียนของกิจการลดลง (โณธิตา หวานชื่น และคณะ, 2564) อัตราการว่างงานเพิ่มสูงขึ้น ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ความรู้สึกอัดอั้น



จากมาตรการล็อกดาวน์ ความตึงเครียดทางการเงิน รวมไปถึงปัญหาความขัดแย้งและความรุนแรงในครอบครัว ซึ่งทำให้เกิดความเครียด ความรุนแรงทางสังคม ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม ปัญหาอาชญากรรม จนนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ลดลง (เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว, 2565) จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างก็เจอปัญหาและสถานการณ์เหมือน ๆ กันทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรายได้ลด การถูกให้ออกจากงาน รายได้ที่เลี้ยงปากท้องลดลงหรือหายไปเลย ๆ กลายเป็นผู้ว่างงานและอยู่บ้านโดยไม่มียานพาหนะ อยู่ในสถานะคนตกงาน (พัฒนกุลอ่อนสำลี, 2564)

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาประเทศ การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) การส่งเสริมซอฟต์แวร์ (Soft Power) เป็นการสร้างรายได้จากทุนที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่นนั้น ๆ ของประเทศไทย โดยใส่ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ รูปร่าง ลวดลาย ลักษณะทรวดทรง ฯลฯ ให้มีเอกลักษณ์ที่สวยงาม ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อตามรสนิยมหรือเทรนด์ความต้องการในช่วงเวลานั้น ๆ เศรษฐกิจฐานรากโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนถือว่าเป็นพื้นที่พัฒนาทักษะ ความสามารถเฉพาะตัว การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เป็นแหล่งสร้างรายได้เสริมเพื่อจุนเจือครอบครัว เป็นพื้นที่ที่จำลองระบบเศรษฐกิจระดับครัวเรือน เศรษฐกิจระดับจุลภาค ขับเคลื่อนโดยประชาชนในท้องถิ่นชุมชนนั้น ๆ มีการสร้างรายได้ ขายสินค้าและบริการ และมีเงินจากการขายสินค้าเพื่อนำไปจับจ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าอื่น ๆ ซึ่งถือว่าเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการบริโภคของประชาชน (Consumption : C) ทำให้เศรษฐกิจภาคประชาชน หรือเศรษฐกิจระดับชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สามารถยืนด้วยลำแข้งและช่วยเหลือตัวเองได้อย่างยั่งยืน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความมุ่งมั่นและมีความตั้งใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของวิสาหกิจชุมชนให้ได้มาตรฐานรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อรับรองความมั่นใจ ความปลอดภัย และมีคุณภาพจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมามีหลายชนิด เช่น น้ำปลาหวาน หมี่กรอบอยุธยา มันแผ่นทอดกรอบ เผือกทอดกรอบ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผลิตขึ้นมามีเป็นผลิตภัณฑ์ระดับชุมชน ได้รับการรับรองจากการเข้าประกวดและร่วมกิจกรรมจากงานออกบูธสินค้าระดับจังหวัด เป็นสินค้าน่าสนใจระดับโอท็อป (OTOP) ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นอาหารกินเล่นที่นักท่องเที่ยวแนะนำในงานจำหน่ายสินค้าถนนคนเดิน (Street Food) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นที่พอใจในระดับชุมชน ซึ่งคุณภาพยังเป็นแบบบ้าน ๆ กล่าวคือ มีความสะอาด รูปร่างหน้าตาสวยงาม น่ารับประทาน และอร่อยแบบบ้าน ๆ คือ ไม่มีค่าเสถียรที่เป็นเครื่องมือที่สามารถวัดค่าความสะอาด วัดค่าความชื้น วัดคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาใช้ได้ ฯลฯ ทำให้ผู้ประกอบการเป็นกังวลเรื่องคุณภาพ ความปลอดภัยของผู้บริโภค จึงทำให้ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาเชิงพื้นที่ทางกายภาพเพื่อให้ตอบโจทย์ตามเกณฑ์มาตรฐานเพื่อได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

กลุ่มวิสาหกิจสตรีศรีบางปะหัน ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์โรคระบาดโควิด 19 (COVID-19) ทำให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตสินค้าระดับชุมชน ช่วงระยะเวลาที่โรคระบาดโควิด 19 มีการแพร่ระบาดอย่างรุนแรง ผู้ประกอบการและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถทำการผลิตสินค้าได้เลย ไม่มีคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า ส่งผลให้กิจกรรมการผลิต การจำหน่ายสินค้าหยุดชะงัก และต้องหยุดการผลิต ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหันต้องทบทวนหน้าที่และการทำงานของกลุ่มในระดับชุมชน จะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต ปรับเปลี่ยนรูปแบบการขาย เน้นการขายผลิตภัณฑ์และสินค้าออนไลน์มากขึ้น และเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นภายใต้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารและยา (อย.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าและผู้บริโภค ได้รับผลิตภัณฑ์ที่ดี สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน พร้อมขยายกลุ่มตลาดลูกค้าไปยังพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าและผู้บริโภคที่หลากหลาย รวมไปถึง



ถึงการสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมพัฒนาด้านจิตใจให้กับผู้ประกอบการและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลกระทบด้านจิตใจในช่วงวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดโควิด 19 ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการและสมาชิกหลายคนรู้สึกท้อแท้ ถอดใจไม่อยากจะสู้ต่อ ไม่อยากพัฒนาสินค้าระดับชุมชน รวมไปถึงการตามไม่ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่จำเป็นและต้องใช้ในการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบันและในอนาคตข้างหน้า ปัญหาที่กล่าวถึงในข้างต้นจึงถือว่าเป็นปัญหาที่กลุ่มคณะผู้วิจัยต้องการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาเพื่อส่งเสริมด้านศักยภาพการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ยืนได้ด้วยลำแข้งและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์สู่การสร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน โดยส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
2. เพื่อพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) มี 2 ขั้นตอน 6 ระยะ โดยการผสมผสานแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงทางอาหารโดยชุมชน และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผนวกเข้าด้วยกัน (Food Security and Creative Economy) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ระยะที่ 1 ก่อนทำการวิจัย (Pre-research Phase) คัดเลือกและสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดโควิด 19 บูรณาการนักวิจัยสร้างความกลมกลืนและการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน เปิดการรับรู้ พัฒนาทักษะใหม่ ๆ และการมีส่วนร่วมกับชุมชน

ระยะที่ 2 การทำวิจัย (Research Phase) วิเคราะห์ปัญหาร่วมกันกับชุมชนโดยใช้เทคนิค AIC เพื่อสะท้อนคิดและกำหนดแนวทางการพัฒนา ร่วมกับการวิเคราะห์ SWOT เพื่อจำแนกจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และการเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map) เพื่อเชื่อมโยงปัญหา สาเหตุ และแนวทางแก้ไข

ระยะที่ 3 ขับเคลื่อนกิจกรรมอบรมการส่งเสริมฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวก “พลังอดีต พลังฮึด และพลังสู้” เพื่อปลูกความต่อสู้และสุขภาพจิตที่ดีขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

ระยะที่ 4 การออกแบบพัฒนาเชิงพื้นที่ ได้แก่ ประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อวางแผน กำหนดแนวทางและทิศทางร่วมกันของผู้ประกอบการ ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเชิงพื้นที่ ปฏิบัติการพัฒนาเชิงพื้นที่ ด้วยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคณะผู้วิจัย



ระยะที่ 5 การออกแบบพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ ระดมความคิด เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรสชาติหลากหลาย ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบโจทย์รสนิยมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยุคใหม่ นำองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมกับวิทยาการโภชนาการสมัยใหม่ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

ระยะที่ 6 ระยะที่ 6 สรุปผลการดำเนินงาน โดยใช้แบบบันทึกการถอดบทเรียนหลังกิจกรรม เพื่อสังเคราะห์ผลการฟื้นฟูสภาพจิตใจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมช่องทางการตลาด

1. พื้นที่การวิจัย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 พื้นที่การวิจัย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ตำบลหันสัง อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งด้านรายได้ การผลิตสินค้า การตลาด และสภาพจิตใจของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่ม

1.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม และตัวแทนภาคีเครือข่ายที่สมัครใจเข้าร่วมกระบวนการวิจัย จำนวน 11 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การผลิตสินค้า การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการขับเคลื่อนกิจกรรมเชิงพื้นที่

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 6 ประเภท เพื่อให้สอดคล้องกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และกระบวนการดำเนินงาน 2 ขั้นตอน 6 ระยะ ดังนี้

2.1 แบบสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ใช้สำหรับเก็บข้อมูลพื้นฐานในระยะก่อนทำการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเภทผลิตภัณฑ์เดิม สภาพการผลิต ช่องทางการจำหน่าย ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ปัญหาด้านรายได้ การรวมกลุ่ม และความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด เพื่อใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการออกแบบกิจกรรมวิจัยร่วมกับชุมชน

2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง

ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 สภาพปัญหาด้านจิตใจ การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปัญหาการผลิตสินค้า การตลาด และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล เช่น บทบาทในกลุ่ม ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ และความเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ต่อสภาพจิตใจ รายได้ การผลิตสินค้า การจำหน่ายสินค้า และการรวมกลุ่มของสมาชิก

ตอนที่ 3 แนวทางการฟื้นฟูสภาพจิตใจและการสร้างพลังบวก “ฮึด ฮึด ลู้” รวมถึงการให้กำลังใจ การปรับตัว และการแก้ไขปัญหาของสมาชิกกลุ่ม

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ การสร้างแบรนด์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

2.3 แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม



ใช้สำหรับบันทึกพฤติกรรม การมีส่วนร่วม การแสดงความคิดเห็น การทำงานร่วมกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงของสมาชิกกลุ่มในระหว่างการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ กิจกรรมระดมความคิดเห็น กิจกรรมวิเคราะห์ปัญหา กิจกรรมออกแบบผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาด

2.4 แบบบันทึกกิจกรรม AIC

ใช้สำหรับบันทึกข้อมูลจากกระบวนการระดมความคิดเห็นตามเทคนิค AIC เพื่อให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา กำหนดแนวทางพัฒนา และวางแผนปฏิบัติร่วมกัน ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นสร้างความรู้และความเข้าใจร่วมกัน 2) ขั้นสร้างแนวทางการพัฒนา และ 3) ขั้นกำหนดแนวทางปฏิบัติร่วมกัน

เครื่องมือนี้สอดคล้องกับระยะที่ 2 และระยะที่ 4 ของการวิจัย ซึ่งเป็นช่วงของการวิเคราะห์ปัญหา การระดมความคิดเห็น และการกำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับชุมชน

2.5 แบบวิเคราะห์ SWOT และแผนที่ความคิด

ใช้สำหรับให้สมาชิกกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการเขียนแผนที่ความคิด เพื่อเชื่อมโยงปัญหา สาเหตุ แนวทางแก้ไข การฟื้นฟูสภาพจิตใจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาด เครื่องมือนี้ใช้ในระยะที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน และใช้ต่อเนื่องในระยะที่ 4-5 เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาด

2.6 แบบบันทึกการถอดบทเรียนหลังกิจกรรม

ใช้สำหรับสรุปบทเรียนจากกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ “อิด อืด ลู่” กิจกรรมระดมความคิดเห็น กิจกรรมออกแบบผลิตภัณฑ์ กิจกรรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และกิจกรรมส่งเสริมช่องทางการตลาด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้จากการวิจัย โดยเฉพาะในระยะที่ 3 ระยะที่ 5 และระยะที่ 6 ซึ่งเป็นช่วงของการดำเนินกิจกรรมและสรุปผลการเรียนรู้ร่วมกัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยคณะผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลร่วมกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ มีขั้นตอนดังนี้

3.1 การศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากหนังสือ ตำรา รายงานวิจัย บทความวิชาการ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการตลาดสมัยใหม่ รวมถึงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.2 การสำรวจและสร้างความคุ้นเคยกับพื้นที่ ผู้วิจัยลงพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน เพื่อสำรวจสภาพปัญหาเบื้องต้น สร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกกลุ่ม และทำความเข้าใจบริบทของการผลิตสินค้า การตลาด และผลกระทบที่เกิดขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19

3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบด้านรายได้ สภาพจิตใจ การผลิตสินค้า การตลาด ปัญหาและข้อจำกัดของกลุ่ม รวมถึงแนวทางการฟื้นฟูและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยผู้วิจัยจดบันทึกและบันทึกเสียงเมื่อได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล



3.4 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยเข้าร่วมสังเกตการณ์ในกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ กิจกรรมระดมความคิดเห็น กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยบันทึกพฤติกรรม การมีส่วนร่วม การสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น และปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกกลุ่ม

3.5 การจัดกิจกรรมระดมความคิดเห็นด้วยเทคนิค AIC ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกกลุ่มดำเนินกิจกรรมสะท้อนคิดตามกระบวนการ AIC เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ สร้างความเข้าใจร่วมกัน กำหนดแนวทางการพัฒนา และวางแผนทางปฏิบัติร่วมกันในการฟื้นฟูสภาพจิตใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.6 การวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันด้วย SWOT และ Mind Map ผู้วิจัยใช้เทคนิค SWOT เพื่อให้สมาชิกกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พร้อมใช้การเขียนแผนที่ความคิดเพื่อเชื่อมโยงปัญหา สาเหตุ แนวทางแก้ไข และแนวทางการต่อยอดผลิตภัณฑ์

3.7 การถอดบทเรียนหลังกิจกรรม หลังการดำเนินกิจกรรม ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกกลุ่มสรุปบทเรียนจากการฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก การออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และส่งเสริมการตลาด เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์และสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการขับเคลื่อนกิจกรรมการอบรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า โดยใช้วิธีการมีส่วนร่วมโดยตรง การสังเกตการณ์โดยตรง การสัมภาษณ์ การถอดบทเรียนหรือองค์ความรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับชุมชน โดยการผลักดันสนับสนุนให้ภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมในการผลักดันและขับเคลื่อนชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งพอจะสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

4.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเสียงและบันทึกเป็นข้อความ

4.2 จำแนกข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ 1) การฟื้นฟูสภาพจิตใจและการสร้างพลังบวก และ 2) การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบเชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาด

4.3 ถอดบทเรียนหรือชุดองค์ความรู้จากการขับเคลื่อนกิจกรรมการฟื้นฟูสภาพจิตใจ การสร้างพลังบวก การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยการใช้เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส

4.4 ถอดบทเรียนการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์รวมไปถึงการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ ปัญหา อุปสรรค และการสะท้อนคิดของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการขนาดย่อม ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดโรคโควิด 19 โดยการวิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนร่วม/ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้เทคนิควิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ประกอบบริบท (Content)

4.5 สังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดและนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ พร้อมใช้คำพูดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบในบางประเด็น เพื่อยืนยันข้อค้นพบเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

การส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า



1. ผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
หลังจากสถานการณ์วิกฤติโรคระบาดโควิด 19

1.1 ขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ ซึ่งเกิดจากการประกาศงดจัดงาน
กิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ และมาตรการล็อกดาวน์ทำงานภายในบ้าน

1.2 สมาชิกภายในกลุ่มแย่งขายกัน เพื่อหารายได้มาประคับประคองรายจ่ายและภาระของ
ครอบครัวทำให้สมาชิกหลายท่านหันไปประกอบอาชีพอื่น

1.3 ผู้ประกอบการแบกรับค่าใช้จ่ายและรับสภาพขาดทุนไม่ไหว มาตรการล็อกดาวน์ Work
from Home ทำให้ไม่สามารถเปิดร้านขายของตามงานเทศกาลต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดภาวะการขาดทุนและแบกรับ
ภาระหนี้ที่ตามมา

1.4 เกิดภาวะเครียดสะสม การขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ส่งผลให้เกิด
ภาวะโรคเครียด นอนไม่หลับ เกิดอาการหลงลืม และซึมเศร้าแบบอ่อน ๆ

1.5 สุขภาพจิตใจบอบช้ำ การไม่ได้ออกจากบ้านไม่ได้ขายของ ไม่มีรายได้ คนรอบข้างประสบ
ปัญหากันทั้งหมด มองไปทางไหนก็มีแต่ความสิ้นหวัง ส่งผลให้สภาพจิตใจแย่ คิวนเวียนอยู่ในหัวและอยู่กับ
ตัวเองโดยไม่สามารถหาทางออกได้

1.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชะงักหยุดการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชั่วคราว ลูกค้ายกเลิกออเดอร์
ไม่สามารถนำสินค้าไปขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ ได้เหมือนภาวะปกติ ทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ค้างสต็อก
สินค้าเน่าเสียหมดอายุ ทำให้ตัดสินใจหยุดการผลิตและปิดตัวชั่วคราว

2. การสะท้อนความคิดและปรึกษาหารือระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อฟื้นฟูกำลังใจผู้ประกอบการ
และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2.1 การนำเทคนิค AIC สะท้อนคิดและแสดงความคิดเห็น (1) ขั้นตอนการสร้างความรู้
(Appreciation : A) ได้แก่ หาแหล่งทุนสนับสนุนเป็นกองทุนหมุนเวียน รวบรวมสมาชิกเดิมกลับเข้ากลุ่ม สร้าง
เครือข่ายพันธมิตรเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด และเพิ่มช่องทางการขายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ (2) ขั้น
สร้างแนวทางพัฒนา (Influence : I) ได้แก่ จัดกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจ “ฮึด ฮึด ฮึด” ขยายเครือข่ายระดับ
จังหวัดและภูมิภาค กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นสายสุขภาพ ปรับขนาดและ
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย และส่งเสริมการตลาดออนไลน์และบริการเดลิเวอรี่ (3) ขั้นตอนการสร้าง
แนวทางปฏิบัติ (Control : C) ได้แก่ แบ่งหน้าที่ชัดเจน เช่น ฝ่ายวัตถุดิบ ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย และฝ่ายบัญชี
กำหนดระบบแบ่งผลตอบแทนอย่างเป็นธรรม บริหารสต็อกสินค้าให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อ และเน้นการทำงาน
แบบร่วมแรงร่วมใจ ไม่ผลักภาระให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

2.2 เทคนิคการเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map) เป็นกระบวนการที่ระดมความคิดเห็นและ
ถกประเด็นเพื่อให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำเสนอแผนที่ความคิด ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงแนวทางที่จะนำสู่
การฟื้นฟูการพัฒนาที่ดีขึ้น มีการวางขั้นตอนการชักชวนสมาชิกให้มาร่วมกัน สร้างภาคีเครือข่ายให้มีความ
เข้มแข็ง วางแผนการทางงบประมาณสนับสนุนและวัตถุประสงค์ การเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ การทำตลาดออนไลน์
และการสร้างความเข้มแข็งทางด้านจิตใจ

2.3 การใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบไปด้วย (1) จุดแข็ง (Strengths)
ได้แก่ มีความมุ่งมั่นต้องการฟื้นฟูยอดขายผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน มี
ความพร้อมเพรียงกันและความสามัคคี การมีวิสัยทัศน์และมุมมองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดีของประธาน
กลุ่ม และการมีความเข้มแข็งและความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย (2) จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ จำนวนสมาชิก
ภายในกลุ่มไม่คงที่ การมีงบประมาณเงินทุนเพื่อการฟื้นฟูมีจำนวนจำกัด ขาดบุคลากรหรือที่ปรึกษาด้านอาหาร



และโภชนาการ และโรงเรียนไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา (อย.) (3) โอกาส (Opportunity) ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันกับเครือข่าย การทำการตลาดออนไลน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มวัยรุ่นใหม่ และการบริการส่งสินค้าแบบจัดส่งเร็วและส่งถึงบ้าน (Delivery) (4) อุปสรรค (Threat) ได้แก่ สภาพจิตใจที่มีความหวาดระแวง ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการประกาศของรัฐบาล การได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) และเงินทุนสำรองมีน้อย

2.4 กิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปลุกขวัญกำลังใจ ต่อสู้กับความท้อแท้ ความวิตกกังวล ภาวะซึมเศร้า ให้ลุกขึ้นมาสู้ ต่อสู้กับอุปสรรค เพื่อให้ความยากลำบากสามารถผ่านพ้นไปด้วยดี ด้วยกิจกรรมชื่อว่า “อึด ฮึด สู้” (1) การปลุกกำลังใจ “พลังฮึด” พุดคุยระบายความรู้สึกให้ผ่อนคลายอารมณ์ หมั่นให้กำลังใจตัวเอง บอกตัวเองว่าฉันทำได้ มองหาแง่มุมหรือสิ่งที่ดี ๆ ที่เกิดขึ้น (2) การปลุกกำลังใจ “พลังฮึด” ฉันทิสิ่งล้ำค่าที่เป็นกำลังใจ สร้างกำลังใจ มีความหวัง กำลังใจที่สำคัญทำให้มีพลังฮึด คือ การสนับสนุนและกำลังใจจากคนในครอบครัว เป็นผู้ที่ให้กำลังใจเมื่อยามที่ท้อแท้ (3) การปลุกกำลังใจ “พลังฮึด” ปรับวิธีการ เป้าเป้าหมายใหม่ หาทางออกใหม่เพื่อแก้ไขปัญหา ทบทวนเรื่องราวในอดีตแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สามารถผ่านช่วงเวลาที่ยากลำบาก

การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่

1. การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์

1.1 การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ใช้ฐานคิดบริบทเชิงพื้นที่ ใช้ฐานคิดการเป็นพื้นที่ของเมืองเก่า หรือ ราชธานีเก่าของคนไทย สร้างแบรนด์สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณี ฟอนต์และตัวอักษรสีขาวสื่อถึงความเรียบง่าย เจตีย์สามองค์สื่อถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รูปการ์ตูนผู้หญิงใส่ชุดไทยสื่อถึงสตรีชาวบางปะหัน

1.2 การสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ช่วยทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ ลูกค้าน่าเชื่อถือหรือจดจำได้ง่าย ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ หรือ โลโก้ผลิตภัณฑ์ชุมชน มี 2 ตราสัญลักษณ์ ได้แก่ (1) น้ำปลาหวานออเจ้า ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ รูปการ์ตูนผู้หญิงใส่ชุดไทย บุคลิกคล้ายกันกับแม่การะเกด นางเอกในละครที่ชอบทำอาหาร มีคำอธิบายบ่งชี้ให้เห็นว่าเป็นสินค้าน้ำปลาหวาน และระบุรสชาติต่าง ๆ เช่น น้ำปลาหวานออเจ้า (กะปิ กุ้งแห้ง ปลาปน) (2) หมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ รูปการ์ตูนผู้หญิงชากับเส้นหมี่กรอบ พร้อมตัวอักษรบ่งชี้ข้อมูลและรายละเอียด ซึ่งหญิงชราในรูปภาพนั้น คือ คุณแม่บุญชู อินชรัญ เจ้าของสูตรลับหมี่กรอบโบราณ

1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำการต่อยอดพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ น้ำปลาหวานออเจ้า และหมี่กรอบโบราณบ้านศิริแม่บุญชู เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค (1) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เพิ่มรูปแบบให้มีความหลากหลาย เปลี่ยนกระปุกน้ำปลาหวานแบบพลาสติกธรรมดาเป็นแบบกระปุก PET เปลี่ยนหมี่กรอบใส่กล่องให้เป็นแบบซองขนาดเล็กบรรจุในโตเจนรักษาคุณภาพและถนอมอาหาร (2) วัตถุดิบ (Ingredient) สนับสนุนจัดหาวัตถุดิบเพื่อให้อัตราต้นทุนไม่เกิดเชื้อรา ทำให้เก็บได้นานขึ้นและลดต้นทุนการผลิต (3) สุขอนามัย (Hygiene) เปลี่ยนภาชนะสำหรับใส่วัตถุดิบทั้งหมดเป็นแบบภาชนะสเตนเลส 316 เพื่อป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีและสารตกค้างจากภาชนะ (4) การผลิต (Production) กั้นห้องแบ่งโซนการผลิตให้เหมาะสม และจดคำนวณสูตรที่แม่นยำ เพื่อป้องกันความคาดเคลื่อนของรสชาติ ไม่ให้รสชาติเปลี่ยนหรือรสชาติไม่เหมือนเดิม



2. การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ เป็นการนำเอาเอกลักษณ์และความเป็นตัวตนในพื้นที่ เช่น วัฒนธรรม ประเพณี สังคม เศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การดำรงชีพ องค์ความรู้ด้านภูมิปัญญา ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้าน ก่อเกิดอาชีพและสร้างรายได้ ได้แก่

2.1 วัตถุดิบที่ยังไม่แปรรูป ได้แก่ ข้าว ตะไคร้ มะกรูด มะขามเปียก มะม่วงดิบรสเปรี้ยวทุกชนิด พริกสด พริกแห้ง ปลาแห้ง ปลาป่น กุ้งแห้ง ฯลฯ

2.2 วัตถุดิบแปรรูป ได้แก่ ไชร์จากข้าว ไชร์จากหญ้าหวาน เป็นวัตถุดิบที่ได้รับการแปรรูปจากการเพาะปลูกในพื้นที่อำเภอบางปะหัน

3 การส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ เพิ่มช่องทางการทำการตลาดและการขายที่มีความหลากหลายและมีความทันสมัย มีความรวดเร็วและตอบโจทย์การบริโภคในยุคดิจิทัล

3.1 การตลาดแบบออฟไลน์ เป็นการตลาดแบบเดิม คือ เปิดหน้าร้านขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะต้องเดินมาซื้อที่ร้าน อาศัยพื้นที่ตั้งร้านและเครือข่ายจัดกิจกรรมและงานโชว์สินค้า

3.2 การตลาดแบบออนไลน์ ทำการไลฟ์สด ทำคอนเทนต์ นำเสนอคลิปวิดีโอและภาพนิ่งเสนอแบรนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์ เขียนข้อความและแคปชั่น (Caption) ดึงดูดใจคนดู ผ่านสื่อโซเชียลตามแพลตฟอร์มต่าง ๆ นำส่งสินค้าเป็นพัสดุผ่านบริษัทขนส่ง

3.3 การบริการส่งสินค้าแบบจัดส่งเร็วและส่งถึงบ้าน (Delivery) ส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าและผู้บริโภคฟรี ที่อยู่ใกล้เคียงกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในบริเวณรัศมี 1-2 กิโลเมตร

3.4 การฝากวางสินค้าจำหน่าย (Consignment) วางเงินค้ำมัดจำการวางสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า เช่น ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าชุมชน และร้านค้าที่เป็นเครือข่าย

อภิปรายผลการวิจัย

การฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ โดยการขับเคลื่อนกิจกรรมการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีศรีบางปะหัน ฟื้นฟูสภาพจิตใจและร่วมกันต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจากการศึกษาบริบทเชิงพื้นที่และสร้างการมีส่วนร่วมและทำงานร่วมกันตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กำหนดไว้ พบว่า

1. การส่งเสริมการฟื้นฟูสภาพจิตใจและสร้างพลังบวกให้ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า (1) ผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจและสภาพปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังจากสถานการณ์วิกฤติโรคระบาดโควิด 19 ได้แก่ ขาดรายได้เนื่องจากขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่ได้ สมาชิกภายในกลุ่มแยกย้ายกันไปประกอบอาชีพอื่น ผู้ประกอบการแบกรับค่าใช้จ่ายและรับสภาพขาดทุนไม่ไหว เกิดภาวะเครียดสะสม สุขภาพจิตใจบอบช้ำส่งผลให้สภาพจิตใจแย่ และหยุดการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชั่วคราว (2) การสะท้อนความคิดและปรึกษาหารือระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อฟื้นฟูกำลังใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้นำเอาเทคนิค AIC สะท้อนคิดและแสดงความคิดเห็น ขั้นตอนการสร้างความรู้ (Appreciation : A) ได้แก่ หาเงินทุนสนับสนุนเพื่อเป็นกองทุนผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์รวบรวมสมาชิกเดิมให้กลับมารวมกลุ่ม เร่งสร้างภาคีเครือข่าย เพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น ขึ้นสร้างแนวทางพัฒนา (Influence : I) ได้แก่ ฟื้นฟูสภาพจิตใจสมาชิก สร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน ปรับเปลี่ยนขนาดของผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ (3) ขั้นตอนการสร้างแนวทางปฏิบัติ (Control : C) ได้แก่ การแบ่งความรับผิดชอบ และการตกลงใจใน



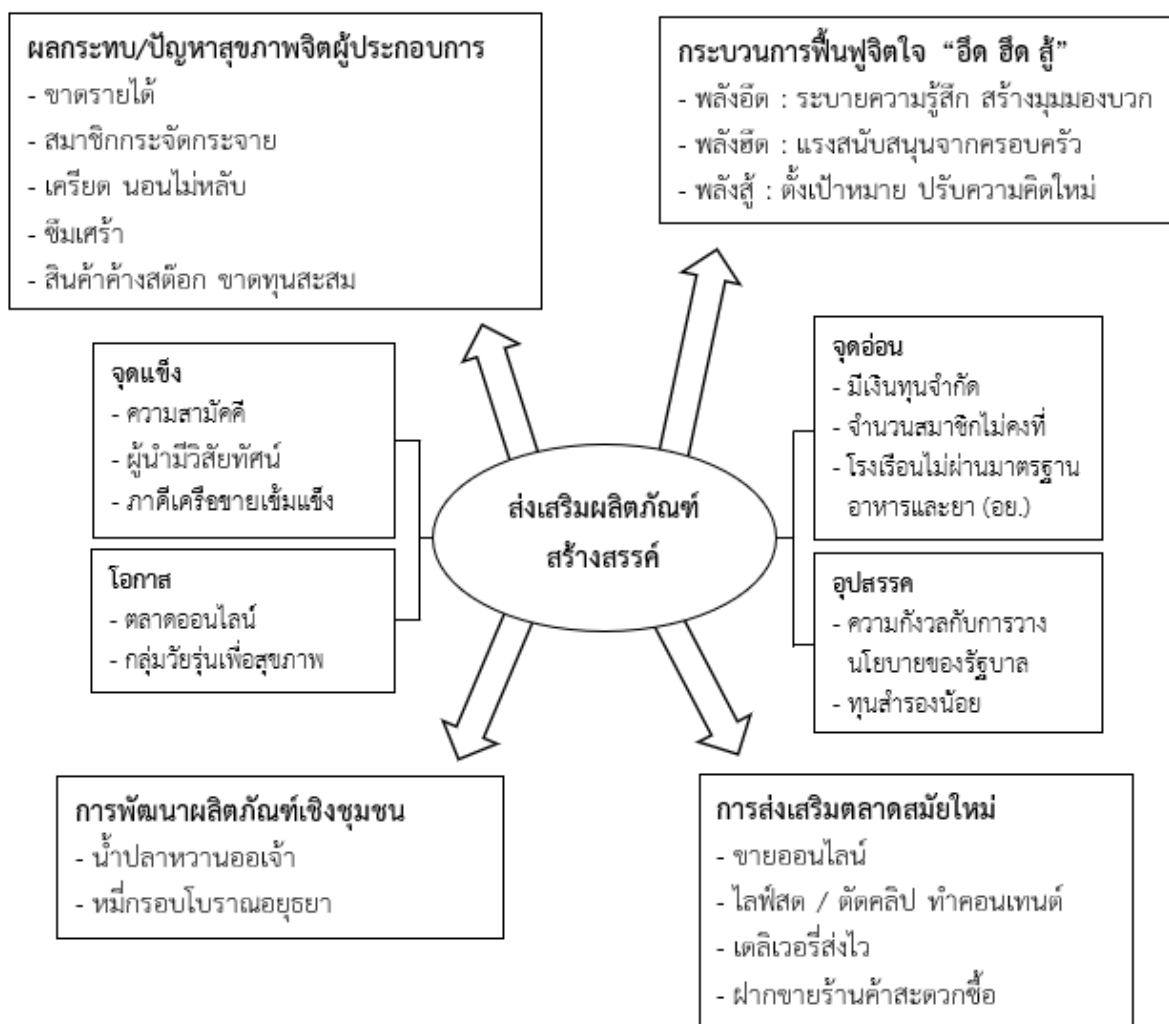
รายละเอียดของการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เทคนิคการเขียนแผนที่ความคิด (Mind Map) เขียนวาดภาพแนวทางที่จะนำสู่การฟื้นฟูการพัฒนาที่ดีขึ้น วางขั้นตอนการหาสมาชิก การสร้างภาคีเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง การวางแผนการหางบประมาณสนับสนุนและวัตถุดิบ และการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ การใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบไปด้วย จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ มีความมุ่งมั่นต้องการฟื้นฟูต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน มีความพร้อมเพรียงกันและความสามัคคี การมีวิสัยทัศน์และมุมมองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ดีของประธานกลุ่ม และการมีความเข้มแข็งและความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มไม่คงที่ การมีงบประมาณเงินทุนเพื่อการฟื้นฟูมีจำนวนจำกัด ขาดบุคลากรหรือที่ปรึกษาด้านอาหารและโภชนาการ และโรงเรือนไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา (อย.) โอกาส (Opportunity) ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันกับเครือข่าย การทำการตลาดออนไลน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กลุ่มวัยรุ่นใหม่ และการบริการส่งสินค้าแบบจัดส่งเร็วและส่งถึงบ้าน (Delivery) อุปสรรค (Threat) ได้แก่ สภาพจิตใจที่มีความหวาดระแวง ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการประกาศของรัฐบาล การได้รับการรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) และเงินทุนสำรองมีน้อย ดำเนินกิจกรรมฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปลุกขวัญกำลังใจ ด้วยกิจกรรมชื่อว่า “อิด อิด สู้” การปลุกกำลังใจ “พลังอิด” หมั่นให้กำลังใจตัวเอง บอกตัวเองว่าฉันทำได้ การปลุกกำลังใจ “พลังอิด” ฉันมีสิ่งล้ำค่าที่เป็นกำลังใจ การสนับสนุนและกำลังใจจากคนในครอบครัว การปลุกกำลังใจ “พลังอิด” หาทางออกใหม่เพื่อแก้ไขปัญหา ปรับเปลี่ยนวิธีการคิดใหม่และวางเป้าหมายใหม่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ของ สุวพัชร วุฒิสเสน (2566) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้าด้านช่องทางการขายสามารถขายได้ทุกที่ และสร้างผู้ติดตามในตราสินค้า ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสนับสนุนการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชร ฤกษ์แก้ว และคณะ (2563) ที่ได้ศึกษาและพัฒนาแบบการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษาบนฐานวิถีชีวิตใหม่ พบว่า ภาวะหมดไฟในการทำงาน เกิดจากสาเหตุการตอบสนองต่อความเครียด ความอ่อนล้าทางอารมณ์ มีความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะโรคซึมเศร้า ใช้รูปแบบการฝึกอบรมกิจกรรมเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจ “อิด อิด สู้” แก้ไขปัญหาควบคุมอารมณ์ การมีอารมณ์ขัน จะเอาชนะอุปสรรคในชีวิต ส่งผลช่วยให้มีพลังสุขภาพจิตที่เพิ่มขึ้นได้ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ovharhe & Chukwuemeka (2023) ที่ได้ศึกษาเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน: การประกอบการเพื่อการบำบัดและภาวะสุขภาพจิต พบว่า การที่ได้รับการบำบัดและฟื้นฟูภาวะสุขภาพจิต จะช่วยให้ฟื้นฟูสุขภาพจิตของผู้ประกอบการได้อย่างมาก ฝึกฝนใจให้รับมือได้ทุกอุปสรรค มองหาตัวช่วยหรือนักให้คำปรึกษา เพื่อกระตุ้นความคิด อารมณ์ความรู้สึก และมุมมองที่ตนเองอาจมองไม่เห็น ซึ่งจะสามารถช่วยเยียวยาและบำบัดฟื้นฟูจิตใจผู้ประกอบการได้

2. การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ พบว่า (1) การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สื่อถึงบริบทและสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ การสร้างตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเอกลักษณ์ท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณค่าและได้มาตรฐาน มีรสชาติคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงรสชาติดั้งเดิม (2) การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ บ่งบอกตัวตนด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาที่ก่อเกิดอาชีพและสร้างรายได้ ประกอบไปด้วย วัตถุดิบที่ยังไม่แปรรูป ได้แก่ ข้าว ตะไคร้ ปลาแห้ง ปลาป่น กุ้งแห้ง ฯลฯ วัตถุดิบแปรรูป ได้แก่ ไชร์ปจากข้าว ไชร์ปจากหญ้าหวาน (3) การส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ เพิ่มช่องทางการตลาดและการขายที่มีความหลากหลายและมีความทันสมัย เช่น การตลาดแบบออฟไลน์ การตลาดแบบออนไลน์ การบริการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ และการฝากวางสินค้า



จำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อและร้านค้าทั่วไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชนาถ ทับครุฑ และคณะ (2563) ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ พบว่า กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ร่วมทุนกับเพื่อน ใช้เงินทุนส่วนตัว และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐต้องการให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิดา แจ่มประจักษ์ (2558) ที่ได้ศึกษากระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม : กรณีศึกษากลุ่มซอสพริกป่าพุ ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มมีศักยภาพด้านคุณภาพสินค้าและแกนนำมีความสามารถ แต่มีปัญหาด้านต้นทุน การตลาด การเปลี่ยนแปลงในชุมชน สมาชิกมีส่วนร่วมไม่ครบทุกขั้นตอน ขาดองค์ความรู้และขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางให้คำปรึกษา

องค์ความรู้จากผลการวิจัย



แผนภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย



จากผลการวิจัยเรื่องการฟื้นฟูสภาพจิตใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมและยกระดับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดองค์ความรู้จากการวิจัย ดังนี้

1. ผลกระทบต่อสุขภาพจิตใจและปัญหาของผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การขาดรายได้ สมาชิกกระจุกกระจาย เครียด นอนไม่หลับ ซึมเศร้า สินค้าค้างสต็อก และขาดทุนสะสม
2. กระบวนการฟื้นฟูจิตใจให้กับผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การใช้กิจกรรมสร้างพลังบวก “อิต อิต ลู้” ประกอบไปด้วย (1) พลังอิต คือ ระบายความรู้สึก สร้างมุมมองบวก (2) พลังอิต คือ ตั้งแรงบันดาลใจจากครอบครัว (3) พลังลู้ คือ ตั้งเป้าหมายและปรับความคิดใหม่เพื่อไปสู่เป้าหมาย
3. จุดแข็งของกลุ่ม คือ ความสามัคคี ผู้นำมีวิสัยทัศน์ และมีภาคีเครือข่ายเข้มแข็ง จุดอ่อน คือ มีเงินทุนจำกัด จำนวนสมาชิกไม่คงที่ และโรงเรือนไม่ผ่านมาตรฐานอาหารและยา (อย.) โอกาส คือ ตลาดออนไลน์ และกลุ่มวัยรุ่นเพื่อสุขภาพ อุปสรรค คือ ความกังวลกับการวางนโยบายของรัฐบาล และทุนสำรองน้อย
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่ ใช้เรื่องอัตลักษณ์เชิงพื้นที่นำมาสร้างแบรนด์สินค้า เช่น น้ำปลาหวานออเจ้า ได้แรงบันดาลใจจากละครเรื่องบุพเพสันนิวาส หมี่กรอบโบราณอยุธยา เป็นอาหารประจำถิ่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นำมาปรับปรุงสูตรให้กลมกล่อมถูกลิ้นและรสชาติที่ถูกใจของคนยุคปัจจุบัน
5. การส่งเสริมตลาดสมัยใหม่ ประกอบไปด้วย ร้านค้าออนไลน์มีหน้าร้านและเปิดร้านในงานเทศกาลต่าง ๆ การขายออนไลน์ทำคอนเทนต์นำเสนอผลิตภัณฑ์ไลฟ์สดขายสินค้า ตัดคลิปสั้นขายสินค้าผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน เช่น TikTok, YouTube, Facebook การบริการเพื่อความรวดเร็วโดยการส่งสินค้าแบบเดลิเวอรี่ในพื้นที่รัศมีที่ใกล้เคียง และนำสินค้าฝากขายตามร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1.1 ควรส่งเสริมการฝึกอบรมด้านการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์แก่ผู้ประกอบการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะสมาชิกสูงอายุ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางสมัยใหม่
- 1.2 ควรมีหน่วยงานภาครัฐหรือภาคีเครือข่ายให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านวิชาการ การให้คำปรึกษา การติดตามเยี่ยมเยียน และการเสริมกำลังใจ เพื่อให้กลุ่มสามารถพึ่งพาตนเองและดำเนินงานได้ในระยะยาว
- 1.3 ควรสร้างความเข้าใจแก่สมาชิกกลุ่มเกี่ยวกับความจำเป็นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด เพื่อให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้า เพิ่มมูลค่าสินค้า และปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่
- 1.4 ควรพัฒนาความรู้ด้านการบรรจุหีบห่อ การขนส่ง และการบริการหลังการขาย เพื่อป้องกันความเสียหายของสินค้า ลดต้นทุนจากการเคลมสินค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนด้วยภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยใช้เทคนิคการถอดแบบวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นพัฒนาเป็นแบรนด์สินค้าชุมชน



2.2 ควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำการเก็บรวบรวมประเด็นหรือปัจจัยที่ส่งผลให้การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

2.3 ควรศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยทำการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

2.4 ควรศึกษาขีดความสามารถและศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเก็บข้อมูลจากขีดความสามารถของเทคโนโลยีที่ใช้ทำการผลิต เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ ฯลฯ และขีดความสามารถทักษะฝีมือของผู้ประกอบการและสมาชิกภายในกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. (2565). ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อดัชนีชี้วัดระดับสันติภาพของสังคมไทย. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*. 4(3). 74-75.
- โนธิตา หวานชื่น, วรุตม์ นาที, และศุภรัตน์ พินสุวรรณ. (2564). ผลกระทบโควิด 19 และการปรับตัวของผู้ประกอบการค้าขายในตลาดเก็นติ้ง บริเวณพื้นที่ชายแดน ตำบลสุโงโก-ลก อำเภอสุโงโก-ลก จังหวัดนราธิวาส. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติด้านภูมิศาสตร์และภูมิสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยในภาคใต้ ครั้งที่ 1*. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- นุชนาถ ทับครุฑ, ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ และ อรอนงค์ อำภา. (2563). *การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ* (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- พัชรี ฤกษ์แก้ว, วินิธรณี ทศนะเทพ, เสาวรัตน์ ทศะ และ พนาสินธุ์ ศรีวิเศษ. (2563). *การศึกษาและพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางใจและฟื้นฟูสุขภาพกายใจแบบบูรณาการของครูและบุคลากรทางการศึกษาบนฐานวิถีชีวิตใหม่* (รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์). สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา.
- พัฒนกุลม อ่อนสำลี. (2564). การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*. 23 (1). 197.
- สุธิดา แจ่มประจักษ์. (2558). *กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม: กรณีศึกษากลุ่มซอสพริกป่าทุ ตำบลบางพระ อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี* (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวพัชร วุฒิเสน. (2566). *การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์* (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- Ovharhe, O. H., & Chukwuemeka, S. P. (2023). Sustainable development goals: Therapeutic entrepreneurship and mental health conditions. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*. 4(1), 81–119. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0107>