

รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์  
อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่า แบบบูรณาการ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

Community Economic Uplift Model through Integrated  
Development of Khao Mao Local Identity Products  
for Nang Rong District, Buri Ram Province

สรรพเพชร เพียรจัด, จตุพัฒน์ สมป์ปิโต, จินตนา วัชรโพธิกร, จารินี ม้าแก้ว

Sanpet Pianjud, Jatupat Samappito,

Jintana Watcharapothikorn, Jarinee Makaew

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Buriram Rajabhat University

Email: san\_chiro@hotmail.com

บทคัดย่อ

ชุดโครงการวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อให้เกิดกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ที่เป็นธรรมชาติของผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่าแบบบูรณาการอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นแปรรูปข้าวเม่าแบบบูรณาการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ 3) เพื่อให้ได้รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่าแบบบูรณาการของอำเภอ นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ และ 4) เพื่อให้ได้ผลวิเคราะห์ผลความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่าอำเภอ นางรองที่เกิดจากการปรับตัวทางการเกษตรเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้ คือ แกนนำกลุ่มผู้ผลิตข้าวเม่าจาก 3 หมู่บ้าน คือ หมู่บ้านบุตาเวสน์ ตำบลหนองกง และหมู่บ้านโคกवान หมู่บ้านบุคราม ตำบลหนองโสน อำเภอ นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 30 คน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมใช้เครื่องมือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ คือ ขายแบบของฝาก ขายแบบกิจกรรมทดลองทำ ขายแบบออกร้าน ทำกินสด ขายออนไลน์ การออกบูธแสดงสินค้าตามงานเทศกาลและงานอีเว้นท์ การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย คือ กลยุทธ์การตลาด 6P มาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ พบว่า การควบคุม

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลักษณะเนื้อสัมผัส สี กลิ่น รส สิ่งแปลกปลอม วัตถุเจือปนอาหาร บรรจุภัณฑ์ ปริมาณ ข้อมูลฉลากโภชนาการ และลักษณะของผลิตภัณฑ์ รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชน พบว่า การบูรณาการแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใช้การบูรณาการศาสตร์วิชาการความรู้จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ภาครัฐและเอกชนจากสถานการณ์ปัญหาของชุมชน โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ในการพัฒนา ผลความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชน พบว่า มูลค่าของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 15-28.06% มูลค่าเพิ่มมีดังนี้ ข้าวเม่าตูปอค่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้น 136.22% ข้าวเม่าลูกขี้มีมูลค่า เพิ่มขึ้น 115.30% ข้าวเม่าคลุกมูลค่ามีเพิ่มขึ้น 107.21% ข้าวเม่าหมีมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 98.31% ข้าวเม่า กระจายสารทมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 88.47% คณะกรรมการกลุ่มเป็นผู้จัดสรรการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

**คำสำคัญ:** รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชน, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, อัตลักษณ์พื้นถิ่น, การบูรณาการ

### Abstract

This research aimed to 1) create new and fair, integrated marketing strategies of Khao Mao (unripe rice) identity products for Nang Rong district, Buri Ram province, 2) set the integrated standard of processed Khao Mao local identity products to raise the community economy, Nang Rong district, Buri Ram province, 3) create the community economic uplift model through integrated development of Khao Mao local identity products for Nang Rong district, Buri Ram province, and 4) obtain the results of analysis of changes in the economy of Khao Mao community, Nang Rong District arising from agricultural adaptation to add value to tourism products of Buri Ram Province. The target group of this study included 30 leaders of the Kao Mao production group from three villages namely Bu Tawet village, Nong Kong sub-district, and Khok Wan and Busarakham villages, Nong Sano sub-district, Nang Rong district, Buri Ram province. This research applied both quantitative

and qualitative tools. Research findings were that new marketing strategies included consignment, sales with activities for trail cooking, making fresh food in a trade fair, selling online, and exhibiting a booth in festivals and events. Increasing distribution channels is done by using 6Ps marketing mix. For product identity standards, standard control included appearance, texture, color, flavor, extraneous materials, food additives, packaging, quantity, nutrition facts label and appearance of the product. For a community economic uplift model, it was found that participatory action plan integration used integration of academic science and knowledge from Buriram Rajabhat University, network partners from both public and private sectors given community problems by dividing roles and duties to develop. Results of change in community economy were that the product value increased by 15-28.06%, the value added was as follows: Khao (Mao) Tu Phao Kham gained 136.22%, Khao Mao Luk Chin gained 115.30%, Khao Mao Kluk gained 107.21%, Khao Mao Mee gained 98.31%, and Khao Mao Krayasart gained 88.47%. the group committee would be the allocator of procurement of raw materials to distribute income equally.

**Keywords:** Community Economic Uplift Model, Community Product Development, Local Identity, Integration

## 1. บทนำ

ชุมชนข้าวเม่า อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยชุมชนที่ทำข้าวเม่ามายาวนานกว่า 100 ปี จำนวนกว่า 100 ครัวเรือน ครอบคลุมพื้นที่ 2 ตำบล คือ ตำบลหนองกงและตำบลหนองโสน ข้าวเม่าเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนทั้ง 2 ตำบลนี้ โดยมีอัตลักษณ์เป็นภูมิปัญญาในการทำข้าวเม่าโปร ซึ่งเป็นข้าวในระยะแก่จัดผ่านกระบวนการแช่ คั่ว ต้ม และแยกกาก นำมาคลุกเข้ากับเครื่องและมะพร้าว เอกลักษณ์เด่นของข้าวเม่าที่นี้คือความแบนและความหอมนุ่มของข้าวเม่า (สรรเพชร เพ็ญรัตน์, 2562: 86-87) การขายข้าวเม่าของชุมชนนิยมขายในรูปแบบเป็นข้าวเม่าโปร ส่วนการนำข้าวเม่ามาแปรรูปต่อเพื่อจำหน่ายยังคงมีน้อย

โดยแม่ค้าในชุมชนบางคนทำการคลุกข้าวเม่าใส่กล่องจำหน่ายกล่องละ 20 บาท นำไปจำหน่ายตามหมู่บ้านอื่นๆ ซึ่งทำให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้นกว่าการขายข้าวเม่าโปร ภูมิปัญญาในการนำข้าวเม่าโปรมาแปรรูปยังคง พบเห็นได้ในงานเทศกาลหรืองานบุญที่ชาวบ้านร่วมแรงร่วมใจกันลงขันและทำโรงทาน ได้แก่ ข้าวเม่าคลุก ข้าวเม่าหมี ข้าวเม่าตู ข้าวเม่าทอด ข้าวเม่าน้ำกะทิ เป็นต้น จากงานวิจัยของจารินี ม้าแก้ว (2562: 188-193) ได้มีการบูรณาการกับชมรมรากแก้วจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปข้าวเม่าโดยมีการใช้สิทธิชุมชนมาใช้ในกระบวนการคลุกข้าวเม่าลดการใช้สีเคมีลงและมีการทดสอบหารสชาติจากประสาทการรับรู้ทางลิ้นที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ข้าวเม่าเบญจรงค์ เป็นการต่อยอดภูมิปัญญาข้าวเม่าคลุกโดยใช้สีธรรมชาติ 5 สี และรสชาติตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มาจากการนำภูมิปัญญามาต่อยอดโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนขึ้นอีก 1 ผลิตภัณฑ์คือ ข้าวเม่าลูกชิ้น จำหน่ายในราคาไม้ละ 10 บาท สามารถจำหน่ายได้ในงานเทศกาลลูกชิ้น ยืนกินวันละประมาณ 1,000 ไม้ จะเห็นได้ว่าหากมีการนำข้าวเม่าโปรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ บนฐานของภูมิปัญญาเดิมจะสามารถสร้างรายได้และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ สุดตลาดของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าของที่นี่ที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นควรได้รับการยกระดับและมีการแปรรูปสร้างมาตรฐาน เพื่อการยอมรับและสร้างช่องทางการตลาดใหม่ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทอย่างเป็นธรรมทั้งกับผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตข้าวเม่า คู่ค้า และกลุ่มแปรรูป ซึ่งการตลาดใหม่นี้จะสามารถสร้างกลไกทางด้านราคาให้กับข้าวเม่าของชุมชนได้สูงขึ้นจะเกิดรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นเกิดการกระจายรายได้สู่ภาคการเกษตรอย่างเป็นธรรม นำไปสู่ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ข้าวเม่านางรองได้ต่อไปในอนาคต

อุตสาหกรรมการผลิตข้าวเม่าระดับครัวเรือนของตำบลหนองโสน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์นี้ เป็นธุรกิจที่ประกอบไปด้วย 1) ครัวเรือนผู้ผลิตข้าวเม่า 2) กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปข้าวเม่า 3) ครัวเรือนผู้จำหน่ายข้าวเม่าโปรและข้าวเม่าแปรรูป 4) พ่อค้าคนกลางรับซื้อข้าวเม่าโปร จากการทำ Pilot study พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจทั้ง 4 ส่วนมีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบกิจการของใครของมันยึดผลกำไรของตนเองเป็นที่ตั้ง การคำนึงถึงผลโดยรวมทั้งเรื่องของสังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ยังไม่มีการดำเนินการอย่างรูปธรรม มีเพียง 1 โรงเรือนผู้ผลิตกระเตื้อง ของนางวิไล ปรีนารัมย์ ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบโรงเรือนและเตาฟืน

ใหม่ตามโครงการวิจัยของจารินี ม้าแก้ว (2562: 155-157) หากการผลิตข้าวเม่าคำนึงถึงผลกระทบของสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชุมชน ข้าวเม่าของชุมชนนี้ จะสามารถยกระดับสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ดีเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงสามารถคงไว้ซึ่ง ภูมิปัญญาวัฒนธรรม และการกระจายรายได้สู่สังคมในชุมชนอย่างเป็นธรรม และหากการ แก้ไขปัญหาเป็นภาพการบูรณาการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ก็จะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างยั่งยืนทำให้คนรุ่นใหม่ ๆ ดำเนินธุรกิจการผลิตและ จำหน่ายข้าวเม่าได้อย่างต่อเนื่อง คงไว้ซึ่งสิ่งแวดล้อมที่ดี วัฒนธรรมไม่สูญหาย สังคมเข้มแข็ง และสามารถคึก เกิดรายได้และสามารถกระจายรายได้ได้อย่างยั่งยืน

ชุดโครงการวิจัย เรื่อง รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่าด้วยการ พัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นแบบบูรณาการอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้กลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ที่เป็นธรรมของผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่น ข้าวเม่าแบบบูรณาการ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ อัตลักษณ์พื้นถิ่นแปรรูปข้าวเม่าแบบบูรณาการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอำเภอ นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้ได้รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่าด้วยการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นแบบบูรณาการอำเภอ นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อให้ได้ผล ความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่าอำเภอ นางรองที่เกิดจากการปรับตัวทาง การเกษตรเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเน้นการมีส่วนร่วม จากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคชุมชน เพื่อร่วมกัน ยกระดับเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่าแบบบูรณาการ ให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้เกิดกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ที่เป็นธรรมของผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่าแบบบูรณาการอำเภอ นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นแปรรูปข้าวเม่าแบบบูรณาการ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอำเภอ นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อให้ได้รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่าแบบบูรณาการ ของอำเภอ นางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

4. เพื่อให้ได้ผลความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่าอำเภอนางรองที่เกิดจากการปรับตัวทางการเกษตรเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.1 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ระหว่างงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เป็นโครงการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อจะนำมาซึ่ง รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่าแบบบูรณาการของอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย

##### 1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกพื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ หมู่บ้านบุตาเวสน์ ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ หมู่บ้านโคกवान หมู่บ้านบุคราม ตำบลหนองโสน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์

##### 2. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

1) กลุ่มเป้าหมายในการประชุมระดมความคิดเห็น ได้แก่ ผู้นำและแกนนำในชุมชนหมู่บ้านบุตาเวสน์ ตำบลหนองกง และหมู่บ้านโคกवान หมู่บ้านบุคราม ตำบลหนองโสน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ และภาคีเครือข่าย ทั้งหมด 11 หน่วยงาน รวมทั้งสิ้นประมาณ 20 คน

2) กลุ่มเป้าหมายในการขับเคลื่อนกลไกรูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่า ได้แก่ อาสาสมัครในชุมชน 3 หมู่บ้าน ที่มีจิตอาสาในการแก้ไขปัญหาในชุมชนของตนเองและพร้อมที่เป็นแกนนำกลุ่มผู้ผลิตข้าวเม่า รวมทั้งสิ้น 30 คน

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้อย่างครบถ้วน คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

##### 1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

แบบสอบถาม ในการนำมาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ที่เป็น  
 ธรรมและมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวเม่า ซึ่งใช้กับผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์  
 แปรรูปข้าวเม่าการคัดเลือกผู้ประกอบการใช้วิธีเจาะจงจำนวน 30 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

- 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Technique)
- 2) การสนทนากลุ่ม (Focused Group)
- 3) การสังเกต (Observation)
- 4) การประชุมแบบมีส่วนร่วม

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม การตรวจสอบความถูกต้องและ  
 นำเชื่อถือของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ โดยงานวิจัยนี้มีการตรวจสอบข้อมูลในขณะที่เก็บ  
 ข้อมูลอยู่ในภาคสนาม และเมื่อเสร็จสิ้นจากการลงพื้นที่ได้มีการตรวจสอบข้อมูลที่เก็บมาอีก  
 ครั้ง เพื่อพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล  
 และเขียนอธิบายเชิงพรรณนาความ โดยผลการวิเคราะห์ชุมชนนำมาเชื่อมโยงกับ  
 องค์ประกอบต่าง ๆ ของชุมชน แล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล  
 เพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

## 4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ สรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ที่เป็นธรรมของผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่า พบว่า  
 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ในรูปแบบเดิมยังคงอยู่ จากงานวิจัยทำให้เกิดการตลาด  
 รูปแบบใหม่เพิ่มขึ้น คือ รูปแบบการขายของข้าวเม่า ขายแบบของฝาก คือ ข้าวเม่าหมี  
 สมุนไพร ข้าวเม่ากระยาสารท ขายแบบกิจกรรมทดลองทำ คือ ข้าวเม่าเบญจรงค์ ขายแบบ  
 ออกร้านทำกินสด คือ ข้าวเม่าเบญจรงค์ ข้าวเม่าลูกชิ้น ข้าว(เม่า) ตูพอคำ ขายออนไลน์  
 ข้าวเม่า การออกบูธแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ขายตามงานเทศกาลและงานอีเว้นท์ต่าง ๆ  
 ที่จังหวัดจัดขึ้น ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเม่า เพื่อนำไปรับประทานเอง ซื้อเพื่อเป็น  
 ของฝาก เป็นของขวัญ และซื้อเพื่อจัดเป็นของขวัญตามหน่วยงานหรือการประชุม การอบรม

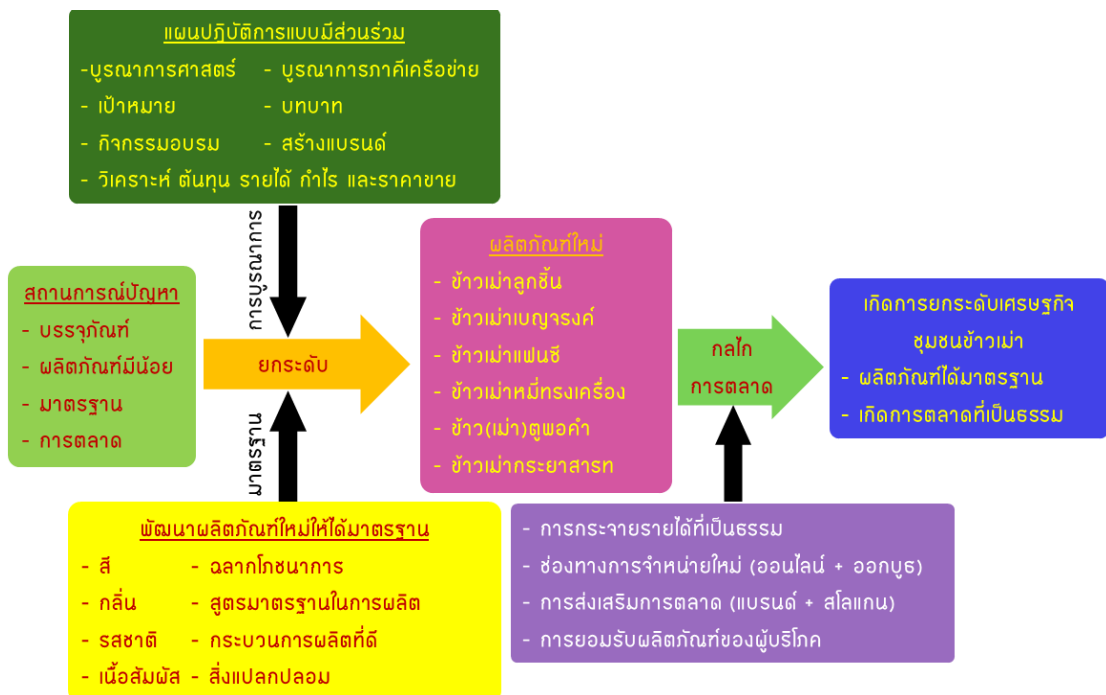
กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวเม่าใช้แนวคิดจากกลยุทธ์การตลาด 6P ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ราคา สถานที่ขาย กิจกรรมส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์การใช้ข่าวสารในการชักจูงผู้บริโภคการเข้าถึงและการยอมรับของผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเม่า พบว่า ควรขายตามตลาดนัด ตลาดชุมชน ออกอีเว้นท์ เทศกาลต่าง ๆ รองลงคือการฝากขายตามห้างร้าน โรงแรมต่าง ๆ ถัดมาคือการขายเป็นอาหารว่างให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน และลำดับสุดท้ายคือการขายในรูปแบบตลาดออนไลน์

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นแปรรูปข้าวเม่า พบว่า การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานอาหารชุมชนโดยเน้นให้เห็นความสำคัญของการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตขึ้นมาโดยการอ้างอิงจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช). เป็นหลักเกณฑ์การตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารลักษณะทั่วไปและลักษณะเนื้อสัมผัส สีและกลิ่นรส สิ่งแปลกปลอม วัตถุเจือปนอาหาร และเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ปริมาณที่บรรจุ มีข้อมูลฉลากโภชนาการของผลิตภัณฑ์ ข้าวเม่าโปรและข้าวเม่าหมีสมุนไพร การยอมรับผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสนใจของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับแรกสร้างความแปลกใหม่ให้กับผู้บริโภค รองลงมาคือรสชาติที่แตกต่างจากที่เคยรับประทาน ความหอม ความนิ่มของข้าวเม่าที่เป็นเอกลักษณ์ และใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ สีจากธรรมชาติ เป็นหลักที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับมากขึ้น

รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่า พบว่า สถานการณ์ปัญหาของชุมชนข้าวเม่าที่พบ คือ บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์แปรรูปมีน้อย กระบวนการผลิตยังไม่มีมาตรฐาน การตลาดและช่องทางการจำหน่ายยังไม่แพร่หลาย นำปัญหาที่พบมาวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหา โดยการบูรณาการแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใช้กระบวนการบูรณาการศาสตร์วิชาการความรู้ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ บูรณาการภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ร่วมกันวางเป้าหมาย แบ่งบทบาทหน้าที่จัดกิจกรรมอบรมเติมความรู้ การสร้างแบรนด์ของข้าวเม่านางรองให้เป็นที่จดจำ รวมทั้งวิเคราะห์ต้นทุน รายได้ กำไร ราคาขาย ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเม่า เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับโดยควบคุมมาตรฐานดังนี้ สี ฉลากโภชนาการ กลิ่น สูตรมาตรฐานในการผลิต รสชาติ กระบวนการผลิตที่ดี เนื้อสัมผัส สิ่งแปลกปลอมที่เจือปนในผลิตภัณฑ์แปรรูป เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์



ใหม่ ได้แก่ ข้าวเม่าลูกขึ้น ข้าวเม่าเบญจรงค์ ข้าวเม่าแฟนซี ข้าวเม่าหมีทรงเครื่อง ข้าว(เม่า) ตูพอค้า และข้าวเม่ากระยาสารท การยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปสามารถจำหน่ายได้โดยมี กลไกการตลาดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม โดยการใช้วัตถุดิบในพื้นที่มาใช้ในการแปรรูป และมีการกระจายการจัดซื้อข้าวเม่าไปจากผู้ผลิตหลาย ๆ เจ้า โดยในการจัดซื้อวัตถุดิบจะมี คณะกรรมการกลุ่มเป็นผู้จัดสรรการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง และเป็นธรรม เกิดช่องทางการจำหน่ายใหม่ การขายออนไลน์ ออกบูธ การส่งเสริมการตลาด สร้างแบรนด์ข้าวเม่านางรอง ภายใต้สโลแกน “ข้าวเม่าในตำนานจากดินแดนภูเขาไฟ บุรีรัมย์” การยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค จากกระบวนการทั้งหมดสามารถยกระดับ เศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่า ยกระดับผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และเกิดการตลาดที่ เป็นธรรม



ภาพที่ 1 รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่น ข้าวเม่า แบบบูรณาการ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ (ภาพที่ 1)

ความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนข้าวแม่อำเภอนางรองที่เกิดจากการปรับตัวทางการเกษตรเพื่อการผลิตเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า มูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปสามารถเพิ่มขึ้นได้ 15-28.06% การจำหน่ายแต่ละงานผลิตภัณฑ์ที่ขายดีที่สุดจะเป็นกลุ่มที่รับประทานสด คือ ข้าวแม่เบญจรงค์ ข้าวแม่ลูกชิ้น ข้าว(แม่) ตูพอกำ ส่วนกลุ่มที่สองจะสินค้าที่เป็นของฝาก คือ ข้าวแม่หมี่สมุนไพร์ ข้าวแม่กระยาสารท การผลิตข้าวแม่มีการกระจายรายได้แบ่งเป็น ต้นน้ำกลุ่มแปรรูป กลางน้ำ พ่อค้าแม่ค้าคนกลาง ปลายน้ำผู้บริโภค พบว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวแม่ที่ขายให้กับพ่อค้าแม่ค้าคนกลางในรูปแบบการฝากขายหน้าร้านราคาส่งที่ 30 บาท ได้แก่ ข้าวแม่เบญจรงค์ ข้าวแม่หมี่สมุนไพร์ ข้าว(แม่) ตูพอกำ พ่อค้าแม่ค้าคนกลางจะขายในราคาขึ้นละ 35 บาท ได้กำไร 5 บาท คิดเป็น 14.29% ต่อขึ้น คุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการ ทำให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวแม่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากเดิม เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ข้าว(แม่) ตูพอกำ มีมูลค่าเพิ่มเพิ่มขึ้น 136.22% ข้าวแม่ลูกชิ้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 115.30% ข้าวแม่เบญจรงค์มีมูลค่า เพิ่มขึ้น 107.21% ข้าวแม่หมี่สมุนไพร์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 98.31% ข้าวแม่กระยาสารทมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 88.47%

## 5. อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องรูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวแม่แบบบูรณาการ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ที่เป็นธรรมของผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวแม่ แบบบูรณาการ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ในการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตข้าวแม่แบบครบวงจรโดยมีกรอบและแนวทางการดำเนินงาน 3 ประเด็นคือ ร่วมส่งเสริม สนับสนุน และประสานความร่วมมือในการพัฒนาตามศักยภาพ ในด้านการบริหารจัดการวัตถุดิบสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวแม่แบบครบวงจรเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติา คุ่มสลด (2560: บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงการบูรณาการในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนี้ 1) การพัฒนาแนวคิดจากการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาแนวคิด 2) การประเมินทางด้านการตลาดลูกค้าและเทคโนโลยีที่ใช้เบื้องต้น 3) การประเมิน

ทางด้านธุรกิจ การเงิน 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การทดสอบผลิตภัณฑ์ และการทดสอบตลาดและ 5) การวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มในการนำเสนอเรื่องราวและกล่าวถึงที่มาที่ไปของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มซึ่งเป็นการนำทรัพยากรภูมิปัญญา

2. การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นแปรรูปข้าวเม่าแบบบูรณาการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตขึ้นมาโดยการอ้างอิงจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช). เป็นหลักเกณฑ์การตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายและฉลากมีข้อมูลฉลากโภชนาการจากการวิเคราะห์คุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการ ทำให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเม่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมสอดคล้องกับงานวิจัยของพรณิภา ซาวคำ (2559: บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงศักยภาพชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าของโรงแรม ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ค่อยแข็งแรง สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก การบูรณาการองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการแก้ไขปัญหาในเรื่องกลิ่นเหม็นหืนที่เกิดในตัวผลิตภัณฑ์ปรับลักษณะการบรรจุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

3. การศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเม่าที่ได้มาตรฐาน อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับแรกเนื่องจากไม่เคยเห็นมาก่อนสร้างความแปลกใหม่ให้กับผู้บริโภค รongลงมาคือรสชาติที่แตกต่างจากที่เคยรับประทาน ความหอม ความนุ่มของข้าวเม่าที่เป็นเอกลักษณ์ และใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ สีจากธรรมชาติ เป็นหลักที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของณฐปรภณ์ จันทะปิตตา (2553: บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงการบูรณาการความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันหนุนเสริมการขายและกิจกรรมในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนการท่องเที่ยว ช่องทางการตลาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับเครือข่ายนักธุรกิจในพื้นที่และเครือข่ายการผลิตในชุมชน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสรพร เพียรจัด (2560: บทคัดย่อ) การมีส่วนร่วมให้คนในชุมชนร่วมกันวิเคราะห์สภาวะความเปลี่ยนแปลงโดยขับเคลื่อนการพัฒนาใน 3 มิติ บนฐานของ บันได 3 ชั้น 1) สร้างการอยู่รอด ปรับฐานคิดของคนในชุมชนให้เข้าใจสถานการณ์ปัญหาของชุมชน สามารถวิเคราะห์แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง

สามารถพึ่งตนเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี 2) สร้างการอยู่รวม ให้ชุมชนต้อยอดจากภูมิปัญญาที่มีอยู่ให้เกิดสัมมาอาชีพ มีผลิตภัณฑ์นวัตกรรมต่าง ๆ ที่สามารถทำรายได้ ให้เศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน 3) สร้างการอยู่ร่วมให้ทุกคนมองเห็นประโยชน์ส่วนรวม สร้างกติกาหมู่บ้านเกิดการแบ่งปันมีการถ่ายทอดความรู้สู่สังคม สร้างความสุขที่ยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

4. รูปแบบการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นข้าวเม่าแบบบูรณาการของอำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า แผนปฏิบัติการเชิงผลลัพธ์เป็นแผนที่ทำร่วมกันอย่างมีส่วนร่วมเพื่อกำหนดทิศทางในการเดินทางไปสู่ผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ และความร่วมมืออันดีกับภาคีเครือข่ายกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และประโยชน์ร่วมกันโดยมีแนวทาง การบูรณาการประชุมร่วมกัน ก่อให้เกิดพลังในการทำงาน สู่การยั่งยืนแต่ต้องไม่เอาเวลามาเป็นตัวตั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว (2551: บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงปัญหาชุมชนที่จะต้องร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมทางการตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การมีตราสินค้าของกลุ่ม การตั้งราคาที่เหมาะสมการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ครอบคลุมทั่วถึงด้วยกำลังทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่ สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนต้องมีการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับแนววิถีเศรษฐกิจพอเพียงด้วย โดยต้องลดละ เลิกอบายมุขทั้งปวง เกษตรกรต้องไม่ก่อกวนหนี้สิน และหมั่นศึกษาหาความรู้อยู่เสมอก็จะทำธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

5. ความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่าอำเภอนางรองที่เกิดจากการปรับตัวทางการเกษตรเพื่อการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า 1) ด้านสถานการณ์ปัญหาเดิมของชุมชน จำเป็นต้องมีองค์กรและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปข้าวเม่า ออกแบบ บรรจุภัณฑ์และแบรนด์ข้าวเม่าของชุมชน และค้นหาช่องทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ กับชุมชน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีความหลากหลายตามผู้บริโภค 2) ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มแปรรูปหลังการพัฒนาต้องมีกำไรเพิ่มขึ้น 3) ด้านช่องทางการจำหน่าย ที่มีความหลากหลายขึ้น การออกบูธแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้าและ Event ของจังหวัด และการขาย Online 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด เกิดแบรนด์ข้าวเม่านางรอง ภายใต้โลโก้แกน มีตราสินค้า มีเรื่องเล่า มีบรรจุภัณฑ์ มีสื่อโฆษณา ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนที่ไม่ได้เป็นกลุ่มผู้ผลิตข้าวเม่า ทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น

ทำให้เกิดชื่อเสียงกับชุมชนข้าวเม่า อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ จนเป็นสินค้าขึ้นชื่อของอำเภอ 5) ด้านการยอมรับผลิตภัณฑ์ การศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค ส่วนใหญ่ผู้บริโภค ให้การยอมรับผลิตภัณฑ์เกิน 50% ในทุกด้าน 6) ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเม่าหลังยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ต้องมีการควบคุมมาตรฐานที่เหมาะสม ฉลากโภชนาการ มีสูตรมาตรฐานในการผลิต ที่เหมาะสม มีกระบวนการผลิตที่อ้างอิงจากมาตรฐานการผลิตขั้นต้น (Primary GMP) สอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลวรรณ ทวีชศรี (2557: บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเมืองท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งชุมชนควรจะช่วยกันรักษาวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของท้องถิ่นด้วยให้ได้ การควบคุมรักษาวัฒนธรรมชุมชนหรืออัตลักษณ์ชุมชน ต้องบริหารจัดการควบคุมด้วยชุมชนที่ต้องมีส่วนร่วมหนทางในการปฏิบัติของการอยู่ร่วมกันด้วยหลักสาราณียธรรม ซึ่งนับว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งทางพุทธสันติวิธีที่จะช่วยเชื่อมประสานสมาชิกชุมชนให้มีทิศทางและแนวคิดจะรักษาอัตลักษณ์ชุมชนเป็นหนึ่งเดียวกัน อันจะส่งผลให้มีการจัดการปัญหาความขัดแย้งตามหลักพุทธสันติ มีการยอมรับซึ่งกันและกัน ทำให้ชุมชนเชิงศาสนาสอดคล้องอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนสืบต่อไป

จากสถานการณ์ปัญหาของชุมชนข้าวเม่าที่พบ คือ บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์แปรรูปมีน้อย กระบวนการผลิตยังไม่มีมาตรฐาน การตลาดและช่องทางการจำหน่ายยังไม่แพร่หลาย นำปัญหาที่พบมาวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาโดยการบูรณาการแผนปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐและเอกชน ร่วมกันวางเป้าหมายแบ่งบทบาทหน้าที่ให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับโดยควบคุมมาตรฐานการยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปสามารถจำหน่ายได้โดยมีกลไกการตลาดกระจายรายได้ที่เป็นธรรม ใช้วัตถุดิบในพื้นที่มาใช้ในการแปรรูป วัตถุดิบเกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เกิดช่องทางการจำหน่ายใหม่ การขายออนไลน์ ออกบูธ การส่งเสริมการตลาด สร้างแบรนด์ข้าวเม่านางรอง ภายใต้สโลแกน “ข้าวเม่าในตำนานจากดินแดนภูเขาไฟบุรีรัมย์” การยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค จากกระบวนการทั้งหมดสามารถยกระดับเศรษฐกิจชุมชนข้าวเม่า ยกระดับผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และเกิดการตลาดที่เป็นธรรม

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 6.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรปรับโครงสร้างการจัดสรรการจัดซื้อวัตถุดิบให้เหมาะสมกับปริมาณความต้องการของตลาด และสามารถติดตาม ตรวจสอบการจัดซื้อวัตถุดิบ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่าย
2. ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพสินค้าแต่ละผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพยิ่งขึ้นเพื่อที่จะมีความสามารถในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ในระยะยาว
3. ควรใช้การสนับสนุนจากภาครัฐและหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดและมีความสามารถในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดให้มากขึ้น

### 6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยที่มีหน่วยงานภาคีโรงเรียนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษามากขึ้นเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน
2. ควรส่งเสริมให้เกิดการวิจัยชุมชนท้องถิ่นให้ครอบคลุมที่ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับการแก้ปัญหาของชุมชนท้องถิ่น
3. ควรให้มีการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมให้มากโดยให้ชุมชนเป็นแกนหลักภายใต้การสนับสนุนและการหนุนเสริมของนักวิชาการหรือหน่วยงานภาครัฐ
4. ควรมีการบูรณาการการเรียนการสอนเข้ากับบริบทของพื้นที่เพื่อให้ นักศึกษาได้เรียนรู้การวิจัยชุมชนท้องถิ่น
5. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งองค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาล เพื่อเป็นข้อเสนอแนะ ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์แปรรูปในภาพรวมต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- จารินี ม้าแก้ว. (2560). รูปแบบการพัฒนาผู้นำเยาวชนวิศวกรรมบูรณาการเพื่อการพัฒนาชุมชน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9(2), 99-115.
- จารินี ม้าแก้ว. (2562). รูปแบบการบริหารจัดการระบบการผลิตข้าวแม่แบบบูรณาการเพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านข้าวแม่อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์. ระบบคลังข้อมูลทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ณัฐกรณ์ จันทะปิตตา. (2553). การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- พรรณิภา ชาวคำ. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(1), 165-182.
- เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว. (2551). การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน เพื่อการพึ่งตนเองตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงประเภทธุรกิจเกษตรของเกษตรกรปลูกมะขามหวานเพื่อการค้า จังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์: เพชรบูรณ์.
- วิไลวรรณ ทวีศรี. (2557). อัตลักษณ์ชุมชน: แนวคิดและการจัดการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหลักพุทธสันติวิธีของเทศบาลตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สรพรเพชร เพียรจัด. (2562). ภูมิสังคมกับสภาวะความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมข้าวแม่ระดับครัวเรือน. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์ (มสป.), 21(1), 80-91.
- สุชาดา คุ่มสลุต. (2560). การศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 9(3), 16-28.