



การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในธุรกิจครอบครัวด้วยนวัตกรรม SMART:
กรณีศึกษาในจังหวัดลพบุรี

The Participation of the Elderly in Family Business with SMART Innovation:
A Case Study in Lopburi Province

กันยิกา ชอว์^{1*}, กรวิทย์ ไชยสุ², ภัทรนิษฐ์ ศรีบุรีรักษ์³, มลทิพย์ แสนคณี⁴
Kanyika Shaw^{1*}, Korawit Chaisu², Pattranit Sribureeruk³, Montip Sankanueng⁴

(Received: September 23, 2025; Revised: December 22, 2025; Accepted: April 16, 2026)

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษานี้วิเคราะห์แนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในธุรกิจครัวเรือนที่ตำบลโคกสูงและตำบลบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีภูมิจากรายงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการที่ผู้วิจัยมีส่วนร่วมโดยตรง กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกด้วยการสุ่มแบบเจาะจง 3 ธุรกิจครัวเรือน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยใช้เกณฑ์ SMART Model ทั้ง 5 มิติ ได้แก่ Smart Service, Smart Material Management, Smart Arts of Storytelling, Smart Regulation และ Smart Technology ผู้สูงอายุมีบทบาทการมีส่วนร่วมอย่างเด่นชัดในมิติ Smart Service และ Smart Arts of Storytelling ในทั้งสามกรณีศึกษา โดยเป็นผู้ให้บริการ ถ่ายทอดภูมิปัญญา และเล่าเรื่องอัตลักษณ์ครอบครัวและชุมชน ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ขณะที่มิติอื่นของ SMART Model แตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละธุรกิจ ผลลัพธ์ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในธุรกิจครัวเรือนควรเน้นบทบาทที่สอดคล้องกับ

¹คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

¹School of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

²บริษัท อมวโก้ไบโอเทค จำกัด

²AmuscoBiotech Co., Ltd.

³คณะการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

³School of Food Business and Management, Panyapiwat Institute of Management

⁴ศูนย์ที่ปรึกษาและพัฒนาอาชีพนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

⁴Center for Career Development and Student Advisory, Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author: kanyikasha@pim.ac.th



ศักยภาพและประสบการณ์ชีวิตของผู้สูงอายุ และใช้ SMART Ageing Business Model เป็นกรอบการวิเคราะห์เชิงยืดหยุ่นมากกว่ารูปแบบตายตัว

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ, ธุรกิจครัวเรือน, SMART Ageing Business Model, พหุพลัง, การพัฒนาชุมชน

Abstract

This qualitative case study examined approaches to promoting older adults' participation in household businesses in Khok Salung and Ban Mi subdistricts, Lopburi Province. The study employed secondary data analysis drawn from an action research report in which the author was directly involved. Three household businesses were purposively selected as case studies. Data were analysed using content analysis based on the five dimensions of the SMART Ageing Business Model: Smart Service, Smart Material Management, Smart Art of Storytelling, Smart Regulation, and Smart Technology. The findings indicated that older adults demonstrated particularly strong participation in the dimensions of Smart Service and Smart Art of Storytelling across all three cases. Older adults played active roles as service providers, knowledge holders, and storytellers who convey family and community identities, thereby adding value to products and services. In contrast, other dimensions of the SMART Model vary according to the specific contexts of each business. The study suggested that promoting older adults' participation in household businesses should prioritise roles aligned with their capacities and life experiences, and that the SMART Ageing Business Model was most effective when applied as a flexible analytical framework rather than a fixed development model.

Keywords: Older adults' participation, Household businesses, SMART Ageing Business Model, Productive ageing, Community development

บทนำ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์อย่างรวดเร็ว ซึ่งนำมาสู่ความท้าทายทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะประเด็นการมีงานทำและรายได้ของผู้สูงอายุ (National Statistical Office, 2024; Department of Older Persons, 2023) แม้นโยบายด้านผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับแนวคิดพหุพลังและ active ageing มากขึ้น แต่ในทางปฏิบัติ ผู้สูงอายุจำนวนมากยังมีบทบาทจำกัดอยู่



ในฐานะผู้พึ่งพิงหรือแรงงานเสริม มากกว่าการเป็นผู้ร่วมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจในระดับครัวเรือนและชุมชน

บริบทของตำบลโคกสูงและตำบลบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี สะท้อนปัญหาดังกล่าวอย่างชัดเจน พื้นที่ทั้งสองเป็นชุมชนชนบทที่ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ขณะเดียวกันมีครัวเรือนผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งประกอบธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจครัวเรือนอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม จากกระบวนการทำงานร่วมกับชุมชนและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในระยะเริ่มต้นของโครงการวิจัย พบว่าผู้สูงอายุจำนวนมากยังขาดโอกาสในการมีบทบาทเชิงตัดสินใจ ขาดการเชื่อมโยงประสบการณ์ชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และประสบข้อจำกัดด้านการสื่อสาร การตลาด และการใช้เทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของธุรกิจครัวเรือนในระยะยาว

งานวิจัยก่อนหน้านี้ในบริบทสังคมไทยชี้ให้เห็นว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงอายุสามารถเกิดขึ้นได้ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะการทำงานร่วมกับคนรุ่นใหม่ Punyamoonwongsa et al. (2022) พบว่าการเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคิด วางแผน ลงมือทำ ประเมินผล และการสื่อสาร ช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจและความหมายในการดำเนินชีวิต ขณะที่ Kaewkongpan et al. (2021) แสดงให้เห็นว่าการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นและนวัตกรรมชุมชนสามารถสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ แนวคิดเหล่านี้สอดคล้องกับกรอบ active ageing ขององค์การอนามัยโลก ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้สูงอายุในชุมชน (World Health Organization [WHO], 2002)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในกิจกรรมทางสังคม วัฒนธรรม หรือกิจกรรมในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุ ขณะที่บทบาทของผู้สูงอายุในบริบทธุรกิจครัวเรือนและกระบวนการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในชีวิตประจำวันยังได้รับการศึกษาอย่างจำกัด โดยเฉพาะการวิเคราะห์บทบาทเชิงระบบที่เชื่อมโยงประสบการณ์ชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ชุมชนเข้ากับการดำเนินธุรกิจ งานวิจัยด้านการพัฒนาชุมชนและการตลาดเชิงมีส่วนร่วมชี้ให้เห็นว่าการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและความร่วมมือในชุมชนสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการได้อย่างยั่งยืน (Kattiyawara et al., 2017; Sooksai et al., 2025) ขณะที่งานศึกษาด้านธุรกิจครอบครัวเน้นบทบาทของเรื่องราวและค่านิยมดั้งเดิมในการสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค (Chantarasena & Punyapiroje, 2025) จากช่องว่างดังกล่าว บทความวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในธุรกิจครัวเรือนผ่านกรอบแนวคิด SMART Ageing Business Model โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากกรณีศึกษาธุรกิจครัวเรือนจำนวน 3 แห่งในตำบลโคกสูงและตำบลบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี กรอบ SMART Model ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจบทบาทของผู้สูงอายุในมิติการให้บริการการจัดการทรัพยากร การเล่าเรื่อง การกำกับดูแล และการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม



การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อแสดงให้เห็นที่มาของโจทย์วิจัยจากบริบทปัญหาจริงของชุมชน และนำเสนอข้อค้นพบเชิงประจักษ์ที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมบทบาทผู้สูงวัยในธุรกิจครัวเรือนและชุมชนอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีจากรายงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการของ Shaw et al. (2025) ที่ดำเนินการระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2568 เรื่อง การพัฒนาผู้สูงวัยและนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างรายได้ด้วย SMART Ageing Business Model ซึ่งเป็นรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ภายใต้ทุนสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ และอยู่ระหว่างกระบวนการเผยแพร่ในระบบฐานข้อมูลงานวิจัยของหน่วยงานผู้ให้ทุน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคือครัวเรือนจำนวน 14 ครัวเรือนในชุมชนโคกสูงและชุมชนบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ที่เข้าร่วมและดำเนินการพัฒนาธุรกิจภายใต้โครงการดังกล่าว บทความนี้คัดเลือกธุรกิจครัวเรือนจำนวน 3 แห่งเป็นกรณีศึกษา ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยพิจารณาจากความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ และความโดดเด่นในการประยุกต์ใช้ SMART Ageing Business Model ในมิติใดมิติหนึ่งหรือหลายมิติ การคัดเลือกดำเนินการโดยทีมวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิของโครงการรวมจำนวน 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีจากรายงานการประเมินโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผู้สูงวัยและนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างรายได้ด้วย Smart Ageing Business Model ของ Shaw et al. (2025) ที่รวบรวมข้อมูลการประเมินและวิเคราะห์ธุรกิจครัวเรือนทั้ง 3 แห่งที่ได้รับการคัดเลือก

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทฤษฎีจากรายงานการวิจัย โดยผู้วิจัยไม่ได้เก็บข้อมูลภาคสนามเพิ่มเติม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) โดยใช้ SMART Ageing Business Model เป็นกรอบการวิเคราะห์หลัก เพื่อพิจารณาบทบาทและรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในธุรกิจครัวเรือนในทั้ง 5 มิติ ได้แก่ Smart Service, Smart Material Management, Smart Arts of Storytelling, Smart Regulation และ Smart Technology



ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการประเมินการคัดเลือกกรณีศึกษาตามเกณฑ์ SMART Ageing Business Model 2) ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในธุรกิจครัวเรือนรายกรณี และ 3) ผลการสังเคราะห์เชิงประจักษ์จากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

1. ผลการประเมินการคัดเลือกกรณีศึกษาตามเกณฑ์ SMART Ageing Business Model

การคัดเลือกธุรกิจครัวเรือนจำนวน 3 แห่งเป็นกรณีศึกษาใช้การสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยพิจารณาความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุภายใต้กรอบ SMART Ageing Business Model การประเมินดำเนินการโดยทีมวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิของโครงการจำนวน 9 คน โดยใช้เกณฑ์การประเมินทั้ง 5 มิติ ได้แก่ Smart Service, Smart Material Management, Smart Arts of Storytelling, Smart Regulation และ Smart Technology

ผลการประเมิน (Table 1) แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจครัวเรือนทั้งสามแห่งมีระดับความเหมาะสมต่อการศึกษาดแตกต่างกันไปในแต่ละมิติ แต่ทุกกรณีมีอย่างน้อยหนึ่งมิติที่ผู้สูงอายุมิบทบาทอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะมิติ Smart Service และ Smart Arts of Storytelling ซึ่งได้รับคะแนนในระดับสูงหรือสูงมากในทุกกรณีศึกษา สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจเหล่านี้เปิดพื้นที่ให้ผู้สูงอายุมิบทบาทในกระบวนการให้บริการ ถ่ายทอดความรู้ และการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม

ขณะเดียวกัน ความแตกต่างของคะแนนในมิติอื่น เช่น Smart Material Management, Smart Regulation และ Smart Technology ชี้ให้เห็นถึงความหลากหลายของบริบทธุรกิจครัวเรือน และระดับการปรับใช้ SMART Model ที่ไม่จำเป็นต้องครบถ้วนทุกมิติอย่างเท่าเทียมกัน การประเมินดังกล่าวจึงยืนยันความเหมาะสมของการคัดเลือกกรณีศึกษาทั้งสามแห่งในการนำมาวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ

Table 1 Evaluation scores of household businesses based on the SMART ageing business model

Case Study	Smart Service	Smart Material Management	Smart Arts of Storytelling	Smart Regulation	Smart Technology
Chanok Farm	High	High	High	Moderate	High
Khok Salung					
Community-Based Tourism Enterprise	Very High	Moderate	Very High	Moderate	High
Ban Suan Thanakorn	High	Moderate	Very High	High	Moderate



Note: The evaluation was conducted by nine experts using the five dimensions of the SMART Ageing Business Model. The scores reflect the suitability of each household business for analysing older adults' participation rather than ranking overall business performance.

ผลการประเมินสะท้อนว่าธุรกิจทั้งสามแห่งมีความโดดเด่นในมิติที่แตกต่างกัน และมีอย่างน้อยหนึ่งมิติที่แสดงบทบาทการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุอย่างชัดเจน จึงมีความเหมาะสมในการนำมาเป็นกรณีศึกษาเชิงลึก

2. ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในธุรกิจครัวเรือนรายกรณีชนกฟาร์มผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้สูงอายุในชนกฟาร์มมีบทบาทสำคัญในหลายมิติของ SMART Ageing Business Model โดยเฉพาะในมิติ Smart Service และ Smart Material Management ผู้สูงอายุทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินใจหลักในกระบวนการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตร รวมถึงการจัดการทรัพยากรภายในฟาร์ม เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบการควบคุมต้นทุน และการรักษาคุณภาพสินค้า บทบาทดังกล่าวสะท้อนการมีส่วนร่วมในฐานะ “ผู้กำหนดทิศทางการดำเนินงาน” มากกว่าการเป็นแรงงานสนับสนุน

ในมิติ Smart Arts of Storytelling ผู้สูงอายุมีบทบาทในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีการทำเกษตร ประสบการณ์ชีวิต และแนวคิดการพึ่งพาตนเอง เรื่องราวเหล่านี้ถูกนำมาเชื่อมโยงกับสินค้าและบริการของฟาร์ม ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและความหมายของผลิตภัณฑ์ ส่วนมิติ Smart Technology ปรากฏในระดับที่เหมาะสมกับศักยภาพของผู้สูงวัย โดยเป็นการเลือกใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน และมีการเรียนรู้ร่วมกับคนรุ่นอื่นในครอบครัว

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโคกสลุง

กรณีวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโคกสลุงสะท้อนการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุอย่างโดดเด่นในมิติ Smart Service และ Smart Arts of Storytelling ผู้สูงอายุทำหน้าที่เป็น “นักเล่าเรื่อง” ถ่ายทอดประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนให้แก่ นักท่องเที่ยวโดยตรง บทบาทดังกล่าวไม่เพียงเป็นการให้ข้อมูล แต่ยังสร้างปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมาย

การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในกรณีนี้ครอบคลุมถึงการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวร่วมกับสมาชิกชุมชนรุ่นอื่น ผู้สูงอายุมีบทบาทในการกำหนดเนื้อหาและสาระสำคัญ ขณะที่คนรุ่นใหม่ช่วยสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ส่งผลให้มิติ Smart Technology ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนมากกว่าปัจจัยหลัก ความร่วมมือระหว่างรุ่นดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความต่อเนื่องขององค์ความรู้และบทบาทของผู้สูงอายุในกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน

บ้านสวนธนกร

บ้านสวนธนกรแสดงให้เห็นการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในมิติ Smart Service, Smart Arts of Storytelling และ Smart Regulation ผู้สูงอายุมีบทบาทในการกำหนดคุณค่าของสินค้าอาหารการ



ควบคุมคุณภาพ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการปรุงอาหารให้แก่สมาชิกในครอบครัวและเครือข่ายการผลิต

ในมิติ Smart Regulation พบรูปแบบการบริหารจัดการที่มีความยืดหยุ่น โดยผู้สูงอายุทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดหลักการและแนวทางการทำงาน เปิดโอกาสให้สมาชิกที่มีทรัพยากรแตกต่างกันสามารถมีส่วนร่วมได้ตามศักยภาพ ส่วนมิติ Smart Technology ปรากฏในระดับปานกลาง เน้นการใช้เทคโนโลยีที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานของผู้สูงอายุ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจในชีวิตประจำวัน

3. ผลการสังเคราะห์เชิงประจักษ์จากการวิเคราะห์

เชิงเนื้อหา

การสังเคราะห์ผลจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาของทั้งสามกรณีศึกษา พบว่า มิติ Smart Service และ Smart Arts of Storytelling เป็นองค์ประกอบที่ปรากฏร่วมกันอย่างสม่ำเสมอและเด่นชัดที่สุดในทุกกรณี สะท้อนรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุที่อาศัยประสบการณ์ชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น และความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นฐานหลักของการสร้างคุณค่า

ในขณะที่มิติอื่นของ SMART Ageing Business Model เช่น Smart Material Management, Smart Regulation และ Smart Technology ปรากฏแตกต่างกันไปตามลักษณะธุรกิจและบริบทของแต่ละชุมชน ความแตกต่างดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุไม่จำเป็นต้องครอบคลุมทุกมิติของ SMART Model อย่างเท่าเทียมกัน หากแต่ควรเน้นมิติที่สอดคล้องกับบทบาทและศักยภาพของผู้สูงอายุในบริบทนั้น ๆ

ผลการศึกษาจึงแสดงให้เห็นว่า SMART Ageing Business Model สามารถใช้เป็นกรอบวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุได้อย่างยืดหยุ่น และช่วยทำความเข้าใจความหลากหลายของบทบาทผู้สูงอายุในธุรกิจครัวเรือนอย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

ผลการศึกษาจากกรณีธุรกิจครัวเรือนทั้งสามแห่งสะท้อนให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในกิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถเกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม เมื่อมีการออกแบบบทบาทที่สอดคล้องกับความรู้ ประสบการณ์ชีวิต และความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้สูงอายุ การวิเคราะห์ภายใต้กรอบ SMART Ageing Business Model ชี้ให้เห็นว่า ผู้สูงอายุสามารถใช้ประสบการณ์และภูมิปัญญาที่สั่งสมมาเป็นทั้งทุนมนุษย์ (human capital) และทุนทางสังคม (social capital) ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Chantarasena and Punyapiroje (2025) ที่มองผู้สูงอายุในฐานะผู้สั่งสมและส่งต่อทุนเชิงคุณค่า อาทิ เรื่องราว ความทรงจำ และค่านิยมของครอบครัวและชุมชน ผ่านกระบวนการสื่อสารและการเล่าเรื่องที่มีความหมาย



บทบาทของผู้สูงอายุในชนกฟาร์มและบ้านสวนธนกรสะท้อนการใช้ทุนมนุษย์ผ่านการแปรรูปอาหาร การควบคุมคุณภาพ และการถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิต ขณะที่กรณีวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโคกสลุงแสดงให้เห็นการใช้ทุนทางสังคมอย่างเด่นชัด โดยผู้สูงอายุทำหน้าที่เป็น “นักเล่าเรื่อง” ถ่ายทอดวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว การค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ Sooksai et al. (2025); Kaewkongpan et al. (2021) ที่ชี้ให้เห็นว่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและประสบการณ์ชีวิตของผู้สูงอายุมาใช้ ไม่เพียงช่วยธำรงอัตลักษณ์ชุมชน แต่ยังเสริมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับฐานราก

การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในกระบวนการพัฒนาธุรกิจ ตั้งแต่การผลิตการให้บริการ ไปจนถึงการตลาดและการตลาดยังสะท้อนแนวคิดเรื่องการเสริมสร้างพลังอำนาจในตนเองของผู้สูงวัย (empowerment) ตามข้อเสนอของ Punyamoonwongsa et al. (2022) ซึ่งเน้นว่าการเปิดพื้นที่ให้ผู้สูงอายุมีบทบาทอย่างต่อเนื่องและมีความหมาย โดยเฉพาะการทำงานร่วมกับคนรุ่นใหม่ จะช่วยเพิ่มความมั่นใจ ความภาคภูมิใจ และสถานะทางสังคมของผู้สูงอายุ การค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิด active ageing และ productive ageing ขององค์การอนามัยโลก (WHO, 2002) ที่เน้นการมีส่วนร่วมทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้สูงอายุในชุมชนอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้มีความแตกต่างจากงานของ Kaewkongpan et al. (2021) ซึ่งเน้นการจัดกิจกรรมผู้สูงอายุในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุหรือกิจกรรมกลุ่มเฉพาะ ในทางตรงกันข้าม งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุสามารถเกิดขึ้นผ่านการ “ลงมือปฏิบัติจริง” ในบริบทธุรกิจครัวเรือน และการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ เช่น การเรียนรู้จากการทำงานจริงหรือการเรียนรู้ร่วมกับคนอื่น ซึ่งสะท้อนความยืดหยุ่นของรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้สูงวัย

ในเชิงกรอบการพัฒนา ผลการศึกษายืนยันว่า SMART Ageing Business Model สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจ วิเคราะห์และออกแบบการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในบริบทธุรกิจครัวเรือนได้ โดยเฉพาะเมื่อใช้เป็นกรอบที่มีความยืดหยุ่น ไม่ตายตัว การเน้นมิติ Smart Service และ Smart Arts of Storytelling ซึ่งปรากฏร่วมกันในทุกกรณีศึกษา ช่วยทำให้เห็นบทบาทของผู้สูงอายุในฐานะ “ผู้ร่วมสร้างคุณค่า” มากกว่าผู้รับการพัฒนา ขณะเดียวกัน การออกแบบ Smart Technology และ Smart Regulation อย่างเหมาะสมกับศักยภาพของผู้สูงวัย สอดคล้องกับข้อเสนอของ Kattiyawara et al. (2017) ที่ชี้ว่าการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่เป็นศูนย์กลาง

การอภิปรายผลชี้ให้เห็นว่า SMART Ageing Business Model ไม่เพียงเป็นกรอบเชิงวิเคราะห์ แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงพัฒนาที่ช่วยเชื่อมโยงการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการใช้ “การเล่าเรื่อง” ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับความหมายทางสังคมและศักดิ์ศรีของผู้สูงวัยได้อย่างยั่งยืน



สรุป

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุสามารถมีบทบาทที่มีความหมายและมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในธุรกิจครัวเรือนได้ เมื่อการมีส่วนร่วมดังกล่าวสอดคล้องกับประสบการณ์ชีวิต ความรู้ และความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้สูงวัย ผลการศึกษาพบว่า มิติ Smart Service และ Smart Arts of Storytelling เป็นองค์ประกอบที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุอย่างเด่นชัดและปรากฏร่วมกันในทุกกรณีศึกษา ขณะที่มิติอื่นแตกต่างกันไปตามบริบทธุรกิจ ข้อค้นพบนี้ยืนยันว่า SMART Ageing Business Model มีประสิทธิภาพสูงสุดเมื่อใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์เชิงยืดหยุ่น มากกว่าการนำไปใช้เป็นรูปแบบการพัฒนาที่ตายตัว การวิจัยยังเน้นย้ำความสำคัญของการยอมรับผู้สูงอายุในฐานะผู้ร่วมสร้างคุณค่าในระบบเศรษฐกิจชุมชน และสามารถใช้เป็นฐานความรู้ในการออกแบบแนวทางส่งเสริมพลพลังผ่านธุรกิจครัวเรือนและวิสาหกิจชุมชนในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ เลขที่ N84A670469 โดยใช้กรอบการวิจัยในมนุษย์ตาม SOP ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายการอ้างอิง (References)

- Chantarasena, N., & Punyapiroje, C. (2025). Branding strategy in the family business: Somjai Biz Group Co., Ltd. case study. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 33(2), 70 - 82. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/282977>
- Department of Older Persons (2023, March 25). *The 3rd national plan for older persons (B.E. 2566-2580)*. <https://www.dop.go.th/th/laws/1/28/843>
- Kaewkongpan, D., Choothong, C., Mata, C., Srisawakran, S., & Machaiwong. S. (2021). Participatory innovation among elderly people by creative creation for establishing elderly school in Ban Laeng subdistrict, Mueand district, Lampang province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 9(3), 433 - 444. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/245491>



- Kattiyawara, K., Raungdessuwon, S., & Manoppong, A. (2017). The development of marketing promotion model with the participation of the community enterprise: A case study: Antique oil lamp product Pongyangkok subdistrict, Hang Chat district, Lampang province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 5(2), 310 - 332. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/126916>
- National Statistical Office. (2024, March 25). *The 2024 survey of the older persons in Thailand*. https://www.nso.go.th/nsoweb/storage/survey_detail/2025/202412091420241209145003_27188.pdf
- Punyamoonwongsa, C., Thanomsieng, P., Totanayanon, S., Sirichaisin, K., Jeenkram, A., Klintavorn, W., & Wonguparaj, K. (2022). Self-empowerment of the elderly through participation of children and youth in Mae Tha district, Lampang province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 10(2) , 223 - 238. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/255047>
- Shaw, K., Chaisu, K., Sribureeruk, P., & Sankanueng, M. (2025). *The development of elderly and communication innovations for income generation using the SMART ageing business model*. Research report School of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management
- Sooksai, T., Nammakhunt, A., & Hiranphaet, A. (2025). Key factors in preserving cultural identity affecting senior tourism: A case study of Bang Luang market (122 R.E., 1893 A.D.). *Journal of Community Development and Life Quality*, 13(3), 322 - 332. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/277324>
- World Health Organization. (2002, June 10). Active ageing: A policy framework. : <https://apps.who.int/iris/handle/10665/67215>