ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2568

วารสาร การพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

เครือข่ายบริหารการวิจัย
Research Administrative Network

ISSN: 3057-1839 (Print) ISSN: 3057-1847 (Online)

Journal for Community Development and Life Quality

1. การประเมินผลตอบแทนทางสังคมผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี
ปริญญา นาคปฐม, กฤษฎิพัทธ์ พิชญะเดชอนันต์, สกุล ศิริกิจ, คัชพล จั่นเพชร และ พันธุ์เพิ่มศักดิ์ อารุณี 312
2. ปัจจัยสำคัญในการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวผู้สูงวัย: กรณีศึกษาตลาดบางหลวง ร.ศ. 122
ทมนี สุขใส, เอนก นามขันธ์ และ อัญชลี หิรัญแพทย์ 322
3. การยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม เพื่อส่งเสริมอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านสื่อดิจิทัล
นิสากร พุทธวงศ์, คงฤทธิ์ รีวงษ์, รัตนา สุวรรณทิพย์ และ บุญธรรม ข่าขันมะณี 333
4. สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา
ศศิพิสุทธิ์ หงษ์สมบัติ, สุภาวดี อิสณพงษ์, รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และ ศศิพิมพ์มาศ หงษ์สมบัติ 343
5. การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขในชุมชน: แนวทางการส่งเสริมอนามัยครอบครัวผ่านการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภค (นวัตกรรมเพื่อการเฝ้าระวังสุขภาพชุมชน) ชุมชนสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่
ฉัตรศิริ วิภาวิน 353
6. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง ตำบลทุ่งผึ้ง อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง
ดารารัตน์ ธาตุรักษ์, ปัญจพร ศรีชนาพันธ์, ณัฐนรี ทองดีพันธ์ และ พรรณษา เรือนน้อย 363
7. การพัฒนาชุมชนในภาวะชุมชนไร้รูปแบบ: แนวคิดทฤษฎีและปฏิบัติการ
ชลนภา อนุกูล 376
8. ศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนที่นำไปสู่ความสำเร็จ
วัชรินทร์ อรรคศรีวร และ ยุทธนา พรรคอนันต์ 387
9. การพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร
อุทุมพร หลอดโค 397
10. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดออนไลน์แบบมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น
ดาวรถา วีระพันธ์, จุรีมาศ ดีอำมาตย์, ฐิติมา เกศาหอม และ ดวงเดือน วัฏฏานุรักษ์ 407
11. ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา: กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง
ศุภวุฒิ อภินนท์กูล, อาชวิทธิ์ เจิงกลิ่นจันทน์ และ สุภกร ตันวราวุฒิชัย 420
12. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม
นฤพร บุตรเพชร และ วัลภา แต้มทอง 429

TCI กลุ่มที่ 2 Impact Factor 2561 = 0.663

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

เรื่องที่ตีพิมพ์

บทความวิจัย บทความปริทัศน์ หรือบทความวิชาการ

การเตรียมต้นฉบับ

1. ภาษา เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ

2. การพิมพ์ พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษขนาด A4 ด้วย คอมพิวเตอร์โปรแกรมไมโครซอฟเวิร์ด ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 14 ตัวอักษรต่อนิ้ว **ความยาวไม่ควรเกิน 8 - 10 หน้า** (รวมบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

3. การเรียงลำดับเนื้อหา

3.1 ชื่อเรื่อง (Title) ควรสั้น ชัดเจน และต้องสื่อเป้าหมายหลักของการศึกษาวิจัย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 หนา

3.2 ชื่อผู้เขียน เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 หนา เอียง สำหรับ ที่อยู่ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ให้พิมพ์บรรทัดถัดไป ข้างล่างชื่อผู้เขียน ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 12

3.3 บทคัดย่อ (Abstract) ควรเป็นเนื้อหาที่สั้น ชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยรวมเหตุผลในการศึกษาวิจัย อุปกรณ์ วิธีการ ตลอดจนผลการศึกษาและสรุปด้วย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ **ไม่ควรเกิน 200 คำ** และให้ระบุคำสำคัญ (keywords) ไว้ท้ายบทคัดย่อแต่ละภาษาด้วย **จำนวนคำไม่เกิน 5 คำ** (บทความปริทัศน์อาจไม่ต้องมีบทคัดย่อ)

3.4 คำนำ (Introduction) แสดง**ความเป็นมาและเหตุผล**ที่นำไปสู่การศึกษาวิจัย รวมการตรวจเอกสารอย่างน้อย 5 แหล่ง (Review of Literature) และ**วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย**ไว้ด้วย

3.5 อุปกรณ์และวิธีการ (Materials and Methods) ให้บอกรายละเอียด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประชากรต้องระบุขอบเขต จำนวนและคุณลักษณะของประชากรให้ชัดเจน กลุ่มตัวอย่าง คือ ส่วนหนึ่งของประชากรที่จะนำมาศึกษา ต้องระบุขนาด ของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการและขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างละเอียด

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นการให้รายละเอียดเครื่องมือที่จะใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการอธิบายว่าจะเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการอธิบายถึงวิธีการจัดกระทำกับข้อมูลที่ได้มา เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.6 ผลการศึกษาหรือผลการทดลอง (Results) ให้บรรยายผลการศึกษาวิจัย พร้อมเสนอข้อมูลในรูปแบบ ตารางหรือภาพประกอบได้ โดยตารางหรือภาพ ให้จัดทำเป็น**ภาษาอังกฤษ**ทั้งหมด และไม่ควรมีการอ้างอิงในผลการศึกษา

3.7 วิจารณ์ (Discussion) หรืออภิปรายผล ควรเชื่อมโยงกับผลการศึกษาว่า**สอดคล้อง**กับสมมุติฐาน **หรือแตกต่างไปจากผลงานวิจัยที่มีผู้รายงานไว้ก่อน**หรือไม่อย่างไรและด้วยเหตุใด โดยมีพื้นฐานการอ้างอิงที่เชื่อถือได้ วิจารณ์อาจนำไปรวมกับผลการศึกษาเป็นผลการศึกษาและวิจารณ์ (Results and Discussion)

3.8 สรุป (Conclusion) ควรสรุปผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยอย่างกระชับว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่

4. กิตติกรรมประกาศ หรือ คำขอบคุณ (Acknowledgement)

อาจมีหรือไม่มีก็ได้ เป็นการแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่ช่วยเหลือในงานวิจัย แต่ไม่ได้เป็น ผู้ร่วมงานวิจัย

5. เอกสารอ้างอิง (References)

5.1 ในเนื้อเรื่อง

หน้าข้อความ	ท้ายข้อความ
TH: Jaisuk (2018) รายงานว่า	TH: (Jaisuk, 2018)
EN: Johny (2018)	EN: (Johny, 2018)
หากมีผู้เขียน 2 คน ให้ใช้เป็น	
Jaisuk and Jaingam (2018) รายงานว่า	(Jaisuk and Jaingam, 2018)
Johnnie and Walker (2018)	(Johnnie and Walker, 2018)
ถ้ามีผู้เขียนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ให้ใช้ชื่อคนแรกแล้วตามด้วยคำว่า และคณะ	
Jaisuk *et al.* (2018) รายงานว่า	(Jaisuk *et al*., 2018)
Johny *et al.* (2018)	(Johny *et al*., 2018)
*** หมายเหตุในเนื้อเรื่องของบทความให้ใส่ชื่อผู้เขียนทุกคน ห้ามใช้คำว่า และคณะ หรือ *et al.***	

5.2 เอกสารอ้างอิง ต้องเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมดโดยเรียงตามลำดับอักษร ตามรูปแบบการเขียน มีดังนี้

1) วารสาร (Journals) **(อ้างอิงวารสารที่มีความทันสมัย/เป็นปัจจุบันมากที่สุด)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อเรื่อง./ชื่อวารสาร/(เขียนเต็ม)/ปีที่(ฉบับที่):/เลขหน้าเริ่มต้น-เลขหน้าที่สิ้นสุด ตัวอย่างเช่น (เว้นวรรค Spacebar 1 ครั้ง)

> Chutrakul, S. 2022. Development approach for community-based tourismin travel TV shows content in support of community-based tourism. Journal of Community Development and Life Quality 10(1): 35-44. (in Thai)
>
> Wong, W. and G. Tang. 2017. Social movement and youth participation in Hong Kong: Importance of co-evolution between government and youth. Journal of Youth Studies 20(1): 96-112.

2) หนังสือ และตำรา (Books & Textbooks) **(อ้างอิงให้น้อยที่สุด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากวารสารได้)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อหนังสือ./สำนักพิมพ์,/เมืองที่พิมพ์./จำนวนหน้าทั้งหมด. ตัวอย่างเช่น

> Jaturasitha, S. 2012. Meat Technology Mingmuang. Chiangmai. 367p. (in Thai)
>
> Gullan, P. J. and P. S. Cranston. 2005. The Insects: An Outline of Entomology. 3rd ed. Blackwell Publishing, Malden. 505 p.

3) เรื่องย่อยในตำราหรือหนังสือที่มีผู้เขียนแยกเรื่องกันเขียน และมีบรรณาธิการ **(อ้างอิงให้น้อยที่สุด ในกรณีที่ไม่สามารถสืบค้นจากวารสารได้)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อเรื่องย่อย./หน้า/เลขหน้าเริ่มต้น-เลขหน้าที่สิ้นสุด./*ใน*:/ชื่อบรรณาธิการ,/(บก.)/ชื่อหนังสือ. สำนักพิมพ์,/เมืองที่พิมพ์.

ตัวอย่างเช่น

> Wechakit, D. and S. Tongsakul. 2017. Technical Use of Pesticides. pp. 22-42. *In*: S. Ruiaree (eds.) Insects and Animals, Major Enemies of Economic Plants and Management. Idea Square, Bangkok. (in Thai)
>
> Bourdeau, P. J. Corneloup and P. Mao. 2004. Adventure sports and tourism in the French mountains: Dynamics of change and challenges for sustainable development. pp. 101-116. *In*: B.W. Ritchie and D. Adair (eds.). Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues. Channel View Publications, Clevedon.

4) สื่ออิเล็คทรอนิคส์ **(อ้างอิงเฉพาะข้อมูลที่ทันสมัย/เป็นปัจจุบัน เช่น สถิติจำนวนประชากร เป็นต้น)**

ชื่อผู้เขียน./ปีที่พิมพ์./ชื่อเรื่อง./(ระบบออนไลน์)./แหล่งข้อมูล:/ชื่อ Website/(วันเดือนปีที่สืบค้นข้อมูล).

> Department of Local Administration. 2018. Community Management Plan (Online). Available: http://www.dla.go.th/upload/document/type2/2018/1/19390_2_1516003578311.pdf?time=1516143862616 (May 9, 2018). (in Thai)
>
> National Statistical Office. 2016. The 2016 household survey on the use of information and communication technology. (Online). Available: https://goo.gl/rv6nbc (October 05, 2017).

รูปแบบในการใช้ภาษาอังกฤษในเนื้อเรื่องภาษาไทย

ชื่อวิทยาศาสตร์ คำขึ้นต้นให้ใช้อักษรตัวใหญ่ และใช้อักษรตัวเอน

Meloidogyne incognita

ชื่อเฉพาะ ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวใหญ่ทุกคำ

Berdmann, Marschner

ภาษาอังกฤษทั้งในวงเล็บและนอกวงเล็บ ให้ใช้ตัวเล็ก

completely randomized design, (transition period)

ตัวย่อ ให้ใช้อักษรตัวใหญ่ทั้งหมด และควรมีคำเต็มบอกไว้ในการใช้ครั้งแรก

(randomized complete block design, RCBD)

หัวข้อเรื่อง ให้ขึ้นด้วยอักษรตัวใหญ่

Abstract, Introduction

คำแรกที่ตามหลัง คำสำคัญ ให้ขึ้นต้นด้วยอักษรตัวใหญ่

Keywords: Mango, chlorophyll

การส่งเรื่องเพื่อตีพิมพ์ ให้ส่งต้นฉบับ หรือ Online Submission

การตอบรับบทความ บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร ต้องได้รับการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

Journal for Community Development and Life Quality

ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2568)

Volume 13, Issue 3 (September – December 2025)

ISSN: 3057-1839 (Print)

ISSN: 3057-1847 (Online)

ผู้จัดพิมพ์ **Publisher**	เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Upper Northern Research Administrative Network, Chiang Mai Uniersity
กำหนดการพิมพ์ **Publication**	วารสารราย 4 เดือน (3 ฉบับ/ปี) ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม	Tri-annually Issue 1 January-April Issue 2 May-August Issue 3 September-December
วัตถุประสงค์ **Objective**	เป็นวารสารสาขามนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ที่ตีพิมพ์ผลงานวิจัยของนักวิชาการและบุคคลทั่วไปที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะเพื่อการพัฒนาชุมชนและเพิ่มคุณภาพชีวิต โดยการสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.)	To be Humanities and Social Sciences journal published the results of research scholars and the general quality and can be used, especially for community development and enhance the quality of life. The journal was supported by the Office of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation
ที่ปรึกษา **Consulting**	ศ.ดร.ศุภชัย ปทุมนากุล Supachai Pathumnakul, Ph.D. Prof.	ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation
	รศ.ดร.ก้าน จันทร์พรหมมา Kan Chantrapromma, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ Hatyai University
บรรณาธิการ **Editor**	ศ.เกียรติคุณ ดร. สัญชัย จตุรสิทธา Sanchai Jaturasitha, Ph.D., Prof. Emeritus	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University
ผู้ช่วย **บรรณาธิการ** **Asst. Editor**	นางสาว กีรติ แก้วสัมฤทธิ์ Geerati Kaewsumrit, M.A.	สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม Office of the Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation
	รศ.ดร.ไสว บูรณพานิชพันธุ์ Sawai Buranapanichpan, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Chiang Mai University
	ผศ.ดร.นิราภรณ์ ชัยวัง Niraporn Chaiwang, Ph.D., Asst. Prof.	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ Chiang Mai Rajabhat University
กองบรรณาธิการ **(ฝ่ายวิชาการ)** **Editorial Board** **(Academic)**	ศ.พญ.ผิวพรรณ มาลีวงษ์ Pewpan Maleewong, Ph.D., MD.	มหาวิทยาลัยขอนแก่น Khon Kaen University
	ศ.ดร.กรกนก อิงคนินันท์ Kornkanok Ingkaninan, Ph.D. Prof.	มหาวิทยาลัยนเรศวร Naresuan University

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
Journal for Community Development and Life Quality
ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2568)
Volume 13, Issue 3 (September – December 2025)
ISSN: 3057-1839 (Print)
ISSN: 3057-1847 (Online)

กองบรรณาธิการ (ฝ่ายวิชาการ) Editorial Board (Academic)	รศ.ดร.แหลมทอง ชื่นชม Laemthong Chuenchom, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Prince of Songkla University
	รศ.ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ Siwarit Pongsakornrungsilp, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ Walailak University
	ศ.ดร.หนึ่ง เตียอำรุง Neung Teaumroong, Ph.D. Prof.	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี Suranaree University of Technology
	รศ.ดร.นิรมล ธรรมวิริยสติ Niramon Thamwiriyasati, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University
	รศ.ดร.ชนะศึก นิชานนท์ Chanasuek Nichanong, Ph.D., Assoc. Prof.	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต Suan Dusit University
	รศ.ดร.ภก.ประสพชัย พัฒน์โรจนโสภณ Prasopchai Patrojanasophon, Ph.D., Assoc. Prof., Pharm.	มหาวิทยาลัยศิลปากร Silpakorn University
	ผศ.ดร.สุพัฒน์ กู้เกียรติกูล Supath Kookiattikoon, Ph.D., Asst. Prof.	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี Ubon Ratchathani University

กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจและแก้ไขบทความที่เสนอเพื่อการตีพิมพ์ในวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
The Editorial Board claims a right to review and correct all articles submitted for publishing

บทความหรือข้อความคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต เป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ คณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย และไม่ใช่ความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยและคณะผู้จัดทำ / บรรณาธิการ

ติดต่อกองบรรณาธิการ
นางสาวณัฐริกา อุตสาใจ
กองบรรณาธิการวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 E-mail: journals.unrn@gmail.com
โทรศัพท์ 053-942-476 โทรศัพท์ (มือถือ) 087-656-0160

พิมพ์ที่: เครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน
สถาบันวิจัยพหุศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

บทบรรณาธิการ

สวัสดีครับท่านผู้อ่านทุกท่าน

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุรภาพชีวิต ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 3 ของปีที่ 13 กำลังจะเข้าปีที่ 14 ต้องขอขอบพระคุณทีมวิจัยทุกท่านที่ได้แบ่งปันบทความวิจัยดี ๆ มาให้กับทุกท่าน

สำหรับฉบับนี้ มีบทความวิจัยทั้งหมด 12 เรื่อง ทั้งการท่องเที่ยว การศึกษา วิสาหกิจชุมชน เกษตรและอาหาร เป็นต้น ยังมีอีก 1 บทความ ที่ต้องการประเมินผลตอบแทนทางสังคม ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร นับว่าเป็นสิ่งที่นักวิจัยจะได้เรียนรู้ เพราะในปัจจุบันมักมีคำถามจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ว่างานวิจัยมีความคุ้มค่า คุ้มทุนมากน้อยอย่างไร ดังนั้น เพื่อจะได้คำตอบจึงต้องมีการประเมินผลทางเศรษฐกิจและสังคม (Social Return on Investment, SROI)

ผมขอขอบพระคุณทั้งนักวิจัยและผู้ท่านที่สนับสนุนให้วารสารฯ นี้ดำเนินการมาถึง 13 ปี และหวังว่าคงจะได้รับการสนับสนุนบทความวิจัยดี ๆ จากทีมวิจัยเช่นเคย

พบกันใหม่ฉบับหน้าครับ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. สัญชัย จตุรสิทธา
บรรณาธิการวารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี

Social Return on Investment (SROI) of Creative City Gastronomy Tourism Activities in Phetchaburi Province

ปริญญา นาคปฐม[1] กฤษฎิพัทธ์ พิชญะเดชอนันต์[1] สกุล ศิริกิจ[2] คัชพล จั่นเพชร[3] และ พันธุ์เพิ่มศักดิ์ อารุณี[4]*

Parinya Nakpathom[1], Krittipat Pitchayadejanant[1], Sakul Sirikit[2], Katchaphon Janpetch[3] and Panpuemsak Arrune[4]*

[1]วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา จ. ชลบุรี 20131

[1]Burapha University International College, Chonburi 20131, Thailand

[2]สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา จ. ชลบุรี 20131

[2]Academic Service Center, Burapha University, Chonburi 20131, Thailand

[3]องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) กรุงเทพมหานคร 10210

[3]Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization), Bangkok 10210, Thailand

[4]กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม กรุงเทพมหานคร 10400

[4]Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, Bangkok 10400, Thailand

*Corresponding Author: E-mail: parinyan@go.buu.ac.th

(Received: March 4, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 26, 2025)

Abstract: This research aimed to study the outputs of the Creative City Tourism Activities project and assess the Social Return on Investment (SROI) generated through tourism activities in Phetchaburi Creative City. Employing an action research methodology, this qualitative study focused on problem-solving in Phetchaburi Province. Primary data were collected through semi-structured interviews, which served as guidelines for in-depth interviews with 25 key informants, together with secondary data from document research. The findings indicate the project's effectiveness, with its five key outputs aligning directly with the project's objectives. Furthermore, the SROI analysis of the creative city tourism activities demonstrated favorable achievement in terms of project value. A social cost-benefit ratio of 1:3.06 was observed, signifying that every 1 baht of project expenditure is expected to generate an increased household income of 3.06 baht within the next three years.

Keywords: Social Return on Investment (SROI), Creative City of Gastronomy, Tourism Activities, Phetchaburi City

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลผลิตตามเป้าหมายของโครงการกิจกรรมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร และการประเมินผลตอบแทนทางสังคมผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจังหวัดเพชรบุรี โดยเป็นการวิจัยการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการแก้ปัญหาในจังหวัดเพชรบุรี โดยศึกษาข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

กับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 25 คน ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่ การวิจัยเอกสาร ผลการศึกษาพบว่า โครงการฯ มีประสิทธิผล เนื่องจากผลผลิตที่ได้ของโครงการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ จำนวน 5 กิจกรรม สำหรับการประเมินผลตอบแทนทางสังคมผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี มีผลสัมฤทธิ์เนื่องจากพิจารณาจากความคุ้มค่าในการดำเนินงานโครงการ โครงการฯ มีความคุ้มค่าจากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางสังคม มีค่าเท่ากับ 1 : 3.06 หมายความว่า เงินงบประมาณ 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินโครงการ ให้ผลตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นเป็น 3.06 บาท ในช่วงอีก 3 ปีข้างหน้า
คำสำคัญ: การประเมินผลตอบแทนทางสังคม, เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร, กิจกรรมการท่องเที่ยว, จังหวัดเพชรบุรี

คำนำ

การขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ เป็นหมุดหมายที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ 2561 - 2580) ตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวโลก รวมทั้งพัฒนาเมืองท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละเมือง ภายใต้แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 5 ด้านการท่องเที่ยว ประเด็นย่อยด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยกำหนดเป้าหมายให้จำนวนเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น (Office of the National Economic and Social Development Board, 2018)

กลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของเมืองด้านการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์เพื่อให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งเน้นผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อพื้นที่ โดยการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมมาบูรณาการกับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อขับเคลื่อนเมืองสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ (Wongbuangam and Teanthaworn, 2023) สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การสหประชาชาติ ตามวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 โดยขับเคลื่อนร่วมกันกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network – UCCN) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่าย การใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ในมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการแลกเปลี่ยน ถ่ายทอดประสบการณ์ องค์ความรู้ที่มีในแต่ละท้องถิ่นและชุมชนระหว่างประเทศสมาชิกหรือระหว่างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้วยกัน (Mungsri, 2022) ประกอบด้วย 7 สาขา ได้แก่ 1) วรรณคดี 2) การออกแบบ 3) ภาพยนตร์ 4) ดนตรี 5) หัตถกรรมพื้นบ้าน 6) ดนตรี ศิลปะ และ 7) อาหาร ปัจจุบันมีเมืองที่เป็นเครือข่ายทั่วโลกมากกว่า 350 เมือง ประเทศไทยมีเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกทั้งสิ้น 7 เมือง ได้แก่ 1) ภูเก็ต 2) เชียงใหม่ 3) สุโขทัย 4) กรุงเทพมหานคร 5) เพชรบุรี 6) เชียงราย และ 7) สุพรรณบุรี

เมืองเพชรบุรี ได้รับการประกาศให้เพชรบุรีเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจากองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็น 1 ใน 49 เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจากทั่วโลก เนื่องจากจังหวังเพชรบุรีมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว โดยเป็นเมือง 3 วัง ได้แก่ พระนครคีรี พระรามราชนิเวศน์ พระราชนิเวศมฤคทายวัน เป็นเมือง 3 ทะเล ทะเลเม็ดทราย ทะเลโคลน ทะเลหมอก และเป็นเมือง 3 รส ประกอบด้วย รสหวาน รสเค็ม รสเปรี้ยว (Mungsri, 2022) ดังนั้นการนำเสนออัตลักษณ์เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารส่งผล

ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนเป็นจำนวนมาก (Wetchaninnart *et al.,* 2022)

ทั้งนี้การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีการประเมินผลกระทบความคุ้มค่าทางสังคม เป็นการบันทึกและรวบรวมข้อมูลจากกิจกรรมโดยพิจารณาบริบทความเชื่อมโยงขององค์ประกอบอื่นๆ นำไปสู่การวิเคราะห์ผลลัพธ์หรือผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานที่เป็นไปในทิศทางบวก เพื่อนำมาประเมินคุณค่าของการดำเนินโครงการและวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการฯ นอกจากนั้นชุมชนต้องจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชน และผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบเชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ โดยเน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน (Sutthikhun and Jaimun, 2024)

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี ต้องเชื่อมโยงองค์ความรู้ในการบริหารจัดการในรูปแบบที่เหมาะสม เน้นการมีส่วนร่วมและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับชุมชนเจ้าของพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (Boonmee *et al.,* 2025) ดังนั้นการวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลผลิตตามเป้าหมายของโครงการกิจกรรมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร และการประเมินผลตอบแทนทางสังคมผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร จังหวัดเพชรบุรี

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยพื้นที่ศึกษา ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ระหว่างเดือนตุลาคม 2565 - กันยายน 2566

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 25 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาคการศึกษา สมาคม องค์กร และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่ งานวิจัยเอกสาร และตำรา โดยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผ่านกระบวนการการรวบรวมข้อมูล รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความเข้มงวดในการวิเคราะห์และการตีความ โดยมีการกลั่นกรองอย่างมีระบบ ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญของงานวิจัยคุณภาพ (Podhisita, 2013) และมีการการตรวจสอบสามเส้าเป็นการตรวจความความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพตามแนวทางของ Noppakesorn (2008) กล่าวคือ การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล เป็นแนวทางสำหรับการยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล และยืนยันว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาถูกต้องหรือไม่ ผู้วิจัยพิจารณาช่วงเวลาเก็บข้อมูลที่แตกต่างกัน สถานที่ต่างกัน และบุคคลผู้ให้ข้อมูลแตกต่างกัน และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล จากนั้นสรุปข้อมูลผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนาโวหาร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 25 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด มีการบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องอัดเสียง การจดบันทึก และการถ่ายภาพประกอบในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดระบบข้อมูล โดยอาศัยหลักเกณฑ์ของ Podhisita (2013) ซึ่งนำเสนอองค์ประกอบที่สำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูล มีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. การจัดระเบียบข้อมูล (data organizing) เป็นการจัดการข้อมูลให้เป็นระเบียบ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบคำถามในการสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่ม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อจะได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. การแสดงข้อมูล (data display) เป็นการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน และทำให้เข้าใจในเรื่องราวที่ผู้วิจัยทำการศึกษา มีความเชื่อมโยงของแต่ละขั้นตอนที่กำหนดไว้ในแผนการศึกษา โดยจะบรรยายถึงเรื่องราวที่ผู้วิจัยทำการศึกษาตามกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์

3. การหาข้อสรุป การตีความ และการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัย (conclusion, interpretation and verification) เป็นสิ่งที่สำคัญมากจากการนำเสนอข้อมูลที่ได้ค้นพบและการแสดงข้อมูลว่ามีความถูกต้อง ชัดเจน ตรงประเด็น และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะอธิบายตามกรอบแนวคิดหรือทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ จากนั้นนำเสนอข้อมูลและผลการวิจัย แบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการศึกษา

1. ผลการสัมภาษณ์ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารจังหวัดเพชรบุรี ได้ผลผลิต ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 5 กิจกรรมหลัก ดังนี้

1.1 กิจกรรมการส่งเสริมให้เมืองเพชรบุรีเป็นศูนย์กลางด้านอาหารของโลกหรือครัวโลกร่วมกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหารในระดับนานาชาติ มีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ด้านอาหารภายในเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารชองไทยและของโลก โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และการสาธิตโดยวิทยากรจากเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารภูเก็ต ประเทศไทย และเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารกูชิ่ง (Kuching) ประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรม ได้แก่ (1) การสาธิตยกระดับวัตถุดิบพื้นถิ่นของสมาชิกเมืองสร้างสรรค์ (2) การนำเสนอองค์ประกอบอาหารสร้างสรรค์ของสมาชิกเมืองสร้างสรรค์ (3) การเผยแพร่องค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น การวิจัยที่สนับสนุนและนำไปสู่การยกระดับอาหารพื้นที่ถิ่นเป็นอาหารสร้างสรรค์ และ (4) การแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมเมืองสร้างสรรค์ในด้านอื่น ๆ

1.2 กิจกรรมการจัดการเสวนาระดับนานาชาติทางด้านอาหาร เป็นการดำเนินกิจกรรมเป็นสร้างโอกาสและประเด็นในการแลกเปลี่ยนแนวคิดสร้างสรรค์ ผ่านการสนทนาเป็นกำกับดูแลโดยการกำหนดประเด็นในการสนทนาเพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ตรงประเด็นและมีผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ในอนาคต โดยเชิญผู้ร่วมเสวนาจาก 3 เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ได้แก่ เมืองกูชิ่ง (Kuching) ประเทศมาเลเซีย, เมืองฮอยอัน (Hoi An) สาธารณรัฐประชาชนจีน และเมืองเพชรบุรี ประเทศไทย โดยมีประเด็นคำถามสำคัญ ได้แก่ (1) การแลกเปลี่ยนแนวคิดสร้างสรรค์สู่การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (2) การแลกเปลี่ยนเชิงนโยบายของเมืองสร้างสรรค์ (3) แนวทางการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ในอนาคต และ (4) การต่อยอดเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร กับเมืองสร้างสรรค์ด้านอื่น ๆ

1.3 กิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการท้องถิ่นด้านสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารเพชรบุรี ซึ่งมีลักษณะของการดำเนินกิจกรรม

เป็นการสร้างองค์ความรู้ในความเป็นเมืองสร้างสรรค์ การแสวงหาแนวทางการพัฒนาอาหารถิ่นสู่การเป็นอาหารสร้างสรรค์ รวมทั้งการนำเสนอแนวคิดเพื่อการจัดการปัญหาในระดับพื้นฐาน การนำเสนอแนวทางการจัดการปัญหาที่ไม่เป็นไปตามองค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์ และที่สำคัญมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านแนวคิด “อาหารประสานศิลป์”

1.4 กิจกรรมการสร้างร่วมมือเพื่อให้เกิดการบูรณาการอย่างสร้างสรรค์ในด้านสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของเมืองเพชรบุรีด้านอาหาร มีลักษณะของการดำเนินกิจกรรมเป็นการสร้างโอกาสและการแลกเปลี่ยนช่องทางการติดต่อระหว่างชุมชนภายในเมืองสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้เกิดรับรู้และเกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนในมิติของสินค้า วัตถุดิบ บริการ เพื่อการพัฒนาและการร่วมขับเคลื่อนกิจกรรมของเมืองสร้างสรรค์ในอนาคต รวมทั้งการประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการรับรู้ระหว่างชุมชนภายในเมือง เพื่อเกิดแรงขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องจากการขับเคลื่อน ปีที่ 1 สู่ ปีถัดไป

1.5 กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างความสัมพันธ์และบูรณาการความร่วมมือ ระหว่างเมืองเพชรบุรี กับเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีลักษณะของการดำเนินกิจกรรมเป็นการลงพื้นที่ศึกษาดูงานในสถานที่จริง ภายในจังหวัดเพชรบุรี โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกเมืองสร้างสรรค์ หน่วยงานภาคีเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ และผู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม จากนั้นเป็นการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นและการสรุปผลการศึกษาจากการศึกษาดูงานเพื่อเสนอแนวคิดสำหรับการพัฒนาต่อยอดการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในอนาคต ผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการฯ เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ ภายใต้แนวคิดเมือง 3 รส ทราบถึงกระบวนการการได้มาซึ่งวัตถุดิบจากสถานที่ศึกษาดูงาน จนเกิดแนวคิดในการแลกวัตถุดิบระหว่างเมือง เช่น เมืองกูชิ่ง (Kuching) ประเทศมาเลเซีย มีความสนใจในการสั่งซื้อมะนาวจากเมืองเพชรบุรี จากเดิมสั่งจากแอฟริกาใต้ เนื่องจากมะนาวแป้นเมืองเพชรบุรี ให้ปริมาณน้ำมะนาวและรสชาติที่ดีกว่า ที่สำคัญเกิดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ตามแนวคิด “จากภูผาสู่นที”

2. ผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social return on investment : SROI) แบ่งเป็นขั้นตอน 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดขอบเขตการศึกษา โดยกำหนดกรอบเวลาของการศึกษาเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้น ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2566 จากชุมชนในการดูแลของพื้นที่พิเศษ อพท. 8 ได้แก่ (1) ชุมชนบ้านดงห้วยหลวง (2) ชุมชนบ้านไร่กร่าง (3) ชุมชนบ้านถ้ำรงค์ (4) ชุมชนบ้านถ้ำเสือ (5) ชุมชนคลองกระแชง (6) ชุมชนทองนพคุณ (7) ชุมชนไร่สะท้อน โดยแต่ละชุมชมที่ต้นทุนทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ความอุดมสมบูรณ์ทางชีวภาพ ระบบนิเวศ และวัตถุดิบคุณภาพสูงที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อรายได้ทางการท่องเที่ยว และรายได้ครัวเรือนที่แตกต่างกัน

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแผนที่ผลลัพธ์ว่าในแต่ละกิจกรรมได้ผลผลิต และผลลัพธ์เป็นอย่างไร สรุปว่ามีผู้ได้รับประโยชน์ทางตรงจากแต่ละกิจกรรมเป็นจำนวนเท่าใด ส่วนผลลัพธ์ คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการจัดแต่ละกิจกรรมที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับ ในกรณีนี้ผลลัพธ์จะอยู่ในรูปของรายได้เฉลี่ยต่อปีที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร หรือองค์ความรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เฉพาะครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการเท่านั้น)

ขั้นตอนที่ 3 การคำนวณจะนำค่าของผลลัพธ์รวมที่อยู่ในรูปของรายได้ที่เกิดจากการคาดการณ์ แปลเป็นมูลค่าที่เกิดขึ้นจากการมีกิจกรรมแต่ละกิจกรรม หารด้วยผลรวมของงบประมาณรวมแต่

ละกิจกรรม ทั้งนี้ผลลัพธ์นั้นจะต้องมีการนำมาคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยใช้สูตรของอัตราการคิดลดค่าเงินที่ใช้สำหรับ การคำนวณมูลค่าในปัจจุบัน ซึ่งจะใช้อัตราการคิดลดลง ร้อยละ 7 เป็นระยะเวลา 3 ปี รายละเอียดดัง Table 1

Table 1. Demonstration of project expenditure cost-effectiveness rates

Community name	Number of participants	Estimated additional rate (20%)	Average baseline daily income (Baht)	Average monthly income increase (Baht)	Average annual income increase (Baht)
Ban Dong Huai Luang community	12	80	400	28,800	1,036,800
Ban Rai Krang community	14	110	550	46,200	1,663,200
Ban Tham Rong community	13	60	300	23,400	842,400
Ban Tham Suea community	12	70	350	25,200	907,200
Khlong Krachaeng community	20	96	480	57,600	2,073,600
Thong Nopphakhun community	8	80	400	19,200	691,200
Rai Sathon community	9	110	550	29,700	1,069,200
Total	**85**	**129**	**432**	**32,871**	**1,036,800**

จาก Table 1 แสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เข้าร่วมโครงการฯ พบว่าการประมาณการรายได้เพิ่มขึ้นต่อวัน ร้อยละ 20 เป็นมูลค่าเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 32,871 บาทต่อเดือน โดยมูลค่ารวมที่เกิดขึ้นในระยะเวลา 3 ปี จะเท่ากับ 1,036,800 บาท เมื่อหลังนำมูลค่าปัจจุบันของผลลัพธ์ที่ได้หารด้วยจำนวนเงินงบประมาณจะได้เป็นอัตราส่วน SROI = 1: 3.06หมายความว่าเงินงบประมาณ 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินโครงการให้ผลตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น 3.06 บาท ในช่วง 3 ปีข้างหน้า โครงการนี้จึงประเมินว่า **มีความคุ้มค่า** ในการดำเนินการ รายละเอียดดัง Table 2

Table 2. Display of the social return on investment (SROI) of the project

Ye	Discount rate (7%)	Total annual income
1	1	2,761,2
2	0.9346	2,580,6
3	0.83	2,152,2
Total		7,494,052
Budget		2,452,950
SR		1 : 3.06

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้พบว่าการประเมินประสิทธิผลความครบถ้วนของผลผลิตตามเป้าหมายของโครงการกิจกรรมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดเพชรบุรี มีการดำเนินการโครงการฯ ได้ผลผลิตตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 5 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) กิจกรรมการส่งเสริมให้เมืองเพชรบุรีเป็นศูนย์กลางด้านอาหารของโลกหรือครัวโลกร่วมกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหารในระดับนานาชาติ 2) กิจกรรมการจัดการเสวนาระดับนานาชาติทางด้านอาหาร เป็นการดำเนินกิจกรรมเป็นสร้างโอกาสและประเด็นในการแลกเปลี่ยนแนวคิดสร้างสรรค์ 3) กิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการท้องถิ่นด้านสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารเพชรบุรี 4) กิจกรรมการสร้างร่วมมือเพื่อให้เกิดการบูรณาการอย่างสร้างสรรค์ในด้านสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของเมืองเพชรบุรีด้านอาหาร และ 5) กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างความสัมพันธ์และบูรณาการความร่วมมือระหว่างเมืองเพชรบุรี กับเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องแนวคิดขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโกที่ต้องการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับเมืองสร้างสรรค์ และแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล นำมาสู่การกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่น รวมทั้งตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization), 2019) ที่ต้องการขับเคลื่อนและพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเป็นการสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับ Sutthikhun and Jaimun (2024) ที่เน้นย้ำการส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวเน้นการเรียนรู้ การศึกษาจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เพื่อให้เกิดผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืนต่อไป

การประเมินผลสัมฤทธิ์ของมูลค่าผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและมูลค่าทางสังคมของกิจกรรมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดเพชรบุรี พบว่าโครงการฯ มีการประเมินด้านผลสัมฤทธิ์ ใน 3 ด้าน คือ 1) ผลผลิตที่ได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 2) มีผลลัพธ์และผลกระทบที่เป็นรูปธรรม และ 3) มีความคุ้มค่าในการดำเนินงาน ผ่านการวิเคราะห์ตามการประเมินผล

ใช้แบบจำลอง CIPP Model และการประเมินผลกระทบความคุ้มค่าของมูลค่าผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและมูลค่าทางสังคม (Davies *et al.,* 2016) พบว่าผลผลิตที่ได้ของโครงการมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ สำหรับผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการยังเห็นผลไม่ชัดเจนเนื่องจากยังเป็นระยะแรกของโครงการ ในส่วนของความคุ้มค่าในการ ดำเนินงานโครงการ มีความคุ้มค่าจากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและสังคม (SROI) มีค่าเท่ากับ 1 : 3.06 หมายความว่า เงินงบประมาณ 1 บาท ที่ใช้ในการดำเนินโครงการให้ผลตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นเป็น 3.06 บาท ในช่วง 3 ปีข้างหน้า จึงสรุปได้ว่าโครงการจึงมีความคุ้มค่าในการดำเนินจากผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาทุนของชุมชนและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา (Antong and Phaukreung, 2020) พบว่า ชุมชนมีความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่เข้มแข็ง เชื่อมโยงกับชุมชนภายนอกและหน่วยงานราชการ ซึ่งเสริมสร้างทุนทางสังคมและเศรษฐกิจในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ชุมชนยังมีส่วนร่วมในการควบคุมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและโดยอ้อม แต่ไม่สอดคล้องกับการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เพื่อสร้างความยั่งยืนของกลุ่มทอผ้ากี่กระตุกไหล่หินตะวันตก อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง (Ariyawong, 2021) พบว่าผลตอบแทนสังคมของกลุ่มมีค่า 0.99 หมายความว่าผลลัพธ์ของกิจกรรมกลุ่มก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมน้อยกว่ามูลค่าลงทุนตั้งต้น ไม่ทำให้เกิดมูลค่าทางสังคมเพิ่มขึ้น แต่สร้างมูลค่าทางสังคม ได้แก่ การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีสุขภาพจิตที่ดี สร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในชุมชน และการสืบสานภูมิปัญญาของบรรพบุรุษให้สืบทอดแก่คนรุ่นหลังซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่ายากแก่การประเมินค่าได้

สรุป

การขับเคลื่อนกิจกรรมเมืองสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดเพชรบุรี ควรมีการบริหารจัดการกิจกรรมทั้งภายในเมืองเพชรบุรี ระหว่างเมืองในประเทศ และต่างประเทศ โดยการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ใน 2 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 การบูรณาการองค์ความรู้ ได้แก่ (1) กิจกรรมการส่งเสริมให้เมืองเพชรบุรีเป็นศูนย์กลางด้านอาหารของโลกหรือครัวโลกและ (2) กิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการท้องถิ่น และมิติที่ 2 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้แก่ (1) กิจกรรมการจัดการเสวนาระดับนานาชาติทางด้านอาหาร (2) กิจกรรมการสร้างร่วมมือเพื่อให้เกิดการบูรณาการอย่างสร้างสรรค์ และ (3) กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างความสัมพันธ์และบูรณาการความร่วมมือทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ประจำปี พ.ศ. 2565 ซึ่งผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการจ้างที่ปรึกษาขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดเพชรบุรี

เอกสารอ้างอิง

Antong, A. and A. Phaukreung, 2020. Community capital and the economic returns of community-

based tourism in Koh Yao Noi, Phang Nga Province. Journal of Economics and Management Strategies 8(1): 1-18. (in Thai)

Ariyawong, P. 2021. Assessment of Social Return on Investment (SROI) to Create Sustainability of the Weaving Group of Khit Fabric in Khao Kha District, Lampang Province. Journal of Public Administration and Politics, 10(2): 147-166. (in Thai)

Boonmee, J., P. Singkhala and A. Boonmee. 2025. The development model for cultural tourism based on the way of life surrounding the nipa palm in Yan Sue community, Kantang District, Trang Province. Journal of Community Development and Life Quality 13(1): 91-102. (in Thai)

Davies, L., P. Taylor, G. Ramchandani and E. Christy. 2016. Social return on investment in sport: A participation wide model for England. Summary report. Sport Industry Research Center, Sheffield Hallam University, Sheffield. 10 p.

Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). 2019. Manual process for developing and upgrading creative tourism activities. Tourism Development Administration Organization for Sustainable Development (Public Organization), Bangkok. (in Thai)

Mungsri, W. 2022. Petchaburi, UNESCO Creative Cities Network. Ratthapirak Journal 64(1): 85-99. (in Thai)

Noppakesorn, T. 2008. Qualitative Research Methodology. 2nd ed. Chok Charoen Marketing, Nakhon Ratchasima. (in Thai)

Office of the National Economic and Social Development Board. 2018. National Strategy 2018-2037. National Strategy Secretariat Office, Office of the National Economic and Social Development Board, Bangkok. (in Thai)

Podhisita, C. 2013. Science and Art of Qualitative Research. 6th ed. Amarin Printing and Publishing, Bangkok. 245 p. (in Thai)

Sutthikhun, P. and P. Jaimun. 2024. Sustainable community-based creative tourism model. Journal of Human Society 14(1): 61-86. (in Thai)

Wetchaninnart, W., A. Suriya, C. Wutthibenjaratsamee and S. Boonchumnong. 2022. Operation and value-added creation in tourism under circular economy of Phu Pha Phe tourism organic farming community enterprise group, Nong Bua subdistrict, Mueang district, Nong Bua Lam Phu province. Journal of Community Development and Life Quality 10(3): 273-282. (in Thai)

Wongbuangam, B. and Y. Teanthaworn, 2023. The Participation of the Community in

the Management and Development of Creative Tourism Lead to the Creative City, A Case Study of Thetchaburi Province 4(3): 45-61. (in Thai)

ปัจจัยสำคัญในการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวผู้สูงวัย: กรณีศึกษาตลาดบางหลวง ร.ศ. 122

Key Factors in Preserving Cultural Identity Affecting Senior Tourism: A Case Study of Bang Luang Market (122 R.E., 1893 A.D.)

ทมนี สุขใส[1] เอนก นามขันธ์[2] และ อัญชลี หิรัญแพทย์[3]*

Tommanee Sooksai[1], Anake Nammakhunt[2] and Anchalee Hiranphaet[3]*

[1]หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10160

[1]Master of Education Program in Educational Administration, Graduate School, Thonburi University, Bangkok 10160, Thailand

[2]สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10160

[2]Department of Digital Business Computer, Faculty of Business Administration, Thonburi University, Bangkok 10160, Thailand

[3]สาขาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร 73170

[3]Department of Logistics Management, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok 10300, Thailand

*Corresponding author: E-mail: tommanee@thonburi-u.ac.th

(Received: April 3, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 25, 2025)

Abstract: This research aimed to study the preservation of cultural tourism identity for senior tourists at Bang Luang market (122 R.E., 1893 A.D.), Bang Len district, Nakhon Pathom province, Thailand. A mixed-methods research approach was employed, combining quantitative surveys with qualitative in-depth interviews. The sample group included local residents and senior tourists. Data analysis utilized descriptive statistics, multiple regression analysis, and thematic analysis. The research results indicated that the preservation of traditional identity had the highest average score (M = 4.77, S.D. = 0.76), followed by beliefs (M = 4.71, S.D. = 0.78) and language and lifestyle (M = 4.58, S.D. = 0.50). The ethnicity of parents showed the strongest predictive power (β = 0.614, P < 0.001). Additionally, the findings highlighted that cultural preservation through community activities and the use of local language were key factors in strengthening community bonds. These elements contributed to the development of cultural tourism activities for seniors that combined learning with active engagement in local culture, expanding opportunities for seniors to access richer cultural experiences.

Keywords: Identity, cultural tourism, elderly people

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการธำรงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยในตลาดบางหลวง ร.ศ.122 อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณผ่านการใช้แบบสอบถามและการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้พักอาศัยในพื้นที่และนักท่องเที่ยวสูงวัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์ธีม (thematic analysis) ผลการวิจัยพบว่าการธำรงอัตลักษณ์ด้านประเพณีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M = 4.77, S.D. = 0.76) รองลงมาเป็นด้านความเชื่อ (M = 4.71, S.D. = 0.78) และด้านภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ (M = 4.58, S.D. = 0.50) โดยเชื้อชาติของบิดามารดามีอำนาจในการ

พยากรณ์มากที่สุด (β = 0.614, $P < 0.001$) นอกจากนี้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงการรักษาวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมชุมชนและการใช้ภาษาท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความผูกพันในชุมชน ส่งผลต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับผู้สูงวัยที่ผสมผสานระหว่างการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อขยายโอกาสให้ผู้สูงวัยสามารถเข้าถึงประสบการณ์ทางวัฒนธรรมได้มากขึ้น

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ผู้สูงวัย

คำนำ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ ตามแนวโน้มทั่วโลกที่ประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ข้อมูลจาก National Statistical Office (2021) ระบุว่าผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด สอดคล้องกับ Department of Older Persons (2020) ที่ชี้ว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรนี้เพิ่มความต้องการสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งต้องปรับตัว งานวิจัยของ Jang *et al.* (2009); Jurek and Niewiadomska (2021); Samranrat and Buddhabhumbhitak (2022) ชี้ว่าผู้สูงวัยมองหาประสบการณ์พักผ่อนและเรียนรู้วัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตหลังเกษียณ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น Ridho *et al.* (2021) ระบุว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงวัย เพราะผู้สูงอายุสนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมท้องถิ่น และประเพณี อีกทั้งยังช่วยเชื่อมความสัมพันธ์คนรุ่นใหม่กับผู้สูงวัยในการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม Jotikasthira *et al.* (2021) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมสุขภาพกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ เพิ่มปฏิสัมพันธ์ ลดความเหงา และเสริมความรู้สึกมีคุณค่า สอดคล้องกับ SuiryaKhup *et al.* (2025) ที่พบว่าผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยต้องการฟื้นฟูจิตใจเพื่อความผ่อนคลาย Patterson and Balderas-Cejudo (2023) เสริมว่าประสบการณ์วัฒนธรรมในธรรมชาติช่วยสนับสนุนสุขภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030

อย่างไรก็ตามยังขาดการศึกษาเชิงลึกในชุมชนขนาดเล็กและแนวทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอัตลักษณ์ให้สอดคล้องบริบทปัจจุบัน Caiola *et al.* (2023) และ UN Tourism (2020) ชี้ว่าผู้สูงอายุเผชิญข้อท้าทายด้านความเชื่อมโยงทางสังคม การถูกกีดกันทางวัฒนธรรม และข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหว ขณะที่ Li *et al.* (2024) และ Nammakhunt *et al.* (2024) พบว่าความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรมช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสนับสนุนการใช้การท่องเที่ยวเสมือนเพื่อสืบสานอัตลักษณ์

ตลาดบางหลวง ร.ศ.122 อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นตัวอย่างชุมชนที่รักษาอัตลักษณ์ไทย–จีนได้ดี แม้ร้อยละ 80 ของผู้อยู่อาศัยเป็นผู้สูงวัย ตลอดทั้งมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ตลาดอายุกว่า 100 ปีนี้ยังคงสถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวสูงวัยมีมากกว่าร้อยละ 90 สนใจเรียนรู้วัฒนธรรมผสมไทย–จีน ทั้งด้านวิถีชีวิต ภาษา ศาสนา ดนตรี และประเพณี แสดงถึงศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงวัยในอนาคต แต่เนื่องจากการธำรงอัตลักษณ์ที่ต้องเผชิญข้อจำกัดจากสังคมสูงวัยในชุมชนที่กระทบต่อรูปแบบกิจกรรม García and Farmer (2024) ระบุถึงความท้าทายด้านการเปลี่ยนแปลงสังคมและการเข้าถึง ขณะที่ Jurek and Niewiadomska (2021) ชี้ว่าปัจจัยจิตวิทยา เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง การมองโลกในแง่ดี ความยืดหยุ่นทางจิตใจ และความหวังในความสำเร็จ มีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

จากความสำคัญดังกล่าวการนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพเป็นกุญแจสำคัญต่อประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีความหมายและยั่งยืน โดยเฉพาะเมื่อใช้การท่องเที่ยวเสมือนเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับชุมชน งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการ

ธำรงอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดบางหลวง ร.ศ.122 สำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัย โดยการสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งในด้านภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ การแต่งกาย ความเชื่อ ค่านิยม ประเพณี และความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระบบเครือญาติ และแซ่ตระกูล เพื่อวิเคราะห์แนวทางที่เหมาะสมต่อการส่งเสริมและรักษาอัตลักษณ์ อันจะสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการคงเอกลักษณ์ของตลาดบางหลวงในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่น

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาครั้งนี้เป็นแบบขนานเชิงผสมผสาน (convergent parallel design) โดยผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยในตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม 2566 - กันยายน 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นผู้พักอาศัยในตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 จำนวน 235 ครัวเรือน ซึ่งเป็นข้อมูลจากระบบบันทึกบัญชีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2564 คำนวณปริมาณกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งเป็นเกณฑ์มาตรฐานในงานวิจัยสังคมศาสตร์ จากตารางดังกล่าวกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 144 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลและลดโอกาสเกิดข้อมูลขาดหาย (non-response) ผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 150 ครัวเรือน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) ด้วยการขอความร่วมมือจากผู้นำชุมชนในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมที่เป็นตัวแทนของครัวเรือนมีคุณสมบัติเฉพาะ เช่น ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในชุมชน และผู้สูงวัย อายุ 60 ปีขึ้นไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) ใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสำรวจประสบการณ์และมุมมองของผู้ให้ข้อมูล ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับลักษณะความสำคัญของการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับผู้สูงวัย ดำเนินการการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อให้แน่ใจว่าคำถามครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย และการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Trustworthiness) ด้วยเทคนิคการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่ม เช่น ผู้นำชุมชน และผู้สูงวัยในชุมชน เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลมีความสอดคล้องกัน

แบบสอบถาม (questionnaire) ในประเด็นปัจจัยส่งผลต่อการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดบางหลวง ร.ศ.122 ดำเนินการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาแต่ละข้อ ใช้ดัชนีความสอดคล้อง (index of item-objective congruence: IOC) โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 ถือว่าผ่านเกณฑ์ การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (try-out) จำนวน 30 คน ที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจริง ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha ซึ่งถ้าได้ค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่ามีความเชื่อมั่นที่ดี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดย 1) การสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้นำชุมชนและผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน เพื่อให้ทราบถึงการธำรง อัตลักษณ์ในด้านความสัมพันธ์ในชุมชน ประเพณี ค่านิยม ภาษา ความเชื่อ และการแต่งกาย และ 2) การเก็บแบบสอบถามปัจจัยสำคัญในการธำรงอัตลักษณ์จากผู้แทนของครอบครัวที่อาศัยอยู่ในชุมชนจำนวน 150 ครัวเรือน

เมื่อเก็บแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามแล้วจึงทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาไปพร้อม ๆ กับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่หาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของข้อมูลด้วยการถอดรหัสจากการสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์ธีม (thematic analysis) ดำเนินการผ่านขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การเตรียมข้อมูลถอดเสียงจากการสัมภาษณ์เชิงลึก 2) การสร้างรหัส (coding) จากข้อมูลดิบ 3) การจัดกลุ่มและรวมกลุ่มข้อมูลที่เกี่ยวข้องกัน 4) การวิเคราะห์เชิงลึกและตีความข้อมูลเชิงคุณภาพ และ 5) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ใช้วิธีตรวจสอบสามเส้า (triangulation) เพื่อหาความสอดคล้องของข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

ผลการศึกษา

การวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงผลการศึกษาที่สำคัญในการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 สำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัย โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54 มีอายุตั้งแต่ 58 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 50.67 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.67 และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดพักอาศัยอยู่ในตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 คิดเป็นร้อยละ 100 (Table 1)

Table 1. Demographic profile (N=150)

Demographic	Frequency	%
Gender		
Male	69	46
Female	81	54
Age		
<58	74	49.33
>=58	76	50.67
Income (Bath)		
<5,000	88	58.67
5,001-15,000	62	41.33
15,001-25,000	0	0
>25,001	0	0
Staying		
In the area	150	100
Outside the area	0	0

การธำรงอัตลักษณ์ในด้านประเพณีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M = 4.77, S.D. = 0.76) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นอัตลักษณ์ด้านความเชื่อ มีค่าเฉลี่ย 4.71 (S.D. = 0.78) อยู่ในระดับมากที่สุด อัตลักษณ์ด้านภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ มีค่าเฉลี่ย 4.58 (S.D. = 0.50) อยู่ในระดับมากที่สุด อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย มีค่าเฉลี่ย 4.27 (S.D. = 0.89) อยู่ในระดับมากที่สุด อัตลักษณ์ด้านค่านิยม มีค่าเฉลี่ย 4.14 (S.D. = 0.96) อยู่ในระดับมาก และอัตลักษณ์ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ระบบเครือญาติ และแซ่ตระกูล มีค่าเฉลี่ย 4.11 (S.D. = 0.95) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ โดยภาพรวมการธำรงอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.43 (S.D. = 0.81) อยู่ในระดับมากที่สุด (Table 2)

Table 2. Overview of cultural identity preservation at Bang Luang market (122 R.E., 1893 A.D.)

Overview of Cultural Identity Preservation	M	S.D.	Level
1. Language and lifestyle identity	4.58	0.50	Highest
2. Clothing identity	4.27	0.89	Highest
3. Belief identity	4.71	0.78	Highest
4. Value identity	4.14	0.96	High
5. Tradition identity	4.77	0.76	Highest
6. Family relations, kinship, and clan identity	4.11	0.95	High
Overall	**4.43**	**0.81**	**Highest**

Remarks: 4.51-5.00 = Highest, 3.51-4.50= High, 2.51-3.50 = Moderate, 1.51-2.50 = Low, and 1.00-1.50 = Lowest

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณยังชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านถิ่นกำเนิดของบรรพบุรุษ เชื้อชาติของบิดามารดา ระยะเวลาที่พักอาศัย ความยึดมั่นผูกพันในครอบครัวและเครือญาติ และความยึดมั่นผูกพันในเชื้อชาติ สามารถร่วมกันพยากรณ์การธำรงอัตลักษณ์ได้ร้อยละ 46.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (R^2 = 0.464) โดยปัจจัย เชื้อชาติของบิดามารดามีอำนาจในการพยากรณ์การธำรงอัตลักษณ์มากที่สุด (β = 0.614, $P < 0.001$) นอกจากนี้ ปัจจัยความยึดมั่นผูกพันในเชื้อชาติ มีอำนาจในการพยากรณ์รองลงมา (β = -0.319, $P < 0.001$) (Table 3)

Table 3. Results of multiple regression analysis in predicting important factors in identity maintenance and overall identity maintenance

Model	Identity				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
Constant	2.393	0.896		2.672	0.008*
Ancestral origin	-0.134	0.160	-0.068	-0.842	0.401
Parental ethnicity	0.790	0.208	0.614	3.807	0.000*
Duration of residency	0.026	0.109	0.021	0.234	0.815
Family and kinship attachment	0.226	0.188	0.185	1.199	0.232
Ethnic attachment	-0.475	0.124	-0.319	-3.818	0.000*
r	R^2	Adjusted R^2	SE (est.)	F	Sig.
0.681	0.464	0.445	0.369	24.890	0.000

Remarks: *$P < 0.05$*

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาเพื่อหาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของข้อมูลด้วยการถอดรหัสจากการสัมภาษณ์ที่เก็บรวบรวมจากผู้นำชุมชน และผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 แสดงให้เห็นถึงการธำรงอัตลักษณ์สามารถจัดกลุ่มที่เกี่ยวข้องกัน 6 กลุ่ม (Figure 1) ดังนี้

1) ความสัมพันธ์ในชุมชน (community relationship) เป็นข้อมูลที่ผู้ถูกสัมภาษณ์กล่าวถึงมากที่สุดรวม 62 ครั้ง โดยสรุปเน้นถึงความเข้มแข็งของความสัมพันธ์ในชุมชน การดำเนินกิจกรรมร่วมกัน และการผสานวัฒนธรรมเข้ากับชีวิตประจำวัน เพื่อธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่

2) ประเพณี (traditions) พบการถูกกล่าวถึงรวม 45 ครั้ง แสดงถึงบทบาทสำคัญของประเพณีในการรักษาอัตลักษณ์ไทย-จีน ซึ่งชุมชนมีความพยายามในการสืบสานเทศกาลและพิธีกรรมดั้งเดิม เช่น เทศกาลตรุษจีน และพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อคงไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรม

3) ค่านิยม (values) พบการถูกกล่าวถึง 37 ครั้ง ค่านิยมที่สำคัญ เช่น ความเคารพผู้ใหญ่ การสนับสนุนครอบครัว และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในชุมชนช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัย

4) ภาษา (language) พบการถูกกล่าวถึง 31 ครั้ง ซึ่งครัวครัวในชุมชนเก่าแก่แห่งนี้ใช้ภาษาจีนทั้งในการสื่อสารประจำวันและในการสอนเยาวชน สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของชุมชนในการรักษามรดกทางภาษาให้คงอยู่

5) ความเชื่อ (belief) พบการถูกกล่าวถึง 29 ครั้ง ความเชื่อทางศาสนาและการนับถือบรรพบุรุษยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญในวิถีชีวิตของชุมชน การปฏิบัติตามพิธีกรรมดั้งเดิมช่วยเสริมสร้างความต่อเนื่องทางวัฒนธรรม

6) การแต่งกาย (traditional clothing) พบการถูกกล่าวถึง 9 ครั้ง แม้ว่าจะเป็นกลุ่มหัวข้อที่มีการถูกกล่าวถึงน้อยที่สุด แต่ก็ยังคงมีความสำคัญในช่วงเทศกาลและพิธีการที่มีการสวมใส่ชุดดั้งเดิม แสดงถึงความภูมิใจในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรความผูกพันกับชาติพันธุ์ (ethnic attachment) มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (beta) เป็นลบ (-0.319) และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่า เมื่อระดับความผูกพันกับชาติพันธุ์เพิ่มสูงขึ้น จะมีแนวโน้มที่ระดับการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดยรวมของชุมชนจะลดลงในทางสถิติ อธิบายได้ว่าการยึดติดกับชาติพันธุ์เฉพาะกลุ่มมากเกินไป อาจส่งผลให้เกิดความแบ่งแยกทางวัฒนธรรมหรือขาดการบูรณาการกับกลุ่มอื่นในชุมชน จึงกลายเป็นอุปสรรคต่อการธำรงอัตลักษณ์ร่วมของพื้นที่ ส่งผลให้การรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในชุมชนอาจไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร

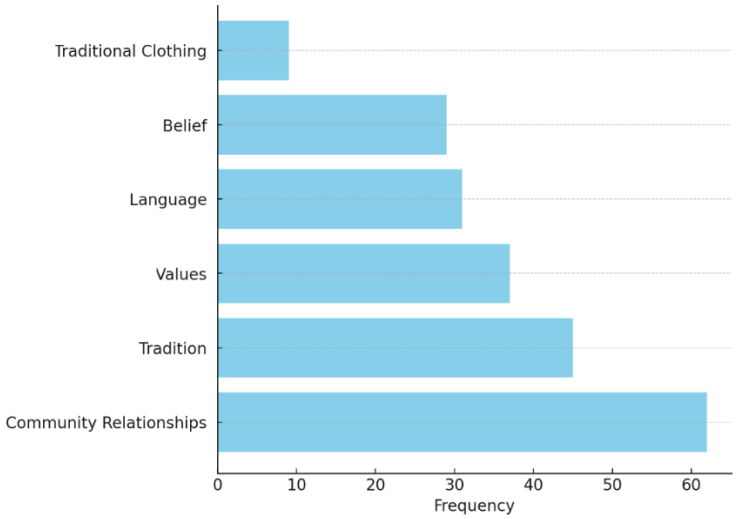


Figure 1. Frequency distribution analysis of the data group in Bang Luang market (122 R.E., 1893 A.D.) Community

วิจารณ์

จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการธำรงอัตลักษณ์ของตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวผู้สูงวัยมีความเข้มแข็งมากที่สุดใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ ประเพณี ความเชื่อ ภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ และการแต่งกาย ซึ่งค่านิยม และความสัมพันธ์ในครอบครัวและเครือญาติ ยังคงมีระดับการธำรงอัตลักษณ์อยู่ในระดับมาก แสดงให้เป็นถึงความแข็งแกร่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงวัยได้อย่างดีเยี่ยม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim *et al.* (2015) ที่ระบุว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยเสริมคุณภาพชีวิตและสุขภาพจิตของผู้สูงวัย และส่งผลดีต่อความรู้สึกผูกพันกับชุมชนและการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

1. อัตลักษณ์ด้านประเพณี ผลการวิจัยพบว่าอัตลักษณ์ด้านประเพณีมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M = 4.77, S.D. = 0.76) ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการรักษาและสืบทอดประเพณีดั้งเดิมในชุมชน โดยเฉพาะผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น เทศกาลตรุษจีนและสารทจีน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากชุมชนในท้องถิ่นอย่างเข้มแข็ง สอดคล้องกับ

การศึกษาของ Mtani *et al.* (2023) และ Changchai (2018) พบว่า ชาวจีนเคร่งครัดในวัฒนธรรมประเพณีเพียงใดก็ไม่อาจสกัดกั้นการรับวัฒนธรรมไทยของคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้แบบแผนวัฒนธรรมประเพณีเปลี่ยนแปลงไปบ้าง

2. อัตลักษณ์ด้านความเชื่อ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการธำรงอัตลักษณ์ในด้านความเชื่อเชื่อมโยงกับปัจจัยเชื้อชาติของบิดามารดา (β = 0.614, $P < 0.001$) มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ Poonual *et al.* (2014) และ Jankrajangjaeng and Phuetphum (2020) ที่พบว่าความเชื่อดั้งเดิมและหลักธรรมของจื้อ เช่น ความกตัญญูและการนับถือบรรพบุรุษ ช่วยสร้างความผูกพันในชุมชนและเพิ่มความสามัคคี

3. อัตลักษณ์ด้านภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ การรักษาภาษาและชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิม เช่น การใช้ภาษาจีนในการสื่อสารประจำวันและการสอนภาษาจีนให้เยาวชนของชุมชน สะท้อนถึงความพยายามของชุมชนในการธำรงอัตลักษณ์ทางภาษาให้คงอยู่ต่อไป สอดคล้องกับการวิจัยของ Muangkaew *et al.* (2020) ที่แสดงให้เห็นว่าภาษาเป็นอัตลักษณ์ของกระบวนการทางสังคมรูปแบบหนึ่งที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของปัจเจกบุคคลหรือของกลุ่ม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากกลุ่มคนในภูมิภาคอื่น

4. อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย แม้ว่าการกล่าวถึงการแต่งกายดั้งเดิมจะไม่มากนัก แต่การใช้เครื่องแต่งกายดั้งเดิมในช่วงเทศกาลและพิธีกรรมสำคัญ ช่วยเน้นความเป็นตัวตนและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ การสวมใส่เครื่องแต่งกายดั้งเดิมในการร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมภายในชุมชน สามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวสูงวัยได้ สอดคล้องกับการวิจัยของ Buaban and Chaisuwan (2022) ที่พบว่าอัตลักษณ์เป็นการก่อรูปขึ้นมาจากสถาบันทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านการแต่งกายเพื่อให้การสื่อสารอัตลักษณ์ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. อัตลักษณ์ด้านค่านิยม ในชุมชนปลูกฝังให้เยาวชนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการแสดงศิลปะด้านการละเล่นดนตรีที่มีสืบกันมาอย่างยาวนานจนเป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในการแสดงที่ได้สะท้อนภาพความเป็นอัตลักษณ์ของชาวจีน และเป็นการปลูกฝังค่านิยมที่ดีงามในอดีตของบรรพบุรุษให้ผู้ที่ได้รับถ่ายทอดรุ่นใหม่ให้รับทราบและตระหนักถึงความเป็นมาของชุมชน สอดคล้องกับ Masiri (2016) ซึ่งพบว่าดนตรีมีบทบาทสำคัญทำให้มนุษย์สามารถค้นหาและสร้างตัวตนขึ้น เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความหมาย เกิดความมั่นใจและภาคภูมิใจที่จะใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ และเชื่อมโยงบุคคลเข้ากับสังคม

6. อัตลักษณ์ด้านความสัมพันธ์ทางครอบครัว ระบบเครือญาติ และแซ่ตระกูล ซึ่งสถาบันครอบครัวเป็นสิ่งยังคงเหนียวแน่นและมั่นคงที่ชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนปลูกฝังให้บุตรหลานยึดมั่นในความกตัญญู นับว่าเป็นตัวอย่างที่ดีงามในการหล่อหลอมการพัฒนาบุคคล มีความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองและสังคมท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบัน สอดคล้องกับการวิจัยของ Krainatee *et al.* (2020) อย่างไรก็ตาม สถาบันครอบครัวยังคงต้องดำเนินการและรักษาไว้ซึ่งคุณลักษณะในการแสดงถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนกระบวนการสร้างตัวตนของบุคคล

สรุป

การธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในชุมชน ร.ศ.122 ใช้วิธีการแบบหลากมิติทั้งในด้านความสัมพันธ์ ประเพณี ภาษา ความเชื่อ ค่านิยม และการแต่งกาย จึงมีความเหมาะสมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอัตลักษณ์ด้านค่านิยม และด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ระบบเครือญาติ และแซ่ตระกูล จำเป็นต้องได้รับการ

สนับสนุนให้ดำรงไว้ซึ่งการสืบสานวัฒนธรรมอันดีของชุมชน เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงวัยได้ทั้งในด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมและการพักผ่อนในสิ่งแวดล้อมที่สงบสุขใกล้ชิดกับแหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำธรรมชาติริมแม่น้ำท่าจีน ซึ่งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลทางวัฒนธรรม เช่น การสร้างแอปพลิเคชันท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการเรียนรู้ จะนำไปสู่กิจกรรมเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในชุมชนมากขึ้น เพื่อให้การธำรงอัตลักษณ์เป็นไปอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

Buaban, O. and B. Chaisuwan. 2022. Identification construction and identity communication of women dress in Thai fabric on Facebook. Journal of Modern Learning Development 7(11): 1-19. (in Thai)

Caiola, V., E. M. Kares, M. Pillan, D. Spallazzo and A. Tuomi. 2023. Remote cultural events: Investigating the usefulness of live streaming for creating cultural and social engagement in communities of older adults. Sustainability 15(13): 10594, doi: 10.3390/su151310594.

Changchai, A. 2018. The potential of tourism for the senior tourists through community participation: A case study of Bang Luang market community 122 Rattanakosin era, Bang Len district, Nakhonpathom province. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Science and Arts) 11(3): 3053-3067. (in Thai)

Department of Older Persons. 2020. General information for the elderly. (Online). Available: https://www.dop.go.th/en/know/side/1/1/1962 (March 4, 2023). (in Thai)

García, C. and H. Farmer. 2024. Cultivating resilience acoross diverse aging communities. Innovation in Aging 8(Supplement1): 528.

Jang, S., B. Bai, C. Hu and C.M. E. Wu. 2009. Affect, travel motivation, and travel intention: A senior market. Journal of Hospitality and Tourism Research 33(1): 51-73.

Jankrajangjaeng, N. and N. Phuetphum. 2020. Confucian gratitude reflected through Thai-Chinese descent' belief and ritual: A case study from Pak Phanang, Nakhon Si Thammarat. Journal of Legal Entity Management and Local Innovation 6(2): 73-88. (in Thai)

Jotikasthira, C., P. Puangniyom and N. Komolnila. 2021. Thai senior tourists and nostalgia in hotels. Research and Development Journal, Loei Rajabhat University 16(55): 1-12. (in Thai)

Jurek, K. and I. Niewiadomska. 2021. Relationship between Psychological capital and quality of life among seniors working after retirement: The mediating Role of hope of success. PLoS ONE 16(11): e0259273, doi: i0.i371/journal.pone.0259273.

Kim, H., E. Woo, and M. Uysal. 2015. Tourism experience and quality of life among elderly tourists. Tourism Management 46: 465-476, doi: 10.1016/j.tourman.2014.08.002.

Krainatee, M., W. Dhammasaccakarn and U. Sungkharat. 2020. Family: The social key institutions and roles of holistic human development. Parichart Journal 33(1): 1-16. (in Thai)

Krejcie, R. V. and D. W. Morgan. 1970. Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement 30(3): 607-610.

Li, C., D. Xu, R. Law and X. Liu. 2024. Cultural similarity and guest-host interaction for virtual tourism. Journal of Hospitality and Tourism Management 58: 11-15.

Masiri, P. 2016. The concept of studying musical identity. MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences 5(1): 146-165. (in Thai)

Mtani, E. S., Y.L. Chong and K. S. Chin. 2023. Engaging the local communities in developing cultural tourism projects in the Southern Tanzania tourist circuit: An exploratory study. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure 12(1): 208-225.

Muangkaew, N., C. Pengbun, A. Tasanameelarp and T. Kesornsit. 2020. Language strategies in narrative songs showing the identities of southern Thai people. Journal of Humanities, Naresuan University 17(3): 15-30. (in Thai)

Nammakhunt, A., T. Sooksai, A. Jaidee, S. Champathong, A. Lertwongsin, and N. Sittilears. 2024. The development of virtual reality technology for communicating cultural identity in tourism: A case study of Bang Luang market. In: Proceedings of the 22nd International Conference on ICT and Knowledge Engineering (ICT&KE). Bangkok, Thailand.

National Statistical Office. 2021. How should Thai elderly people adapt to be ready for an active aging society. (Online). Available: https://www.nxpo.or.th/th/8078/ (May 18, 2024). (in Thai)

Patterson, I. and A. Balderas-Cejudo. 2023. Tourism towards healthy lives and well-being for older adults and senior citizens: Tourism Agenda 2030. Tourism Review 78(2): 427-442.

Poonual, D., P. Sirasoonthorn, S. Phongphit and S. Puanarunuthai. 2014. A development of healthy ageing city model. Journal of Health Education 37(126): 82-101. (in Thai)

Ridho, S. L. Z., P. Paisal, D. Mellita and M. T. Roseno. 2021. The community participation in tourism sustainability and tourist satisfaction. International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events 5(1): 53-63.

Samranrat, N. and K. Buddhabhumbhitak. 2022. Tourism promotion for active

aging tourist with perceived sense of Terra Incognita in Thailand. Humanities and Social Sciences Journal of Pibulsongkram Rajabhat University 16(1): 297-309. (in Thai)

SuriyaKhup, W., P. Ngoenngam, T. Chaichana, S. Polnarat and P. Sitthisradoo. 2025. Development guidelines for the quality of life of the paralyzed Elderly stroke patients using Thai traditional medicine. Journal for Community Development and Life Quality 13(2): 151-164. (in Thai)

UN Tourism. 2020. Cultural tourism & COVID19. (Online). Available: https://www.unwto.org/cultural-tourism-covid-1 9 (May 18, 2024).

การยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม เพื่อส่งเสริมอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านสื่อดิจิทัล

Elevating Local Food to Soft Power of the Tai Yo Community in Ban Phon, Tha Uthen District, Nakhon Phanom Province to Promote Local Food Culture Through Digital Media

นิสากร พุทธวงศ์[1] คงฤทธิ์ รีวงษ์[2] รัตนา สุวรรณทิพย์[3] และ บุญธรรม ข่าขันมะณี[4]*

Nisagorn Puttawong[1], Kongrit Riwong[2], Rattana Suwannatip[3] and Buntham Khakhanmanee[4]*

[1]สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม จ.นครพนม 48000

[1]Department of Management, Faculty of Management Science and Information Technology Nakhon Phanom University, Nakhon Phanom 48000, Thailand

[2]สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม จ.นครพนม 48000

[2]Department of Digital Communication, Faculty of Management Science and Information Technology, Nakhon Phanom University, Nakhon Phanom 48000, Thailand

[3]สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมศรีสงคราม มหาวิทยาลัยนครพนม จ.นครพนม 48150

[3]Department of Digital Business Technology, Sri Songkhram Industrial Technology College, Nakhon Phanom University, Nakhon Phanom 48150, Thailand

[4]สาขาวิชาการโรงแรมภัตตาคารและอีเว้นท์ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม จ.นครพนม 48000

[4]Department of Hotel, Restaurant and Event Management, Tourism and Service Industry College, Nakhon Phanom University, Nakhon Phanom 48000, Thailand

[*]Corresponding author: Email: rattana.su@npu.ac.th

(Received: February 4, 2025; Revised: July 22, 2025; Accepted: August 25, 2025)

Abstract: This research aimed to 1) analyze the potential of community chefs in the Thai Nyaw community of Ban Phon, 2) elevate local cuisine to soft power for the Thai Nyaw community of Ban Phon, and 3) promote the cultural food image of Thai Nyaw lifestyle through digital media. This qualitative research collected data through in-depth interviews, participant observation, focus group discussions with 12 participants, and analyzed data using content analysis. The study of community chef potential in the Thai Nyaw community of Ban Phon revealed that the community possesses significant potential in terms of raw materials and indigenous wisdom for local food production, with expertise in sustainably integrating knowledge of seasonal selection of local ingredients. The elevation of local cuisine to soft power through cultural value-added processes found that food can reflect community identity through cultural narratives connected to traditions and ways of life. The promotion of image through digital communication revealed that presenting information through photographs, videos, and digital media on social media platforms creates awareness and elevates local community food to become cultural identity and local wisdom.

Keywords: Local culinary culture, Soft Power, Tai Yor community of Ban Phon, digital media

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ศักยภาพเชฟชุมชนไทญ้อบ้านโพน 2) ยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน และ 3) ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารวัฒนธรรมวิถีไทญ้อผ่านสื่อดิจิทัล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม จำนวน 12 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาศักยภาพเชฟชุมชนไทญ้อบ้านโพน พบว่า ชุมชนไทญ้อ บ้านโพนมีศักยภาพด้านวัตถุดิบและภูมิปัญญาในการผลิตอาหารพื้นถิ่น แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญในการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการคัดสรรวัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาลอย่างยั่งยืน ผลการยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ ผ่านกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม พบว่า อาหารสามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับประเพณีและวิถีชีวิต และผลการส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านสื่อดิจิทัลผ่านการสื่อสารดิจิทัล พบว่า การนำเสนอข้อมูลผ่าน ภาพถ่าย วิดีโอ และสื่อดิจิทัลบนสื่อสังคมออนไลน์ สร้างความตระหนักรู้และยกระดับอาหารท้องถิ่นของชุมชนให้กลายเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำสำคัญ: อาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น ซอฟต์พาวเวอร์ ชุมชนไทญ้อบ้านโพน สื่อดิจิทัล

คำนำ

อาหารไทยเป็นทรัพยากรซอฟท์พาวเวอร์สำคัญที่สะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว (Chantanaroj, 2023) อาหารแต่ละท้องถิ่นมีความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และบริบทสังคม ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมการบริโภคและเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้วัฒนธรรม รวมทั้งเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่สมาชิกในชุมชนได้ร่วมสืบสาน (Dachwan and Chatmontree, 2023)

ปัจจุบันซอฟท์พาวเวอร์ที่ใช้ "พลังทางวัฒนธรรม" เพื่อสร้างแรงจูงใจในระดับนานาชาติ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อาหารไทยจึงเป็นหนึ่งในห้าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ (THAI 5F Soft Power) เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งวัตถุดิบ วิธีการปรุง และรสชาติที่โดดเด่น (Vongstapanalert *et al.*, 2024) อาหารท้องถิ่นของชุมชนไทญ้อบ้านโพนจึงเป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของซอฟท์พาวเวอร์ทางวัฒนธรรมอาหารที่มีศักยภาพสร้างโอกาสการเติบโตทางเศรษฐกิจ

สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดอาหารท้องถิ่นและเป็นช่องทางศึกษาวัฒนธรรมทางอาหาร (Tagong *et al.*, 2023) การใช้สื่อดิจิทัลสามารถบอกเล่าให้เป็นเรื่องราวหรือความเชื่อที่ชุมชนมีต่ออาหาร (Sanon and Suantong, 2019) และกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน โดยเนื้อหาที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง จะช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมซอฟท์พาวเวอร์จึงเป็นทางเลือกสำคัญในการผลักดันซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารชุมชนท้องถิ่นของไทยสู่ระดับสากล (Sukontasap, 2018; Sunthornpaesat *et al.*, 2018)

ชุมชนบ้านโพนในอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม เป็นชุมชนไทญ้อที่มีเอกลักษณ์อาหารพื้นถิ่น เช่น หมกจ๊อ อั่วปลา แกงหน่อไม้ แกงเห็ด แจ่วมะเขือ หมูหั่นสูตรไทญ้อ และข้าวหลามจากกระบอกไม้ไผ่ ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาการใช้วัตถุดิบธรรมชาติและสมุนไพรท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ชุมชนกำลังประสบปัญหาการสูญหายของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะการถ่ายทอดความรู้การทำอาหารสู่คนรุ่นใหม่ที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมสมัยใหม่และไม่สนใจเรียนรู้กรรมวิธีดั้งเดิม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่การเป็นซอฟท์พาวเวอร์ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน ผ่านการวิเคราะห์ศักยภาพเชฟชุมชน การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และการ

ส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารวัฒนธรรม เพื่อธำรงรักษาและฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และกระตุ้นให้เยาวชนตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อการยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม เพื่อส่งเสริมอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านสื่อดิจิทัล ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายน 2567 – ตุลาคม 2567 พื้นที่วิจัยได้แก่ บ้านโพน อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม

ประชาการและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มชุมชนไทญ้อบ้านโพน ตำบลโนนตาล อำเภอท่าอุเทน จำนวน 5 คน 2) นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าอุเทน จำนวน 1 คน 3) นักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม จำนวน 1 คน และ 4) กลุ่มอาจารย์จากมหาวิทยาลัยนครพนม จำนวน 5 คน เป็นผู้ให้คำแนะนำในการยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน และจัดทำสื่อดิจิทัล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและชาติพันธุ์ศึกษา 1คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 1คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาอาหารและโภชนาการชุมชน 1 คน ประกอบด้วยประเด็นคำถามหลัก 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านประวัติความเป็นมาและภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับจุดกำเนิด การสืบทอดองค์ความรู้ และความสำคัญของอาหารท้องถิ่นต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนไทญ้อ 2) ด้านกระบวนการผลิตและคุณค่าทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม องค์ความรู้เฉพาะ และความเชื่อมโยงกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น 3) ด้านการพัฒนาและการปรับตัวในยุคปัจจุบัน ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน 4) ด้านการตลาดและช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการจัดจำหน่าย การใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ และการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภค 5) ด้านศักยภาพการพัฒนาสู่ ซอฟท์พาวเวอร์ ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับความท้าทาย ความต้องการการสนับสนุน และวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอาหารท้องถิ่นสู่สินค้าวัฒนธรรม และ 6) ด้านการอนุรักษ์และการสืบทอดภูมิปัญญา ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่ และแนวทางการรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก) ผู้นำชุมชน จำนวน 1 คน และปราชญ์ท้องถิ่น จำนวน 2 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เพื่อศึกษาบริบททางประวัติศาสตร์และมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่น

2. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตอาหารท้องถิ่นในชุมชนไทญ้อบ้านโพน จำนวน 5 คน ซึ่ง

ได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจงตามเกณฑ์คุณสมบัติ คือมีประสบการณ์การผลิตและจำหน่ายอาหารท้องถิ่นไม่น้อยกว่า 5 ปี เพื่อศึกษากระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดการด้านการตลาด

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) ในกระบวนการผลิตอาหารท้องถิ่น จำนวน 3 ครั้ง พร้อมการจดบันทึก เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับองค์ความรู้และกระบวนการผลิตอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม

4. การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าอุเทน จำนวน 1 ท่าน และนักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม จำนวน 1 ท่าน เพื่อศึกษานโยบายและแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

5. การจัดสนทนากลุ่ม (focus group discussion) กับกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชน จำนวน 15 คน เพื่อระดมความคิดเห็น (brainstorming) เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาอาหารท้องถิ่นสู่ ซอฟท์พาวเวอร์ และการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัล

6. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (expert interview) ด้านการตลาดดิจิทัลและการพัฒนาซอฟท์พาวเวอร์ จำนวน 2 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นสู่สินค้าวัฒนธรรมผ่านช่องทางดิจิทัล โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสังเกต อุปกรณ์บันทึกเสียงและกล้องถ่ายภาพ ภายใต้การยินยอมของผู้ให้ข้อมูลและการรักษาความลับของข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้ 1) การจัดระเบียบข้อมูล ถอดเทปการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ จัดหมวดหมู่ข้อมูลจากการสังเกตและบันทึกภาคสนาม รวบรวมภาพถ่ายและเอกสารที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ 2) การให้รหัสข้อมูล ตามประเด็นที่ศึกษา จัดกลุ่มรหัสที่มีความสัมพันธ์กัน เชื่อมโยงรหัสเข้ากับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 3) การวิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์ประเด็นหลักเกี่ยวกับองค์ความรู้และภูมิปัญญาการทำอาหารท้องถิ่น วิเคราะห์บริบททางวัฒนธรรมของชุมชนไทญ้อบ้านโพน วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาสู่ซอฟท์พาวเวอร์ และการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัล 4) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล 5) การตีความและสร้างข้อสรุปสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย สร้างข้อสรุปเชิงทฤษฎี และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาศักยภาพเชฟชุมชนไทญ้อบ้านโพนที่ครอบคลุมด้านทักษะและความเชี่ยวชาญภูมิปัญญาท้องถิ่น และ
ความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารอาหารท้องถิ่น มีดังนี้

1.1 ด้านทักษะและความเชี่ยวชาญ พบว่า เชฟชุมชนมีองค์ความรู้ในการคัดสรรวัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาล โดยใช้หลักภูมิปัญญาการพึ่งพาทรัพยากรในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบว่ามีเทคนิคเฉพาะในการปรุงอาหารที่สืบทอดมาจาก

บรรพบุรุษ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารของชาติพันธุ์ไทญ้อ สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานทรัพยากรชุมชน

1.2 ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า เชฟชุมชนมีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับสมุนไพรและเครื่องเทศพื้นบ้าน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของอาหารไทญ้อ โดยความรู้ดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับระบบนิเวศวัฒนธรรม

อาหารของชุมชน (food cultural ecology) ที่สะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาดั้งเดิม

1.3 ด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ พบว่า เชฟชุมชนได้พัฒนาระบบการถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบ ผ่านการจัดทำสูตรอาหารมาตรฐาน (Standardized Recipe) และการเปิดพื้นที่การเรียนรู้สำหรับคนรุ่นใหม่ สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom knowledge management) ที่ว่าการจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกระบวนการเชิงระบบ ที่ส่งเสริมการเก็บรักษา ถ่ายทอด และประยุกต์ใช้องค์ความรู้ท้องถิ่น ให้สามารถดำรงอยู่และพัฒนาต่อไปได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของชุมชนและสังคมในปัจจุบัน

2. ผลการยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่Soft Power ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรมและ พัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะของอาหารท้องถิ่นมีดังนี้

2.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทญ้อ ควบคู่กับการสร้างเรื่องราว (storytelling) ของอาหารแต่ละชนิด ส่งผลให้เกิดการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม (cultural value added) อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการเชื่อมโยงอาหารกับประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital development)

2.2 การพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การกำหนดมาตรฐานการผลิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เช่น สูตรอาหาร การจัดจานและการใช้วัตถุดิบเฉพาะถิ่น ประกอบกับการออกแบบการนำเสนอที่ทันสมัย เช่น การถ่ายภาพอาหาร การเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล และการจัดกิจกรรมชิมอาหารแบบ immersive experience ส่งผลให้สามารถสร้างแบรนด์อาหารที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ไทญ้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางดังกล่าวสะท้อน ทฤษฎีการสร้างแบรนด์บนฐานวัฒนธรรม (Cultural-based Branding) ซึ่งเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่องเล่า ประเพณี และอัตลักษณ์ชุมชนมาเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ (brand identity) เพื่อให้เกิดความแตกต่าง (brand differentiation) ที่น่าเชื่อถือและน่าจดจำในตลาดโดยเฉพาะในกรณีของอาหารไทญ้อ การดึงเรื่องราวของอาหารแต่ละจานที่เชื่อมโยงกับพิธีกรรม วิถีชีวิต และค่านิยมชุมชน มาใช้เป็นหัวใจหลักของการสร้างแบรนด์ ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกเชื่อมโยงทางอารมณ์ (emotional connection) และเกิดคุณค่าทางจิตใจที่ลึกซึ้งต่อแบรนด์ มากกว่าการนำเสนอเพียงแค่รสชาติหรือรูปลักษณ์อาหารการส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านสื่อดิจิทัล

3. การส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารวัฒนธรรมวิถีไทญ้อผ่านสื่อดิจิทัล

3.1 การนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือเรื่องเล่าผ่านอาหาร การวิจัยพบว่า การใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล (integrated digital communication) เป็นการบอกเล่าเรื่องราวและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สังคมความเป็นอยู่ผ่านอาหาร ซึ่งชุมชนไทญ้อมีวัฒนธรรมความเป็นอยู่ และวัตถุดิบอาหารที่หลากหลายสามารถเชื่อมโยงถึงประวัติศาสตร์ โดยนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่การไปกินถึงถิ่นที่ แต่เป็นการเสพอรรถรสประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของชุมชนไทญ้อ ดัง Figure 1



Figure 1. Food storytelling

3.2 การประเมินผลการสื่อสารในงานวิจัยนี้ดำเนินการทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อดิจิทัล (digital analytics) เช่น จำนวนผู้เข้าชมแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวนการดาวน์โหลดเอกสาร และสถิติการมีส่วนร่วมกับเนื้อหา ส่วนในเชิงคุณภาพประเมินผ่านการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้ติดตามสื่อออนไลน์ เพื่อสะท้อนความเข้าใจและความประทับใจที่มีต่ออาหารท้องถิ่น ผลการประเมินพบว่า การสื่อสารผ่านเรื่องเล่า (storytelling) และสื่อดิจิทัลรูปแบบต่าง ๆ ช่วยเพิ่มการรับรู้ สร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ และเสริมสร้างภาพลักษณ์อาหารวัฒนธรรมของชุมชนไทญ้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า การบูรณาการระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ ภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม เป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่น และเปิดโอกาสในการนำเสนอ

อัตลักษณ์ของชุมชนไทญ้อสู่สาธารณะผ่านสื่อร่วมสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนบนฐานวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม การยกระดับอาหารท้องถิ่นไปสู่การเป็นซอฟต์พาวเวอร์อย่างแท้จริง ยังจำเป็นต้องมีการติดตามผลในระยะยาว เพื่อประเมินอิทธิพลต่อการรับรู้และการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายในระดับที่กว้างขึ้น

วิจารณ์

การยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ของชุมชนไทญ้อบ้านโพน อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม เพื่อส่งเสริมอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านสื่อดิจิทัล อธิบายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. จากศักยภาพเชฟชุมชนไทญ้อบ้านโพน ที่ว่าการที่เชฟชุมชนมีองค์ความรู้ในการคัดสรรวัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาล โดยใช้หลักภูมิปัญญาการพึ่งพาทรัพยากรในท้องถิ่นจะช่วยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน และสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านเมนูอาหารที่มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างจุดเด่นเฉพาะตัวให้กับอาหารท้องถิ่น ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม และเป็นฐานสำหรับการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่าน ซอฟต์พาวเวอร์ได้ในอนาคต ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ Chantuk *et al.* (2021) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น สำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน หมู่บ้านไทยมุสลิม พบว่า รายการอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ และกรรมวิธีในการทำนำมาซึ่งข้อมูลการผลิตอาหารพื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิมที่จะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่นนั้น ต้องอนุรักษ์ความโดดเด่นของเครื่องเทศแบบมุสลิมเอาไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงรสชาติอาหารของชาวมุสลิม นอกจากนี้การจำหน่ายให้มีการจำหน่ายอาหารภายใต้ “ภัตตาคารชุมชน” ได้จัดให้มีตำรับอาหาร 1) ตำรับอาหารสำหรับรองรับกลุ่มผู้ศึกษาดูงาน กลุ่มนักท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม ประกอบด้วย อาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวมุสลิม อาหารพื้นบ้าน 2) ตำรับอาหารสำหรับกิจกรรมที่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยว (งานอีเวนต์) และกลุ่มสถานประกอบการโรงแรมหรือรีสอร์ท สำหรับผลการพัฒนาศักยภาพเพิ่มความรู้ ความสามารถให้กับบุคลากรในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวหรือการศึกษาดูงาน ร่วมกันการจัดตำรับอาหารที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เชฟชุมชนมีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับสมุนไพรและเครื่องเทศพื้นบ้าน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ของอาหารไทญ้อ โดยความรู้ดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับระบบนิเวศวัฒนธรรมอาหารของชุมชนที่สะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาดั้งเดิม นอกจากนี้ Tiwong *et al*. (2023) ในการยกระดับอาหารชาติพันธุ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า แหล่งวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารชาติพันธุ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นแหล่งต้นน้ำที่มีคุณภาพ ที่ดีตามฤดูกาล วัตถุดิบประเภทพืชผัก ผลไม้ เนื้อหมู เนื้อไก่ ไข่ แหล่งอาหาร 4 แหล่ง คือ วัตถุดิบจากธรรมชาติการแบ่งปัน และซื้อจากตลาด รายอาหารชาติพันธุ์ จำนวน 50 รายการ วิธีประกอบอาหารด้วยการต้ม นึ่ง ผัด แกง ยำ หมกดองและขนมหวานให้สารอาหารคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมันและวิตามินจากแหล่งอาหารชุมชน เน้นใช้เกลือและผงชูรสในการปรุงอาหารแนวทางการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวร่วมกับการรับประทานอาหารชาติพันธุ์เน้นตามประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ร้านอาหารโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิต

ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์การนำอาหารชาติพันธุ์จำหน่ายตามแหล่งตลาดหรือถนนคนเดิน และสู่สื่อออนไลน์

2. จากการยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟท์พาวเวอร์ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทญ้อ ควบคู่กับการสร้างเรื่องราวของอาหารแต่ละชนิด ส่งผลให้เกิดการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการเชื่อมโยงอาหารกับประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Tansakul (2020) ที่ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษาชุมชนขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ชุมชนขนาบนากมีศักยภาพด้านอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น มีความพร้อมที่จะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยว เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากมีภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมด้านอาหารที่สืบทอดกันมาเป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นจาก อาทิ น้ำตาลจาก น้ำส้มจาก และด้วยความหลากหลายของระบบนิเวศชุมชนทำให้มีวัตถุดิบที่โดดเด่นในการประกอบอาหารนอกเหนือจากต้นจากอีกมากมาย การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ นำเสนอแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการเสนอแนวคิด การอนุรักษ์ การฟื้นฟู เผยแพร่ และการสร้างมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับ Pimta *et al.* (2025) ในการศึกษาการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน พบว่า การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเป็นที่ยอมรับของลูกค้า และช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นผ่านการนำเสนอเรื่องราวและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน รวมถึงการพัฒนารูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระยะยาว สอดคล้องกับ Intakan and Siwnguan (2021) ในการศึกษาการพัฒนาตำรับอาหารพื้นเมืองสู่สำรับอาหารเพื่อการท่องเที่ยว อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก พบว่า อาหารพื้นเมืองใช้วัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาลประกอบ อาหาร มีวิธีการปรุงอาหารที่หลากหลาย และถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านอาหารจากคนในครอบครัวผ่านความเชื่อและพิธีกรรม สำรับอาหารเพื่อการท่องเที่ยวแต่ละหมู่บ้านประกอบด้วย สำรับอาหารคาว จำนวน 5 สำรับ สำรับอาหารหวาน จำนวน 5 สำรับ ตำรับอาหารแต่ละสำรับได้ผสมผสานความเชื่อและภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นทั้งในขั้นตอนการเลือกวัตถุดิบและวิธีการปรุงที่หลากหลาย วัตถุดิบหลักของตำรับอาหารคาว ได้แก่ เนื้อหมู เนื้อไก่และเนื้อปลา นอกจากนี้ยังประกอบด้วยน้ำพริกและผักพื้นบ้านตามฤดูกาลในทุกมื้อ ตำรับอาหารหวานวัตถุดิบหลัก ได้แก่กล้วยน้ำว้า แป้งข้าวเหนียวและแป้งข้าวเจ้า

3. การส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นผ่านสื่อดิจิทัล มีการนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลหรือเรื่องเล่าผ่านอาหาร ใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล สอดคล้องกับ Yamarat (2023) ที่ได้ศึกษาแนวทางในการสร้างสรรค์สื่อวิดีโอเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงร้านอาหารพื้นเมืองบนแพตฟอร์ยูทูบ พบว่า การสร้างสรรค์สื่อวิดีโอสำหรับร้านพื้นเมืองที่เหมาะสมต้องผ่าน 2 ขั้นตอน คือ 1) การค้นหาจุดเด่นของร้านตนเอง ต้องเตรียมเนื้อหาจากจุดเด่นที่ค้นพบต้องออกแบบรายการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชม สร้างวิดีโอเพื่อการนำเสนอ โดยการสร้างผ่านตัวตนของเจ้าของร้านและผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียง ขั้นตอนสุดท้ายคือการเผยแพร่ผ่านช่องทาง YOUTUBE โดยต้องมีภาพและ

สัญลักษณ์ที่มีคุณภาพ 2) ส่งเสริมภาพลักษณ์ของร้านอาหารพื้นเมืองให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นประกอบไปด้วย 2.1 การนำเสนอร้านอาหารพื้นเมืองผ่านตัวตนของเจ้าของร้านให้ความรู้ในเรื่องสรรพคุณอาหารของวัตถุดิบจากธรรมชาติของท้องถิ่นผสมกับเอกลักษณ์พื้นถิ่น วัตถุดิบและเครื่องปรุง ภาพในท้องถิ่น มีการนำเสนอที่น่าเชื่อถือ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารเป็นอย่างดีรวมทั้งรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น เนื้อหาต้องเข้าถึงได้ง่ายไม่ซับซ้อน 2.2 การนำเสนอร้านพื้นเมือง ผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นสิ่งที่ดึงดูดเพิ่มมากขึ้นได้จากการแสดงออก มีอารมณ์ร่วมในการบรรยายรสชาติของอาหาร 2.3 นำเสนอเนื้อหาให้ดึงดูดความน่าสนใจผ่านการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามเพื่อสร้างความผูกพัน 2.4 สร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้ร้านอาหารพื้นเมืองจากสำรวจจุดเด่นและวิเคราะห์สิ่งที่เป็นจุดขายของตน 2.5 สร้างเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองให้เชื่อมโยงกับประเพณีประจำท้องถิ่น ความเชื่อ และจุดกำเนิดของที่มาอาหาร ประเภทต่าง ๆ เป็นการบอกเล่าเรื่องราวและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สังคม ความเป็นอยู่ผ่านอาหาร ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นมีวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ และวัตถุดิบอาหารที่หลากหลาย สามารถเชื่อมโยงถึงประวัติศาสตร์ โดยนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารที่ไม่ได้เป็นเพียงแค่การไปกินถึงถิ่นที่แต่เป็นการเสพอรรถรส ประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ๆ นั้น

สรุป

การศึกษาครั้งนี้ได้องค์ความรู้ใหม่ ได้แก่ (1) การศึกษาศักยภาพเชฟชุมชนไทญ้อบ้านโพน พบว่าเชฟชุมชนมีความเชี่ยวชาญในการคัดสรรวัตถุดิบตามฤดูกาล และสามารถถ่ายทอดความรู้ภายในชุมชนได้ (2) การศึกษาการยกระดับอาหารท้องถิ่นสู่ซอฟต์พาวเวอร์ พบว่า การเล่าเรื่อง และการนำเสนอช่วยเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมและสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของอาหาร (3) การศึกษาประสิทธิภาพของการใช้สื่อดิจิทัล พบว่า การใช้สื่อเกี่ยวกับภาพ วิดีโอ สามารถส่งเสริมการรับรู้และสร้างแรงจูงใจได้

หากชุมชนไทญ้อบ้านโพนนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะการบูรณาการองค์ความรู้ดั้งเดิมกับเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถก้าวไปสู่การเป็นซอฟท์พาวเวอร์ด้านอาหารได้ในอนาคต ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ วัฒนธรรอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

Chantanaroj, P. 2023. Thai cuisine as a soft power resource for tourism promotion. Asian Paridarsana 44(2): 99-132. (in Thai)

Chantuk, T., J. Chumkate, C. Sirichotnisakon, R. Taweephol and T. Intawee. 2021 . Development of unique community food products for improving potential of community tourism of Thai-Muslim community. Dusit Thani College Journal 15(1): 454-475. (in Thai)

Dachwan, T. and J. Chatmontree. 2023. Creative local food innovation for community economy in Thung Chai subdistrict Uthumphon Phisai district Sisaket province. SSKRU Research and Development Journal 10(2): 22-37. (in Thai)

Intakan, W. and K. Siwnguan. 2021. The development of local food recipes to tourism set menus of Bang Krathum district, Phitsanulok province. Phechabun Rajabhat Journal 23(1): 33-44. (in Thai)

Pimta, L., S. Pinkum and C. Srichai. 2025. Development and upgrading community products to online platforms to create sustainability of community enterprises. Journal of Community Development and Life Quality 13(2): 217-228. (in Thai).

Sanon, W. and K. Suantong. 2019. The study of Local Healthy Food from Identity of Community-based Tourism for Health Tourism Destinations in Western Thailand: A Case Study of Maha Sawat Canal Community-based Tourism, Maha Sawat Sub-district, Putthamonthon District, Nakhon Pathom Province. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 6(2): 97-114. (in Thai).

Sukontasap, R. 2018. Invigorating Thailand's soft power resources. The National Defence College of Thailand Journal 60(3): 47-55. (in Thai)

Sunthornpaesat P., K. Kittibut and K. Arkkasinsakul. 2018. The use of local food storytelling to promote cultural tourism: A case study of Jaehom's crab chili paste. Journal of Modern Management Science 11(1): 192-213. (in Thai)

Tagong, W., S. Sotwitee and P. Chaisuwanthavorn. 2023. Chantaboon local food wisdom: Creating digital photography from storytelling to promote community tourism. Interdisciplinary Social Sciences and Communication Journal 6(2): 92-102. (in Thai)

Tansakul, P. 2020. Guidelines to promoting local cuisine for gastronomic tourism: Case study of Khanab Nak community, Pak Phanang district, Nakhon Si Thammarat province. WMS Journal of Management 9(1): 81-92. (in Thai)

Tiwong W., P. Saiwichian and P. Chaikaew. 2023. Upgrading ethnic food from local knowledge to tourism activities in Chiang Rai. Journal of Home Economics 66(1): 50-63. (in Thai)

Vongstapanalert, W., S. Jandum and S. Teppimol. 2024. Soft power and Thailand's cultural selling points. Journal of Arts Management 8(1): 382-400. (in Thai)

Yamarat, S. 2023. Guidelines for creating videos to promote access to local food restaurants on the YouTube Platform. Sarn Sue Sin Journal 5(10): 1-15. (in Thai)

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา
Entrepreneurial Competency in Digital Era of Students

ศศิพิสุทธิ์ หงษ์สมบัติ[1] สุภาวดี อิสณพงษ์[1] รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์[2]
และ ศศิพิมพ์มาศ หงษ์สมบัติ[3]*

Sasiphisut Hongsombud[1], Supawadee Isanapong[1], Rapheephan Phonginwong[2]
and Sasipimmas Hongsombud[3]*

[1]ฝ่ายวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ ต. บัวทอง อ. เมือง จ. บุรีรัมย์ 31000
[1]Research and Development Department, Buriram Community College, Mueang District, Buri Ram 31000, Thailand
[2]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จ. บุรีรัมย์ 31000
[2]Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University, Buri Ram 31000, Thailand
[3]คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี จ. สุพรรณบุรี 72000
[3]Faculty of Liberal Arts, National Sports University, Suphan Buri Campus, Suphan Buri 72000, Thailand
[*]Corresponding author: E-mail: malee3000@hotmail.com
(Received: March 1, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 26, 2025)

Abstract: The objectives of this research were as follows: 1) to analyze the components of students' entrepreneurial competency in digital era, and 2) to examine the coherence among the components of students' entrepreneurial competency in digital era. This research employed a mixed method. Data were collected in two formats: qualitative research using interviews and quantitative research using a 5-level rating scale questionnaire. The target group for the qualitative research consisted of two community representatives and five experts, including entrepreneurs, business administration academics, educational administration academics, marketing academics, and finance academics. Quantitative research 521 community college students, selected via stratified random sampling. Data were analyzed using confirmatory factor analysis with the LISREL program. The results of the research showed that 1) the components of students' entrepreneurial competency in digital era consisted of four components: (1) Entrepreneurial Skill Set, (2) Entrepreneurial Knowledge Set, (3) Entrepreneurial Mindset, and (4) Entrepreneurial Practices. 2) The measurement model of each component developed based on theory and prior research was positively consistent with the empirical data; *P*-value = 0.00, chi-square/df = 1.68, GFI = 0.96, AGFI = 0.953, SRMR = 0.043 and RMSEA = 0.036.

Keywords: entrepreneurial competency, digital era, students

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 2) ตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี เก็บข้อมูล 2 รูปแบบ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้แทนจากชุมชน 2 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ นักวิชาการด้านบริหารการศึกษา นักวิชาการด้านการตลาด นักวิชาการด้านการเงิน และการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กับนักศึกษาวิทยาลัยชุมชน จำนวน 521 คน โดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ วิเคราะห์

ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม LISREL ผลการวิจัย พบว่า 1) องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษามี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (2) ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (3) กรอบความคิดของผู้ประกอบการ และ (4) การปฏิบัติของผู้ประกอบการ 2) โมเดลองค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องในระดับดี ผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องพิจารณาค่า p-value = 0.00 Chi-square/df = 1.689 GFI = 0.967 AGFI = 0.954 SRMR = 0.043 และ RMSEA = 0.036

คำสำคัญ: สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ ยุคดิจิทัล นักศึกษา

คำนำ

การพัฒนาของโลกเทคโนโลยีนำไปสู่สังคมดิจิทัล ส่งผลต่อการผลิตคนให้ตรงกับความต้องการของโลก เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development goals: SDGs) คือการเพิ่มเยาวชนและผู้ใหญ่ที่มีทักษะการทำงานและเป็นผู้ประกอบการ (Office of the Education Council, 2018) แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ 2560-2579 มุ่งให้ระดับอุดมศึกษาสร้างบัณฑิตที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ วิทยาลัยชุมชนมีผู้เรียนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ซึ่งล้วนอยู่ในโลกของการประกอบการ

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนา (Hussain *et al*., 2021) ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล หมายถึง ผู้ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสร้างธุรกิจใหม่ หรือปรับปรุงธุรกิจเดิมในยุคดิจิทัล (Le Dinh *et al*., 2018) ความสามารถของผู้ประกอบการยุคดิจิทัลจึงเป็น “สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัล” ซึ่งแนวคิดสมรรถนะเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1970 โดย Professor Dr. David C. McClelland นักจิตวิทยามหาวิทยาลัย Harvard สรุปองค์ประกอบสมรรถนะ ได้แก่ 1) skills คือ สิ่งที่บุคคลกระทำและฝึกปฏิบัติจนชำนาญ 2) knowledge คือ ความรู้เฉพาะด้านของบุคคล 3) self-concept คือ ทัศนคติ ค่านิยมและความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน 4) trait คือ บุคลิกประจำตัวของบุคคล และ 5) motive คือ แรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมมุ่งไปสู่สิ่งที่เป็นเป้าหมาย นอกจากนั้น Markow *et al*. (2018) กล่าวถึงทักษะที่สำคัญในยุคที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่ 1) การทำงานร่วมกับผู้อื่น 2) การใช้เครื่องมือดิจิทัล 3) การนำทักษะอื่น ๆ มาใช้ในสถานการณ์จริงได้

วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบ้านทุ่งมนอินทรีย์ และวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรไทรงามพัฒนา พบปัญหาขาดคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาช่วยต่อยอดกิจกรรมของชุมชน และมีความเข้าใจธุรกิจยุคดิจิทัล

การวิจัยที่ผ่านมา พบว่าผู้ประกอบการดิจิทัล มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การก่อตั้งหน่วยธุรกิจดิจิทัล 2) การแข่งขันเชิงรุกด้วยดิจิทัล 3) อิสรภาพการดำรงธุรกิจยุคดิจิทัล และ 4) การวิจัยและพัฒนาด้านดิจิทัล (Niyawanont and Wanarat, 2021) สมรรถนะดิจิทัลผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียน มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความรู้ดิจิทัล 2) วิสัยทัศน์ดิจิทัล 3) การบริหารจัดการและนำองค์กรดิจิทัล 4) วัฒนธรรมดิจิทัล (Chatchawan and Vaisopha, 2023) การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อลดอคติจากมุมมองผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และนักศึกษา ซึ่งโมเดลสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษาจะช่วยเตรียมคนรุ่นใหม่ในระดับอุดมศึกษา และตอบสนองความต้องการของชุมชนที่มีทิศทาง ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับชุมชน ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา วัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 2) ตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (mixed methods) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยการแจกแบบสอบถาม (questionnaire) กับนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนในช่วงมกราคม – มิถุนายน 2567 เป็นเวลา 24 สัปดาห์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วิธีดำเนินการวิจัยในครั้งนี้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ระยะ

ระยะที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้แทนชุมชน 2 คน วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรไทรงามพัฒนา ต. โคกกลาง อ.ลำปลายมาศ จ.บุรีรัมย์ และวิสาหกิจชุมชนบ้านทุ่งมนอินทรีย์ ต.เมืองยาง อ.ชำนิ จ.บุรีรัมย์ และผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ นักวิชาการด้านบริหารการศึกษา นักวิชาการด้านการตลาด และนักวิชาการด้านการเงิน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

ระยะที่ 2 ตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา

ประชากร คือ นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 แห่ง ได้แก่ วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ วิทยาลัยชุมชนยโสธร วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร และวิทยาลัยชุมชนหนองบัวลำภู ในปีการศึกษา 2567 จำนวน 1,804 คน โดยสุ่มแบบชั้นภูมิ ดังนี้ วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์ 526 คน วิทยาลัยชุมชนยโสธร 448 คน วิทยาลัยชุมชนมุกดาหาร 627 คน และวิทยาลัยชุมชนหนองบัวลำภู 203 คน

กลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร ยามาเน (Yamane, 1973) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน อย่างไรก็ตาม การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของโมเดล LISREL คือขนาดกลุ่มตัวอย่าง 20 เท่า ต่อพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าทั้งหมด 14 ตัว (Hair *et al*., 2019) ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จึงต้องไม่น้อยกว่า 300 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับองค์ประกอบสมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบการยุคดิจิทัลในบริบทของนักศึกษา ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (item-objective congruence: IOC) ซึ่งได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ผลการประเมินพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อคำถาม

ระยะที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวบ่งชี้องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (item-objective congruence: IOC) ซึ่งได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ผลการประเมินพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อคำถาม หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (try-out) กับนักศึกษา ในปีการศึกษา 2567 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α-coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) อยู่

ในช่วง 0.676 – 0.899 ซึ่งมีค่าไม่น้อยกว่า 0.6 (Cohen *et al*., 2003) แสดงถึงความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีถึงดีมาก และความเที่ยงตรงของแบบสอบถามมีค่า factor loading ของแต่ละตัวแปรอยู่ในช่วง 0.613 – 0.905 ซึ่ง factor loading ของแต่ละตัวแปรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.4 (Carlo and Randall, 2002) แสดงถึงความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในการวัดตัวแปร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เกี่ยวกับตัวบ่งชี้องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษากับ 2 กลุ่มหลัก

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 คน ที่มีประสบการณ์ตรงในการบริหารจัดการธุรกิจขนาดย่อมในบริบทชุมชน ข้อมูลจากกลุ่มนี้สะท้อนความต้องการจริงของพื้นที่

กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ นักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจ นักวิชาการด้านบริหารการศึกษา นักวิชาการด้านการตลาด และนักวิชาการด้านการเงิน ข้อมูลจากกลุ่มนี้เป็นนักวิชาการเฉพาะด้านที่มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง โดยสามารถแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ของ “สมรรถนะ” ได้อย่างเป็นระบบ และมีพื้นฐานทางทฤษฎีที่รองรับ ช่วยยืนยันความสมบูรณ์ของแบบจำลอง (model validity) และทำให้การสร้างเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับทฤษฎีและหลักวิชาการ

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและทางออนไลน์กับนักศึกษาวิทยาลัยชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ งานวิจัยครั้งนี้เก็บตัวอย่างได้จำนวน 521 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยนำข้อมูลจาก 2 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย กลุ่มตัวแทนจากวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยเน้นการสังเคราะห์ประเด็นที่สอดคล้องกัน เพื่อนำไปสกัดเป็น “ตัวบ่งชี้” (indicators) ภายใต้โครงสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จำนวน 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทักษะ (skills) ความรู้ (knowledge) กรอบความคิด (mindset) การปฏิบัติ (practical) ตัวบ่งชี้ที่ผ่านการสังเคราะห์ข้างต้นถูกนำไปใช้ในการพัฒนาแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-point likert scale) ครอบคลุม แต่ละองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ภายในอย่างชัดเจน

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับแรก (first order confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวบ่งชี้ (indicators) กับ องค์ประกอบแฝงระดับแรก (latent variables) ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างสมรรถนะผู้ประกอบการยุคดิจิทัล จำนวน 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทักษะ (skills) ความรู้ (knowledge) กรอบความคิด (mindset) การปฏิบัติ (practical) 2) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (second order confirmatory factor analysis) เพื่อทดสอบว่า องค์ประกอบหลักทั้ง 4 ด้านข้างต้น สามารถรวมกันเป็นโครงสร้างระดับสูง (second-order latent construct) ที่เรียกว่า “สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา” ได้อย่างมีนัยสำคัญ การวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งสองระดับดำเนินการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป LISREL

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา มี 4 องค์ประกอบ 14 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) ประกอบด้วย 1.1) กลยุทธ์พื้นฐานในการทำตลาด (BM) 1.2) การผสมผสาน SWOT, TOWS และ Five Forces Model (IS) 1.3) การใช้สื่อสังคม รวมถึงการผสมผสานสื่อออนไลน์กับออฟไลน์ (UM) 1.4) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (DT) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) ประกอบด้วย 2.1) ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ (BF) 2.2) ความรู้ด้านดิจิทัล (DL) 2.3) การทำตลาดแบบ e-marketing (PM) 2.4) ศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ (LE) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) ประกอบด้วย 3.1) การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก (GM) 3.2) การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น (OM) 3.3) ความยืดหยุ่นในการปรับตัว (AM) และองค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) ประกอบด้วย 4.1) แคนวาสสำหรับผู้ประกอบการ (EC) 4.2) แคนวาสการจัดการโครงการ (MC) 4.3) กราฟิกคอมพิวเตอร์ (CG)

ส่วนที่ 2 ผลการตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) องค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) ดังแสดงใน Figure 1

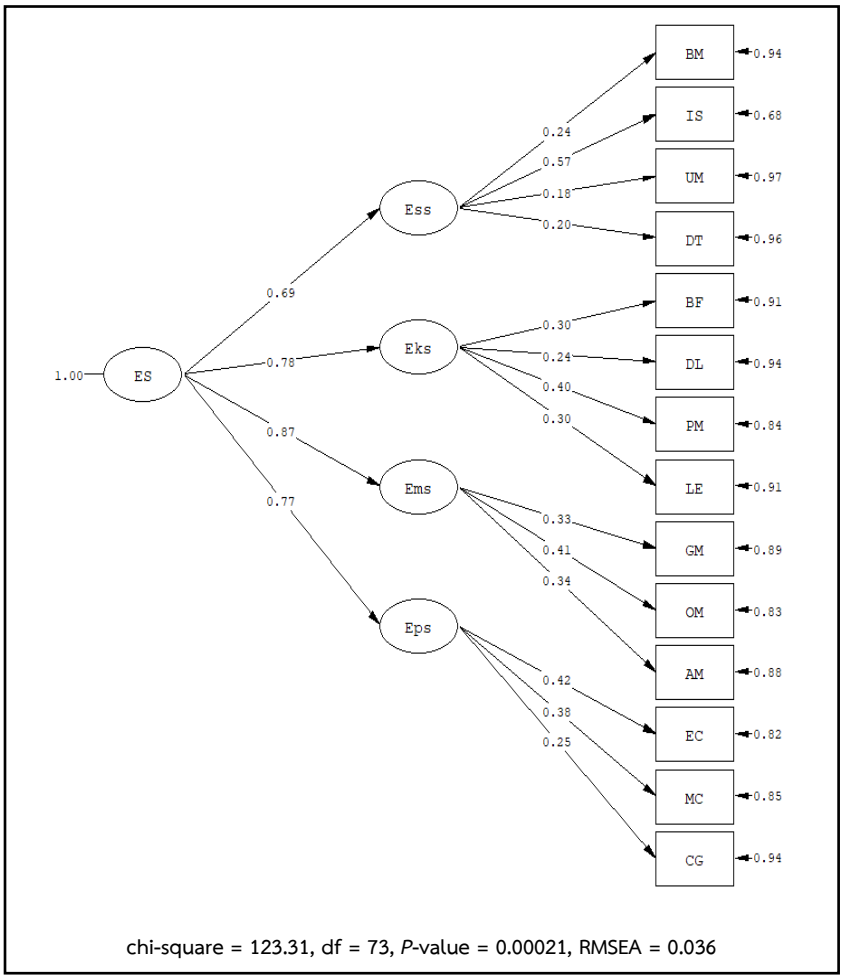


Figure 1. Component's consistency analysis of entrepreneurs' competency in digital era of student

ผลการตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา พบว่า องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวม พบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.689 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (goodness of - fit - index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.967 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแล้ว (adapted goodness-of-fit index : AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.954 ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของเศษมาตรฐาน SRMR (standardized root mean squared residual) มีค่าเท่ากับ 0.043 ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณ RMSEA (root mean square error of approximation) มีค่าเท่ากับ 0.036 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงใน Table 1

Table 1. Statistical to assess the consistency of the model with empirical data

Index	Criteria	Statistical obtained from the analysis
χ^2/df	<3	1.689
GFI	≥0.90	0.967
AGFI	≥0.90	0.954
SRMR	<0.05	0.043
RMSEA	<0.05	0.036
Conclusion through the criteria consistent with empirical data		

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา พบว่าองค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) และองค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.69 – 0.87 แสดงว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน สามารถอธิบายถึงสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ พบว่าจากตัวบ่งชี้ 14 ตัวบ่งชี้ มี 5 ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.30) จึงคัดออก ดังนั้น สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษาประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ 9 ตัวบ่งชี้ ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ (ESS) 1 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ การผสมผสาน SWOT, TOWS และ Five Forces Model (IS) (0.57) องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ (EKS) 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ (BF) (0.30) 2) การทำตลาดแบบ e-Marketing (PM) (0.40) 3) ศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ (LE) (0.30) องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ (EMS) 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก (GM) (0.33) 2) การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น (OM) (0.41) 3) ความยืดหยุ่นในการปรับตัว (AM) (0.34) องค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ (EPS) 2 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) แคนวาสสำหรับผู้ประกอบการ (EC) (0.42) 2) แคนวาสการจัดการโครงการ (MC) (0.38)

วิจารณ์

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ชุดทักษะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การผสมผสาน SWOT, TOWS และ Five Forces Model 2) ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ การทำตลาดแบบ e-marketing ศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ 3) กรอบความคิดของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น ความยืดหยุ่นในการปรับตัว 4) การปฏิบัติของผู้ประกอบการ ได้แก่ แคนวาสสำหรับผู้ประกอบการ แคนวาสการจัดการโครงการ สอดคล้องกับ Chankan *et al*. (2024) ศึกษาสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่ามี 3 ด้าน ดังนี้ 1) ความรู้ คือ ความรู้ธุรกิจทั่วไป ความรู้การออกแบบเบื้องต้นของโมเดลธุรกิจ ความรู้ในการดำเนินธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและภาษีอากร 2) ทักษะ คือ ความสามารถในการปฏิบัติงาน การสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ 3) คุณลักษณะคือ ความรับผิดชอบในการทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ การมีจริยธรรมทางธุรกิจ

องค์ประกอบที่ 1 ชุดทักษะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การบูรณาการ SWOT, TOWS และ Five Forces Model ซึ่งบ่งชี้ว่านักศึกษาควรมีทักษะเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือ SWOT, TOWS และ Five Forces Model ในการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ สอดคล้องกับ Gunawan (2024) ศึกษาผลกระทบของลักษณะและสมรรถนะของผู้ประกอบการต่อประสิทธิภาพทางธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอินโดนีเซีย พบว่าทักษะด้านกลยุทธ์และการเรียนรู้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในกรอบความสามารถด้านผู้ประกอบการ องค์ประกอบที่ 2 ชุดความรู้ของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ การทำตลาดแบบ e-Marketing และศาสตร์สหวิทยาการในการประกอบการ สอดคล้องกับ Thongeiam and Sapsanguanboon (2022) ศึกษารูปแบบการพัฒนาทักษะสำหรับผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล พบว่า ความรู้เกี่ยวกับตัวธุรกิจเป็นหนึ่งในความรู้ที่สำคัญในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับ Naklungka *et al*. (2025) ศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ พบว่า วิชาที่มีความต้องการเรียนมากที่สุดคือ การตลาดออนไลน์ สอดคล้องกับ Nakruang *et al*. (2021) กล่าวว่าความสามารถของผู้ประกอบการในการบูรณาการความรู้มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ Sanchez-Vera and Lopez-Vicent (2024) กล่าวว่ามีความจำเป็นต้องใช้แนวทางสหวิทยาการในระดับอุดมศึกษาโดยผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ จากเทคโนโลยี เศรษฐศาสตร์ และการศึกษา เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล องค์ประกอบที่ 3 กรอบความคิดของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก การเห็นและเข้าใจมุมมองของคนอื่น ความยืดหยุ่นในการปรับตัว สอดคล้องกับ Phungphol *et al*. (2020) ศึกษาการพัฒนาสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทยยุคใหม่เพื่อผลประกอบการในยุคประเทศไทย 4.0 พบว่า การกล้าเปลี่ยนแปลงสู่สิ่งใหม่ โดยมองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเชิงบวก เป็นสมรรถนะทางปัญญาเชิงธุรกิจที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ สอดคล้องกับ Korte *et al*. (2018) ศึกษาบทบาทของความเห็นอกเห็นใจในผู้ประกอบการ ความสามารถหลักในกรอบความคิดของผู้ประกอบการ พบว่า ความเห็นอกเห็นใจ เป็นกระบวนการทางปัญญาและอารมณ์ที่สำคัญของทัศนคติของผู้ประกอบการ เนื่องจากช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจและตอบสนองความต้องการของชุมชน สอดคล้องกับ Santos and Torkomian (2021) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการดิจิทัล : การศึกษาหลายกรณีในธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า ความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้ากับตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นคุณลักษณะเบื้องต้นที่ต้องมีในผู้ประกอบการดิจิทัล องค์ประกอบที่ 4 การปฏิบัติของผู้ประกอบการ ได้แก่ แคนวาสสำหรับผู้ประกอบการ และแคนวาสการจัดการโครงการ เป็นความสามารถในการเข้าใจภาพรวมของธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ในการวางแผนใช้ทรัพยากรที่มีเพื่อส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าถูกกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Pantang *et al*. (2024) ศึกษาการพัฒนาโมเดลธุรกิจแคนวาสแบบมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มความสามารถในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลไม้แปรรูปบ้านเสี้ยว พบว่า การใช้โมเดลธุรกิจแคนวาสช่วยเพิ่มความสามารถการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Morched and Jarboui (2025) ศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างการบริหารโครงการและการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า การบูรณาการวิธีการจัดการโครงการกับแนวทางปฏิบัติของผู้ประกอบการจะนำไปสู่การตัดสินใจและการจัดสรรทรัพยากรที่ดีขึ้นในการเพิ่มความสำเร็จของธุรกิจ

สรุป

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 4 องค์ประกอบ 14 ตัวบ่งชี้ สะท้อนความคาดหวังของภาคชุมชนและวิชาการต่อ “ต้นแบบ” นักศึกษาที่เข้าสู่โลกธุรกิจดิจิทัล การตรวจสอบความกลมกลืนขององค์ประกอบสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษา 4 องค์ประกอบ 9 ตัวบ่งชี้ พบความแตกต่างจากมุมมองของภาคชุมชนและวิชาการ ซึ่งอาจสะท้อนถึงข้อจำกัดด้านประสบการณ์ในพื้นที่

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งในการวางแผนพัฒนาที่เน้นตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักสูงสุด การพัฒนาเครื่องมือวัดสมรรถนะ และการสร้างฐานข้อมูลผู้ประกอบการในชุมชนเพื่อสนับสนุนนโยบายเชิงพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

Carlo, G. and B.A. Randall. 2002. The development of a measure of prosocial behaviors for late adolescents. Journal of Youth and Adolescence 31(1): 31-44.

Chankan, C., C. Chatruprachewin and S. Chaowachai. 2024. Model for developing entrepreneurial competency of students in educational institutions under Office of the Vocational Education Commission. Journal of MCU Peace Studies 12(2): 567-581. (in Thai)

Chatchawan, N. and K. Vaisopha. 2023. The factors analysis of digital competency for education management administrators under the Loei Primary Education Area 1. Ratanabuth Journal 5(1): 169-182. (in Thai)

Cohen, J., P. Cohen, S. G. West and L. S. Aiken. *2003.* Applied Multiple Regression/ Correlation Analysis for the Behavioral Sciences. 3rd ed. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, New Jersey. 703 p.

Gunawan, A. F. 2024. The impact of entrepreneurial characteristics and competencies on business performance in the creative industry in Indonesia. Asian Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship 18(3): 300-317.

Hair, J.F., W.C. Black., B.J. Babin and R.E. Anderson. 2019. Multivariate Data Analysis. 8th ed. Cengage Learning, Hampshire. 813 p.

Hussain, B.M., U. Baig, V. Davidaviciene and I. Meidute-Kavaliauskiene. 2021. A thoughtful insight on women entrepreneur’s investment attitude. Economies 9(4): 187, doi : org/10.3390 /economies9040187

Korte, R., K. A. Smith and C.Q. Li. 2018. The role of empathy in entrepreneurship: A core competency of the entrepreneurial mindset. Advances in Engineering Education7(1) .https://file.eric.ed.gov/ fulltext/ EJ1199603.pdf

Le Dinh, T., M.C. Vu and A. Ayayi. 2018. Towards a living lab for promoting

the digital entrepreneurship process. International Journal of Entrepreneurship 22(1): 1–17.

Markow, W., D. Hughes and A. Bundy. 2018. The New Foundational Skills of the Digital Economy. Burning Glass Technologies, Boston. 63 p.

Morched, S and A. Jarboui. 2025. Synergy between project management and entrepreneurship. IntechOpen. doi : 10.5772/intechopen.1008296.

Naklungka, K., K. Khumprasert, K. Photimanee and P. Akrarat. 2025. Strategy for developing short-term curriculum to promote modern entrepreneurial skills. Thai Interdisciplinary and Sustainability Review 14(1): Article 23, doi: 10.14456/tisn.2025.23. (in Thai)

Nakruang, D., K. Donkwa and A. Suvittawat. 2021. Effect of entrepreneurial orientation on corporate sustainability performance: Mediating role of differentiation and the knowledge integration capability of community enterprises in three southern border provinces. Journal of Community Development and Life Quality 9(1): 39-50. (in Thai)

Niyawanont, N. and S. Wanarat. 2021. Structural equation modelling of digital entrepreneurship, logistics innovation, and digital transformation influence on logistics performance of logistics entrepreneurs in Thailand. ABAC Journal 41(4): 147-174.

Office of the Education Council. 2018. Entrepreneurship Education. Prikwhan Graphic, Bangkok. 237 p. (in Thai)

Pantang, P., T. Thamee and D. Buntam. 2024. Development of participatory business model canvas to increase business capability of Ban Siao processed fruit community enterprise. Modern Management Journal 22(1): 41-58. (in Thai)

Phungphol, W., V. Jadesadalug and J. Sansook. 2020. The development of business intellectual competency for modern Thai SMEs towards business performance in Thailand 4.0 era. Dusit Thani College Journal 14(2): 341-360. (in Thai)

Sanchez-Vera, M. del M, and P. Lopez-Vicent. 2024. The competence of digital entrepreneurship in education: Analysis of the perception of university students. Intangible Capital 20(2): 376-392.

Santos, E. A. dos and A. L. V. Torkomian. 2021. Characteristics of the digital entrepreneur: a multicase study in startups. International Journal of Innovation 9(2): 219-238.

Thongeiam, S and W. Sapsanguanboon. 2022. The study of skills development methodology for entrepreneurin digital era. Journal of Accountancy and Management 14(1): 32-42. (in Thai)

Yamane, T. 1973. Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed. Harper and Row, New York. 1130 p.

การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขในชุมชน: แนวทางการส่งเสริมอนามัยครอบครัวผ่านการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภค (นวัตกรรมเพื่อการเฝ้าระวังสุขภาพชุมชน) ชุมชนสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

Development of a Self-learning Kit for Community Public Health Volunteers: Strategies for Promoting Family Health through Consumption and Utility Water Quality Assessment (Community Health Surveillance Innovation) in Saluang Community, Mae Rim District, Chiang Mai Province

ฉัตรศิริ วิภาวิน

Chatsiri Wiphawin

ภาควิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ 50180

Department of Public Health, Faculty of Science and Technology, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai 50180, Thailand

Corresponding author: E-mail: chatsiri_wip@g.cmru.ac.th

(Received: January 30, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 15, 2025)

Abstract: This research aimed to develop a self-learning kit for community health volunteers and to promote family health through the monitoring of domestic water quality in Saluang Community, Mae Rim District, Chiang Mai Province, using a mixed-methods approach. The sample consisted of 40 community health volunteers and 120 households in the community, selected through purposive sampling. The research instruments included the self-learning kit, a knowledge questionnaire, a behavioral assessment form, and a user satisfaction questionnaire. All instruments were validated, with content validity indices ranging from 0.72 to 0.85 and a reliability coefficient of 0.82. The results showed that the self-learning kit significantly enhanced the capacity of health volunteers in water quality analysis. The volunteers were able to accurately and precisely assess water quality. The quality of domestic water in the community was markedly improved, with the proportion of substandard water decreasing from 65.4% to 8.3% after the implementation of the self-learning kit. Moreover, the incidence of gastrointestinal diseases in the community decreased by 78.3%. The innovation received an excellent performance rating, with an average score of 4.85 out of 5, and can potentially be extended to neighboring communities. These findings demonstrate the feasibility of applying this innovation to strengthen the capacity of community health volunteers and sustainably promote community health.

Keywords: Self-learning, monitoring, water quality, village health volunteers

บทคัดย่อ: การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุข และส่งเสริมอนามัยครอบครัวผ่านการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคในชุมชนสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยอาสาสมัครสาธารณสุขจำนวน 40 คน และ

ครัวเรือนในชุมชน 120 ครัวเรือน ซึ่งคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือวิจัย ได้แก่ ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง แบบสอบถามความรู้ แบบประเมินพฤติกรรม และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เครื่องมือทุกชุดผ่านการตรวจสอบคุณภาพ โดยมีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.72–0.85 และค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.82 ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยเพิ่มศักยภาพในการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำของอาสาสมัครสาธารณสุขอย่างมีนัยสำคัญ อาสาสมัครสามารถตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ คุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคในชุมชนได้รับการปรับปรุงอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมที่มีน้ำไม่ได้มาตรฐานร้อยละ 65.4 ลดลงเหลือร้อยละ 8.3 หลังการใช้ชุดการเรียนรู้ นอกจากนี้ อัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคระบบทางเดินอาหารในชุมชนลดลงถึงร้อยละ 78.3 และนวัตกรรมชุดการเรียนรู้ได้รับการประเมินประสิทธิภาพในระดับดีเยี่ยม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.85 จากคะแนนเต็ม 5 ทั้งยังสามารถขยายผลไปยังชุมชนใกล้เคียงได้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพอาสาสมัครสาธารณสุขและส่งเสริมสุขภาพชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การเรียนรู้ด้วยตนเอง การตรวจวัด คุณภาพน้ำ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

คำนำ

ปัญหาคุณภาพน้ำและสุขภาพอนามัยเป็นความท้าทายสำคัญในระดับโลก โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา องค์การอนามัยโลก (WHO) รายงานในปี พ.ศ. 2565 ว่า ประชากรโลกกว่า 2,000 ล้านคนยังไม่มีน้ำดื่มที่ปลอดภัยซึ่งส่งผลให้เกิดการระบาดของโรคติดต่อทางน้ำ เช่น อุจจาระร่วง โรคบิด และอหิวาตกโรค โดยมีผู้เสียชีวิตถึง 829,000 รายต่อปี (World Health Organization, 2022) ปัญหานี้ไม่เพียงกระทบต่อสุขภาพของประชากรโลก แต่ยังส่งผลต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของสังคมอย่างมีนัยสำคัญ (Department of Environmental Quality Promotion, 2021)

ในบริบทประเทศไทยกรมอนามัยรายงานในปี พ.ศ. 2564 พบว่าร้อยละ 35.7 ของชุมชนชนบทยังคงประสบปัญหาคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคที่ไม่ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทและห่างไกล ซึ่งมีข้อจำกัดด้านระบบประปาและการจัดการน้ำสะอาด (Department of Health, 2021) จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีพื้นที่ภูเขาสูงและชุมชนกระจายตัว พบว่าร้อยละ 42.3 ของน้ำในชุมชนชนบท ยังคงมีการปนเปื้อน ส่งผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาพของประชาชน รวมถึงความปลอดภัยทางอาหารและน้ำ (Chiang Mai Provincial Public Health Office, 2021) สถานการณ์ใน ตำบลสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นตัวอย่างปัญหาเชิงพื้นที่ที่ชัดเจน การสำรวจเบื้องต้นพบว่า ร้อยละ 65.4 ของครัวเรือน มีน้ำอุปโภคบริโภคที่ไม่ได้มาตรฐาน (Jaitae, 2024) โดยเฉพาะในพื้นที่สูงและชุมชนห่างไกลจากแหล่งน้ำคุณภาพดี สภาพแวดล้อมนี้ยังส่งผลให้อัตราการเจ็บป่วยด้วย โรคระบบทางเดินอาหารสูงถึงร้อยละ 28.6 ต่อประชากรพันคน (Saluang Health Promoting Hospital, 2022) ซึ่งสูงเมื่อเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ การขาดแคลนน้ำสะอาดในชีวิตประจำวันไม่เพียงกระทบต่อสุขภาพของประชาชน แต่ยังลดคุณภาพชีวิตและเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล (Chutrakul, 2022)

การจัดการปัญหาคุณภาพน้ำจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในระบบการดูแลสุขภาพระดับปฐมภูมิด้วยบทบาทที่ใกล้ชิดกับประชาชน อสม. จึงเป็นกลุ่มบุคคลสำคัญที่สามารถสร้างความตระหนักรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Department of Health Service Support, 2020) หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญคือการใช้ ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งช่วยให้ อสม. สามารถเพิ่มพูนความรู้และพัฒนาทักษะด้านการตรวจวัดและเฝ้าระวังคุณภาพ

น้ำได้โดยไม่ต้องพึ่งพาสถานที่หรือช่วงเวลาเฉพาะ การสร้างชุดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทชุมชนสามารถช่วยลดข้อจำกัดด้านทรัพยากร และส่งเสริมให้ อสม. มีบทบาทที่เข้มแข็งขึ้นในการเฝ้าระวังสุขภาพของชุมชน (National Health Commission Office, 2022) พัฒนาศักยภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จึงเป็นแนวทางสำคัญในการลดความเสี่ยงด้านสุขภาพของครอบครัว ช่วยให้ อสม. พัฒนาความรู้ ความเข้าใจ และทักษะด้านการตรวจวัดคุณภาพน้ำ ทั้งยังสามารถถ่ายทอดข้อมูลให้แก่ครัวเรือนได้อย่างเป็นระบบนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสุขภาพในครัวเรือน (Thanomthap, 2025) และเป็นกลไกสำคัญของการส่งเสริมอนามัยครอบครัว

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขในชุมชนตำบลสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคในครัวเรือนจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมอนามัยครอบครัวและเป็นนวัตกรรมด้านการเฝ้าระวังสุขภาพชุมชนที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ บูรณาการองค์ความรู้ด้านสาธารณสุข การมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างระบบสุขภาพชุมชนตอบสนองความต้องการของประชาชน

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภค และประเมินผลลัพธ์ในระดับบุคคลและระดับครัวเรือน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนการพัฒนาชุดการเรียนรู้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบคุณภาพน้ำและการพัฒนาสื่อการเรียนรู้

2. สำรวจบริบทและความต้องการของ อสม. ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม

3. ร่างต้นแบบชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง คือ (1) คู่มือการเรียนรู้ (2) แบบฝึกปฏิบัติ (3) วิดีโอสาธิต

4. นำชุดการเรียนรู้เข้าสู่กระบวนการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อปรับปรุงก่อนนำไปใช้จริงในพื้นที่

ขั้นตอนและระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยดำเนินการตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2566 ถึงเดือนพฤษภาคม 2567 แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่

ระยะวางแผน ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพน้ำและการเรียนรู้ของอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) พัฒนาเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง แบบสอบถาม และแนวทางการสัมภาษณ์

ระยะเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการศึกษาชุดการเรียนรู้และเก็บแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง จัดการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มกับ อสม. ที่ร่วมในโครงการ ติดตามการนำชุดการเรียนรู้ไปใช้ในพื้นที่จริง

ระยะวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล การประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล และเขียนรายงานผลการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมาย ของการวิจัยนี้คือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในตำบลสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 120 คน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในระบบการดูแลสุขภาพระดับปฐมภูมิ กลุ่มตัวอย่าง คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ อสม. จำนวน 40 คน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ได้แก่ มีประสบการณ์ทำงานอย่างน้อย 1 ปี สามารถอ่านออกเขียนได้ มีความสมัครใจเข้าร่วมโครงการเพื่อประเมินความเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และ

พฤติกรรมก่อนและหลังการใช้งานชุดการเรียนรู้กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ อสม. จำนวน 8 คนโดยใช้หลักเกณฑ์ความหลากหลายของหมู่บ้านและระดับความพร้อมในการนำชุดการเรียนรู้ไปใช้จริง เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกผ่านการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม คัดเลือกประชากรเข้าร่วมในการวิจัย (inclusion criteria) เป็นกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านและผู้ใหญ่บ้านที่อาศัยในพื้นที่ลุ่มน้ำ แม่เลาะ ตำบลสะลวงอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่สามารถสื่อความหมายได้อย่างเข้าใจ และอ่านออกเขียนได้ ให้ความร่วมมือและยินยอมในการตอบคำถาม โดยสมัครใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นเฉพาะ โดยได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเชื่อมั่น (reliability) ดังนี้

1) ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ชุดการเรียนรู้ถูกพัฒนาเพื่อให้ อสม. เรียนรู้เกี่ยวกับการตรวจวัดคุณภาพน้ำ โดยประกอบด้วย คู่มือการเรียนรู้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับพารามิเตอร์ในการตรวจวัดคุณภาพน้ำ เช่น ค่าความขุ่น ค่า pH และการตรวจสารปนเปื้อนเบื้องต้น แบบฝึกปฏิบัติสำหรับการทดลองตรวจวัดคุณภาพน้ำในพื้นที่ สื่อวิดีโอสาธิตขั้นตอนการตรวจวัดคุณภาพน้ำ

2) แบบสอบถามการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามหาความเที่ยงตรง (validity) ด้วยการหาค่า IOC: index of item objective congruence ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency) พิจารณาความเหมาะสมของภาษา นำไปหาค่าความเที่ยงตรงหรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (content validity index: CVI) เท่ากับ 0.78 และได้ค่าเฉลี่ยผลการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญโดยพิจารณาข้อคำถามโดยเกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้ผลสรุปของค่า IOC จากข้อคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามมีค่ารวมเฉลี่ยระหว่าง 0.72–0.85 คำนวณค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตร Cronbach's Alpha แบบสอบถามความรู้เท่ากับ 0.81 แบบประเมินพฤติกรรมเท่ากับ 0.79 แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นต้น จำนวน 10 ข้อลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ตอนที่ 2 แบบทอสอบความรู้และแบบประเมินพฤติกรรม (KP) การตรวจสอบคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคของกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่เลาะ จำนวน 26 ข้อ ประกอบด้วยด้านความรู้ ของกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำนวน 15 ข้อ เลือกตอบถูก ผิด และแบบประเมินพฤติกรรมตรวจสอบคุณภาพน้ำของกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่เลาะ จำนวน11 ข้อ ลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) มี 4 ระดับ ปฏิบัติประจำ ปฏิบัติส่วนมาก ปฏิบัติส่วนน้อยไม่ปฏิบัติเลย ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามแบบปลายเปิด

3) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน จำนวน 10 ข้อ วัดระดับความพึงพอใจต่อเนื้อหา ความชัดเจนของคู่มือ ความเข้าใจง่าย และการนำไปใช้จริง คำนวณค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตร Cronbach's Alpha มีค่าเท่ากับ 0.84

3) แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ชุดการเรียนรู้ในบริบทชุมชน ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการที่ครอบคลุมทั้งการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเก็บข้อมูลเริ่มต้นด้วยการจัด

กิจกรรมแนะนำการใช้งานชุดการเรียนรู้ให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 40 คน ผู้เข้าร่วมได้รับการอธิบายวิธีการใช้งานชุดการเรียนรู้และวัตถุประสงค์ของการศึกษา พร้อมทั้งได้รับแบบสอบถามสำหรับการประเมินระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมก่อนการใช้งาน (pre-test) ระหว่างระยะเวลา 4 สัปดาห์ของการใช้งานชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง อสม. มีโอกาสเรียนรู้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคผ่านคู่มือที่ออกแบบมาให้เข้าใจง่าย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้จริงในบริบทชุมชน นอกจากนี้ยังมีการติดตามผลการใช้งานชุดการเรียนรู้โดยผู้วิจัยผ่านการพูดคุยและแก้ไขข้อสงสัยที่เกิดขึ้น เพื่อสนับสนุนให้กลุ่มตัวอย่างสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการทดลอง กลุ่มตัวอย่างได้รับการประเมินอีกครั้งโดยใช้แบบสอบถามชุดเดิม (Post-test) เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม รวมทั้งการวัดความพึงพอใจที่มีต่อชุดการเรียนรู้ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามช่วยให้เห็นผลกระทบเชิงตัวเลขของการทดลอง และสะท้อนถึงประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ในแง่มุมที่วัดได้

นอกจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแล้ว การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพยังมีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจประสบการณ์ของ อสม. ในการใช้งานชุดการเรียนรู้ โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ อสม. จำนวน 8 คน เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหา การนำไปใช้ในชีวิตจริง และปัญหาที่อาจเกิดขึ้น การสนทนากลุ่มยังถูกจัดขึ้นเพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปปรับปรุงชุดการเรียนรู้ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมทั้งหมด ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ครอบคลุม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมทางสถิติในการคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการทดลองด้วยสถิติทดสอบ (paired t-test) ขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพได้รับการถอดความและจัดหมวดหมู่ตามประเด็นสำคัญ เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาที่สะท้อนความลึกซึ้งของข้อมูล

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือโดยใช้วิธีตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตามหนังสือรับรองที่ IRBCMRU 2023/025.19.01 ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจในความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของการวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการประเมินประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภค โดยกระบวนการวิเคราะห์ใช้ทั้งวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ผลลัพธ์สะท้อนถึงทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงตัวเลขและมุมมองเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามก่อนและหลังการทดลอง นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความพึงพอใจต่อชุดการเรียนรู้ รวมถึงการวัดระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตรวจวัดคุณภาพน้ำ ทั้งในช่วงก่อนและหลังการใช้งานชุดการเรียนรู้ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างสองช่วงเวลาด้วยสถิติ Paired t-test เพื่อวัดความแตกต่างที่เกิดขึ้น

ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มถูกใช้เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล เพื่อสำรวจมุมมองและประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้งานชุดการเรียนรู้ การ

สัมภาษณ์ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้งานในชีวิตจริง ความเหมาะสมของเนื้อหา และอุปสรรคที่พบระหว่างการใช้งาน ขณะที่การสนทนากลุ่มช่วยรวบรวมข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปปรับปรุงชุดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนมากยิ่งขึ้น

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มถูกวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) โดยกระบวนการนี้เริ่มต้นจากการถอดความข้อความจากการบันทึกเสียง จัดหมวดหมู่ตามหัวข้อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตีความข้อมูลเพื่อระบุประเด็นสำคัญที่สะท้อนถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของชุดการเรียนรู้ รวมถึงปัญหาและข้อจำกัดที่ควรได้รับการแก้ไข

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับ อสม. ด้านการตรวจวัดคุณภาพน้ำ โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่การออกแบบพัฒนา ทดลองใช้ และปรับปรุง ผ่านกลไกการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (experiential learning) ร่วมกับการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการเฝ้าระวังน้ำในครัวเรือน ซึ่งช่วยเสริมสร้างสุขภาวะครอบครัวและกลไกเฝ้าระวังสุขภาพชุมชน โดยมีรายละเอียดผลการศึกษาดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 40 คน ในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ร้อยละ 55.00 และมีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 46.00 ด้านการศึกษา พบว่า ร้อยละ 47.50 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และร้อยละ 12.50 ไม่ได้เรียนหนังสือ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 32.50 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 42.00 จำนวนสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3-5 คน ร้อยละ 57.50 สำหรับคุณภาพน้ำที่ใช้อุปโภคในปัจจุบัน กลุ่ม อสม. รายงานว่าส่วนใหญ่ใช้น้ำที่ใสสะอาด ร้อยละ 77.50 ไม่มีสี ร้อยละ 67.50 ไม่มีกลิ่นผิดปกติ ร้อยละ 80.00 และไม่มีรสชาติผิดปกติ ร้อยละ 92.50 อย่างไรก็ตามยังพบลักษณะน้ำที่มีความขุ่น ร้อยละ 10.00 และคราบตะกรัน ร้อยละ 9.00 ในบางพื้นที่

2. ระดับความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบคุณภาพน้ำ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความรู้เกี่ยวกับการตรวจวัดคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคเบื้องต้นของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำนวน 40 คน ก่อนและหลังการอบรม พบว่า ระดับความรู้ในทุกด้านเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-value < 0.001) โดยความรู้เกี่ยวกับน้ำอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ย 11.25 (S.D. = 6.48) เป็น 25.94 (S.D. = 2.74) ความรู้เกี่ยวกับน้ำประปาในชุมชนเพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ย 13.08 (S.D. = 2.67) เป็น 26.16 (S.D. = 1.98) ความรู้ด้านการเก็บตัวอย่างน้ำเพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ย 14.12 (S.D. = 10.34) เป็น 22.48 (S.D. = 3.96) และความรู้ด้านการตรวจคุณภาพน้ำเพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ย 12.04 (S.D. = 4.64) เป็น 28.12 (S.D. = 2.67) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการอบรมสามารถช่วยเพิ่มพูนความรู้ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Table 1)

Table 1. Comparison of mean knowledge scores on basic water quality assessment for village health volunteers (n=40)

knowledge area	Before		After		t	*P*-value
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
Water for consumption and use	11.25	6.48	25.94	2.74	-14.26	<0.001***
Community tap water	13.08	2.67	26.16	1.98	-13.54	<0.001***
Water sampling	14.12	10.34	22.48	3.96	-8.84	<0.001***
Water quality testing	12.04	4.64	28.12	2.67	-16.84	<0.001***

P < 0.001 indicates statistical significance

3. พฤติกรรมการตรวจสอบคุณภาพน้ำ

ระดับพฤติกรรมเกี่ยวกับคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (จำนวน 40 คน) พบว่า กลุ่มที่มีพฤติกรรมอยู่ในระดับดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 2.17 (S.D. = 0.78) รองลงมาคือกลุ่มที่มีพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 1.20 (S.D. = 1.24) และกลุ่มที่มีพฤติกรรมอยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดที่ 0.48 (S.D. = 0.60) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแม้ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมที่ดีเกี่ยวกับคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภค แต่ยังมีความแตกต่างในระดับพฤติกรรมของอาสาสมัครแต่ละคน (Table 2)

Table 2. Levels of behavior among village health volunteers (n=40)

Behavior Related to Water Quality for Consumption and Use	$\overline{x}$	(S.D.)
Very Good Behavior	0.48	0.60
Good Behavior	2.17	0.78
Moderate Behavior	1.20	1.24

4. ประสิทธิผลของชุดการเรียนรู้

การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประเมินคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภค โดยใช้เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมอนามัยครอบครัวและสร้างระบบเฝ้าระวังสุขภาพชุมชนในพื้นที่ตำบลสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลลัพธ์ที่สำคัญจากการศึกษาครั้งนี้มีดังนี้

1. ประสิทธิภาพของชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ชุดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนสะลวง โดยประกอบด้วยเนื้อหาด้านการตรวจสอบคุณภาพน้ำ วิธีการปฏิบัติที่เหมาะสมและข้อมูลสุขภาพที่เกี่ยวข้อง ผลการประเมินพบว่า การพัฒนาความรู้ คะแนนความรู้ของ อสม. เพิ่มขึ้นจากเฉลี่ยร้อยละ 65 ในการทดสอบก่อนอบรม เพิ่มเป็นร้อยละ 92 หลังอบรม แสดงถึงการพัฒนาความรู้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 พฤติกรรมการปฏิบัติ ร้อยละ 85 ของ อสม. สามารถใช้อุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพน้ำได้อย่างถูกต้องในกิจกรรมภาคปฏิบัติ ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าชุดการเรียนรู้ช่วยเพิ่มศักยภาพของ อสม. ในการตรวจวัดคุณภาพน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นอิสระจากการพึ่งพาบุคลากรภายนอก

2. ผลลัพธ์ด้านอนามัยครอบครัว

การใช้ชุดการเรียนรู้ช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมสุขภาพและลดความเสี่ยงด้านสุขภาพของครัวเรือนในชุมชนพฤติกรรมที่ปลอดภัย ร้อยละ 75

ของครัวเรือนในชุมชนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้น้ำ เช่น การต้มก่อนดื่มและการใช้เครื่องกรองน้ำที่เหมาะสม ลดความเสี่ยงต่อโรคพบว่า มีอัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคทางเดินอาหารลดลงร้อยละ 20 ภายในระยะเวลา 6 เดือน ซึ่งเป็นผลจากการตรวจสอบคุณภาพน้ำที่เข้มงวดและการให้ความรู้ของ อสม. ผลลัพธ์นี้สะท้อนถึงความสำเร็จในการส่งเสริมสุขภาพของครอบครัวผ่านการพัฒนาศักยภาพของ อสม.

3. การสร้างนวัตกรรมเฝ้าระวังสุขภาพชุมชน

การบูรณาการการตรวจสอบคุณภาพน้ำเข้ากับงานประจำของ อสม. ช่วยเสริมความเข้มแข็งให้กับระบบเฝ้าระวังสุขภาพชุมชน การตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง อสม. สามารถดำเนินการตรวจสอบคุณภาพน้ำในครัวเรือนถึงร้อยละ 95 ของพื้นที่ตำบลสะลวง และจัดทำฐานข้อมูลสำหรับติดตามคุณภาพน้ำในแต่ละฤดูกาล การมีส่วนร่วมของชุมชน ความร่วมมือระหว่าง อสม. ผู้นำชุมชนและประชาชน ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมดังกล่าวไม่เพียงช่วยเพิ่มบทบาทของ อสม. แต่ยังวางรากฐานสำหรับระบบเฝ้าระวังสุขภาพที่ยั่งยืนในชุมชน

อภิปรายผล

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการใช้ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) สามารถพัฒนาความรู้และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหลังการใช้ชุดการเรียนรู้ กลุ่ม อสม. มีระดับความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Knowles (1984) เรื่องการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ที่ระบุว่าผู้ใหญ่สามารถเรียนรู้ได้ดีผ่านกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-directed learning) โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาเชื่อมโยงกับการปฏิบัติจริง และสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ว่าการอบรมและการให้ความรู้จะช่วยเพิ่มศักยภาพของอสม. ในการปฏิบัติงานด้านสุขภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thianjuruwatthana (2021) พบว่าการพัฒนาศักยภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านด้านความรู้ทางสาธารณสุขพื้นฐาน มีการดูแลสุขภาพทุกลุ่มวัย มีความรู้ในการสร้างนวัตกรรมในชุมชนรวมถึงความรู้ด้านเทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังพบความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jewjinda (2018) ซึ่งระบุว่าอสม. มีความสามารถและมีบทบาทในกิจกรรมที่ให้ได้สำเร็จในระยะเวลาสั้นเป็นอย่างดี เช่นการให้ความรู้ การแจ้งข่าวสารแก่ชาวบ้าน การรณรงค์เพื่อควบคุมโรคระบาดตามฤดูกาล ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของ Nutchanart (2018) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลบางประการ เช่น อายุและระดับการศึกษา มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของ อสม. ความแตกต่างนี้อาจอธิบายได้จากบริบทของพื้นที่ศึกษา โดยพื้นที่อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ อาจมีปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้และการปฏิบัติงานของอสม. เช่น การสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่ ในด้านผลลัพธ์ต่อครัวเรือน พบว่าร้อยละ 75 ของครัวเรือนเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทางที่ปลอดภัย เช่น ต้มน้ำก่อนดื่ม หรือใช้อุปกรณ์กรองน้ำที่มีคุณภาพ ซึ่งสัมพันธ์กับการลดลงของอัตราการเจ็บป่วยด้วยโรคระบบทางเดินอาหารในชุมชนจากเดิม 28.6 ต่อพันประชากร เหลือเพียง 8.3 รายในระยะเวลา 6 เดือน การเปลี่ยนแปลงนี้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาและถ่ายทอดความรู้ผ่าน อสม. มีผลกระทบเชิงพฤติกรรมและสุขภาพระดับครัวเรือนได้อย่างแท้จริง ชุดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นได้รับการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานในระดับดีมาก คะแนนเฉลี่ย 4.85 จาก 5 ทั้งในด้านเนื้อหาวิชาการ ความเข้าใจง่าย และความเหมาะสมกับบริบทชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Knowles (1984) แนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและสื่อสารผ่านรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสื่อหลายมิติ

การศึกษานี้ยังแสดงให้เห็นว่าชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในบริบทของชุมชนชนบท เนื่องจากสามารถนำไปใช้ได้สะดวก

โดยไม่ต้องอาศัยการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมในสถานที่เฉพาะ ผลการเปรียบเทียบคะแนนพฤติกรรมก่อนและหลังการอบรมชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกใช้น้ำดื่มที่มีลักษณะปลอดภัยมากขึ้น เช่น การเลือกน้ำที่ใสสะอาด ไม่มีสี และไม่มีกลิ่นผิดปกติ การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงการที่อสม. มีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพน้ำอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน อีกทั้งผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของอสม. ในการเป็นผู้นำด้านสุขภาพในชุมชน หากได้รับการสนับสนุนด้านการเรียนรู้และเครื่องมือที่เหมาะสม การใช้ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสามารถนำไปปรับใช้ในบริบทอื่นที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร เช่น ชุมชนห่างไกลหรือชุมชนที่มีการกระจายตัวของครัวเรือน การวิจัยเพิ่มเติมควรเน้นการปรับปรุงเนื้อหาชุดการเรียนรู้ให้ครอบคลุมปัญหาสุขภาพอื่น ๆ และการประเมินผลในระยะยาวเพื่อวัดผลกระทบที่ยั่งยืน

สรุป

การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสามารถตอบโจทย์บริบทของชุมชนในพื้นที่ชนบทได้อย่างเหมาะสม เนื้อหาในชุดการเรียนรู้ถูกปรับให้เข้าใจง่าย ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ เช่น การประเมินลักษณะน้ำที่ปลอดภัย และการตรวจสอบสารปนเปื้อนเบื้องต้น ผลการประเมินความพึงพอใจของอสม.มีความเหมาะสมของเนื้อหาและการใช้งานในชุมชน ผลลัพธ์นี้ยืนยันว่าการออกแบบนวัตกรรมดังกล่าวมีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน และการฝึกอบรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาพฤติกรรมมากกว่าลักษณะเฉพาะตัวของผู้เข้าร่วม ซึ่งสนับสนุนแนวคิดว่าการเสริมสร้างศักยภาพของอสม. ผ่านการให้ความรู้ที่เหมาะสมสามารถช่วยให้บุคคลในชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาวะของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณประชาชนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่เลาะ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้ให้ข้อมูลและร่วมแสดงความคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย รวมถึงผู้นำชุมชนที่ได้ให้การสนับสนุนและประสานงานในทุกขั้นตอนการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุขในพื้นที่ที่ได้ให้คำปรึกษาและอำนวยความสะดวกในการดำเนินการจนสำเร็จ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่สนับสนุนทำให้การศึกษานี้ประสบความสำเร็จและสามารถสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสุขภาวะของชุมชน

เอกสารอ้างอิง

Chiang Mai Provincial Public Health Office. 2021. Situation report on water in Chiang Mai province. (Online). Available: http://www.chiangmaihealth.go.th (December 15, 2024) (in Thai)

Chutrakul, S. 2022. Development approach for community-based tourism in travel TV shows content in support of community-based tourism. Journal of Community Development and Life Quality 10(1): 35-44. (in Thai)

Department of Health Service Support. 2020. Roles and duties of village health volunteers. Department of Health Service Support, Bangkok. (in Thai)

Department of Environmental Quality Promotion. 2021. Environmental Literacy in Rural Communities: A Practical Guide. Department of Environment Quality Promotion, Bangkok. (in Thai)

Department of Health. 2021. Water quality report in rural areas. Department of Health, Bangkok. (in Thai)

Jaitae, S. 2024. Household wastewater management of people in Mae Lor

Watersheds, Mae Rim District, Chiang Mai Province. Advanced Science Journal 24(2): 137-147. (in Thai)

Jewjinda, B. 2018. The development model Village Health Volunteers (VHV) with Participation. Journal of Administrative and Management 6(2): 1-9 (in Thai)

Knowles, M.S. 1984. Self - directed learning A neglected species. (3rd. ed). Houston: Gulf Publishing Co,.

National Health Commission Office. 2022. Community health innovation. National Health Commission Office, Bangkok. (in Thai)

Nutchanart, N. 2018. A Competencies development of the village health volunteers of Suphan Buri Province. Journal of MCU Peace Studies 6(2): 769-779. (in Thai)

Saluang Health Promoting Hospital. 2022. Preliminary survey report on household water quality in Saluang subdistrict, Mae Rim district, Chiang Mai province. Saluang Health Promoting Hospital, Chiang Mai (in Thai)

Thanomthap, N. 2025. The effect of the potential development program for village health volunteers by applying the self-efficacy theory and social support on health behavior of village health volunteers in Kong Thu Subdistrict, Nong Phai District, Phetchabun Province. Primary Health Care Journal (Northern Region) 35(1): 19-31. (in Thai)

Thianjuruwatthana, W. 2021. Office of the permanent secretary for public health, Ministry of public health. Journal of Health Science 30(2): 353-366. (in Thai)

World Health Organization (WHO). 2022. Drinking water. (Online). Available: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/drinking-water (December 15, 2024).

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง ตำบลทุ่งผึ้ง อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง

Development of management model of Small-scale Swine Raisers Community Enterprise Groups in Thung Hang Village, Thung Phueng Sub-district, Chae Hom District, Lampang Province

ดารารัตน์ ธาตุรักษ์ ปัญจพร ศรีชนาพันธ์ ณัฐนรี ทองดีพันธ์ และ พรรณษา เรือนน้อย*

Dararat Thatrak, Punchaporn Srichanapun, Natnaree Thongdeepan and Punsa Ruannoy*

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง จ.ลำปาง 52000

Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Lampang, Lanpang 52000, Thailand

*Corresponding author: E-mail: dararat_6@rmutl.ac.th

(Received: Febuary 4, 2025; Revised: July 21, 2025; Accepted: August 27, 2025)

Abstract: This research aimed to (1) develop a management model for a community enterprise group and (2) enhance entrepreneurial capacity among members of the Small-Scale Pig Farmers' Community Enterprise Group in Ban Thung Hang, Thung Phueng Subdistrict, Chae Hom District, Lampang Province. Data were collected through semi-structured interviews and focus group discussions with 14 group members and were analyzed using content analysis. The findings revealed that the group successfully restructured its management system through participatory processes. Members collaboratively planned production and procurement, and implemented a job rotation system within the production unit, which helped reduce labor costs and foster cooperation. The study also found that members could produce low-cost pig feed using local raw materials and efficiently raise and sell both breeding and fattening pigs. Entrepreneurial knowledge was strengthened through the creation of a public communication platform via a Facebook page, enhancing visibility and motivation. Additionally, a participatory accounting system was introduced, enabling members to record data on production, expenses, income, and profitability. This system facilitated better cost control, improved transparency, and fostered a shared understanding of financial management within the group.

Keywords: The development of a group management model, community enterprises, small-scale swine raisers in Thung Hang village

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ 2) เสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง ตำบลทุ่งผึ้ง อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและการสนนากลุ่มกับสมาชิก จำนวน 14 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มสามารถปรับโครงสร้างการบริหารใหม่อย่างมีส่วนร่วม โดยมีการวางแผนการผลิตและจัดซื้อวัตถุดิบ การหมุนเวียนงานในฝ่ายผลิต ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความร่วมมือ และผลการเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการชุมชน พบว่า

สมาชิกกลุ่มผลิตอาหารสุกรต้นทุนต่ำจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เลี้ยงและขายสุกรทั้งแม่พันธุ์และหมูขุนได้เป็นอย่างดี กลุ่มพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ โดยสร้างแพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กเพจ สร้างการรับรู้และแรงจูงใจในการทำงานร่วมกัน จัดทำระบบบันทึกข้อมูลทางบัญชีแบบมีส่วนร่วม เพื่อควบคุมต้นทุน ตรวจสอบรายรับ รายจ่าย และสื่อสารในกลุ่ม ส่งผลให้เกิดระบบการบันทึกบัญชีของกลุ่มที่สร้างความเข้าใจด้านการเงินการบัญชีร่วมกัน

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน ผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง

คำนำ

สุกรเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อความมั่นคงทางอาหารของประเทศ เนื่องจากเนื้อสุกรเป็นที่นิยมในการบริโภค การเลี้ยงสุกรสามารถทำได้ในหลายระดับตั้งแต่ระดับครัวเรือนถึงฟาร์มขนาดใหญ่ ใช้พื้นที่น้อย แรงงานน้อย และขยายพันธุ์ได้เร็ว (Seemanon, 2022) แม้เกษตรกรจะต้องเผชิญกับต้นทุนอาหารสัตว์สูง โรคระบาด และการแข่งขันจากหมูเถื่อน แต่การเลี้ยงสุกรยังคงเป็นแหล่งรายได้สำคัญของเกษตรกรหลายแสนราย (Qui *et al*., 2025; Wang and Li, 2024)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง ตำบลทุ่งผึ้ง อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง เป็นกลุ่มเกษตรกรที่เลี้ยงสุกรเพื่อเพิ่มรายได้ แต่ได้รับผลกระทบจากต้นทุนอาหารสำเร็จรูปที่ปรับสูงขึ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก (Wang and Li, 2024) เพื่อลดต้นทุน กลุ่มจึงร่วมมือกับนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง ในการผลิตอาหารสัตว์ลดต้นทุนจากวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ข้าวโพด ข้าวเปลือก มันสำปะหลังและถั่วต่าง ๆ โดยทดลองใช้สูตรอาหาร 2 สูตรสำหรับสุกรแม่พันธุ์และสุกรขุน ซึ่งให้โปรตีนรวมประมาณ 16.7–16.9% ผลปรากฏว่าเกษตรกรสามารถลดต้นทุนค่าอาหารลงได้ 16–47% และได้ผลตอบแทนเฉลี่ย 10,000–80,000 บาทต่อรอบการผลิต ขึ้นอยู่กับปริมาณการเลี้ยงและภาวะตลาด (Ojediran *et al*., 2024)

ความสำเร็จดังกล่าวนำไปสู่การจัดตั้ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตอาหารสัตว์ลดต้นทุน เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2566 เพื่อส่งเสริมการผลิตอาหารสุกรจากวัตถุดิบในชุมชน และบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีส่วนร่วม แต่อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตอาหารสัตว์ลดต้นทุนของผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง พบว่า การมองเห็นปัญหาและแนวทางแก้ไขที่ชัดเจนจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยกลุ่มนี้ได้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลิตอาหารสุกรจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ข้าวโพด ข้าวเปลือก มันสำปะหลัง และถั่วต่าง ๆ มีเป้าหมายเพื่อให้สมาชิกได้บริหารจัดการร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมทั้งสนับสนุนให้เกษตรกรรายย่อยในชุมชนสามารถเข้าถึงอาหารสุกรในราคาต้นทุนที่ถูกลง ทั้งยังใช้กระบวนการกลุ่มในการสร้างรายได้ร่วมกัน มาได้ระยะหนึ่งแล้ว แต่ยังพบข้อจำกัดในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม เนื่องจาก สมาชิกกลุ่มยังไม่มีโอกาสในการกำหนดวิธีการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มยังไม่มีศักยภาพในการบริหารงานร่วมกันเป็นกลุ่มได้ เนื่องจาก (1) องค์ความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มยังไม่ถูกทบทวน เช่น ความสามารถในการหาวัตถุดิบ การตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของสมาชิก (2) รูปธรรมของการสร้างสมาชิกกลุ่มให้เกิดการพัฒนาแนวทางการเป็นผู้ประกอบการในชุมชน ที่ได้คาดหวังไว้ ยังไม่ชัดเจน

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการชุมชนผ่านกระบวนการสร้างการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม ของผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง ตำบลทุ่งผึ้ง จังหวัด

ลำปาง ซึ่งจะช่วยค้นหาหรือพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มให้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่ม สร้างการเรียนรู้จากการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นกับสมาชิกกลุ่ม เพื่อพัฒนาต่อให้กลุ่มมีรายได้ มีเงินทุนหมุนเวียน มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการไหลเวียนเศรษฐกิจให้กับชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างงาน สร้างเศรษฐกิจ เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวมีองค์ประกอบและความพร้อมทั้งในด้านของกลุ่มสมาชิกกลุ่มที่มีศักยภาพและความพร้อม การจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีสูตรอาหารลดต้นทุนสำหรับการขยายผลไปกลุ่มเกษตรกรรายย่อยใกล้เคียง รวมถึงการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยในชุมชน ในราคาที่เหมาะสมกับต้นทุน

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR)) ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือน เมษายน 2566 ถึงเดือน 19 เมษายน 2567 พื้นที่วิจัย ได้แก่ บ้านทุ่งฮ้าง ตำบลทุ่งผึ้ง อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง ตำบลทุ่งผึ้ง อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง จำนวน 14 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยมีคำถามเป็นลักษณะปลายเปิด ประกอบด้วยประเด็นคำถามหลัก ดังนี้ 1) ลักษณะการบริหารจัดการกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อย 2) ข้อมูลต้นทุนก่อนและหลังการผลิตอาหารสุกร รายได้ก่อนและหลังการผลิตอาหารสุกร 3) ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการชุมชน และ 4) การสนนากลุ่ม (focus group)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยนี้มีกระบวนการดำเนินงานดังนี้

1. ประชุมวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกันในการเป็นผู้ประกอบการชุมชนผ่านกระบวนการสร้างการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง

2. สนทนากลุ่ม เพื่อทบทวนบริบทการดำเนินงานเดิมของกลุ่ม และวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหา และโอกาสของการบริหารจัดการในปัจจุบัน รวมถึงประเมินศักยภาพภายในของกลุ่มในการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

3. รวบรวมข้อมูลต้นทุนก่อนและหลังการผลิตอาหารสุกร รายได้ก่อนและหลังการผลิตอาหารสุกรด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลการบันทึกข้อมูลทางการบัญชีในการผลิตอาหารสุกร เกี่ยวกับต้นทุนก่อนและหลังการผลิตอาหารสุกร รายได้ก่อนและหลังการผลิตอาหารสุกร เพื่อประเมินผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพการผลิต และความสามารถในการลดต้นทุน จากนั้นถ่ายทอดข้อมูลการบันทึกข้อมูลทางการบัญชีในการผลิตอาหารสุกรแก่ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมด้านการจัดการทางการเงินอย่างเป็นระบบ

5. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจวางแผนการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ การกระจายงาน

6. เสริมสร้างศักยภาพและองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชนในรูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผ่านกิจกรรมการศึกษาดูงานรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการชุมชน และกระตุ้นแรงจูงใจในการขับเคลื่อนกลุ่มอย่างเข้มแข็ง

7. สรุปข้อมูลรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล จากการเก็บรวบรวมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ (1) ประเด็นการวิเคราะห์ศักยภาพ ข้อจำกัดและโอกาสของกลุ่ม เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานร่วมกัน (2) ประเด็นผลในเชิงกระบวนการที่แบ่งออกเป็นกระบวนการวางแผนการทำงานและกระบวนการทำงานร่วมกับทีมวิจัยชุมชน และ (3) ประเด็นผลในเชิงความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงานจริงร่วมกันเป็นกลุ่ม

ผลการศึกษา

1. ผลการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

1.1 รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มตามโครงสร้างองค์การแบบเดิมนั้น การกำหนดโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขานุการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน ฝ่ายผลิต และฝ่ายจัดซื้อวัตถุดิบ แต่การดำเนินงานยังไม่ได้เป็นไปตามบทบาทหน้าที่ที่แบ่งไว้แต่อย่างใด ดังแสดงใน Figure 1 และ Table 1

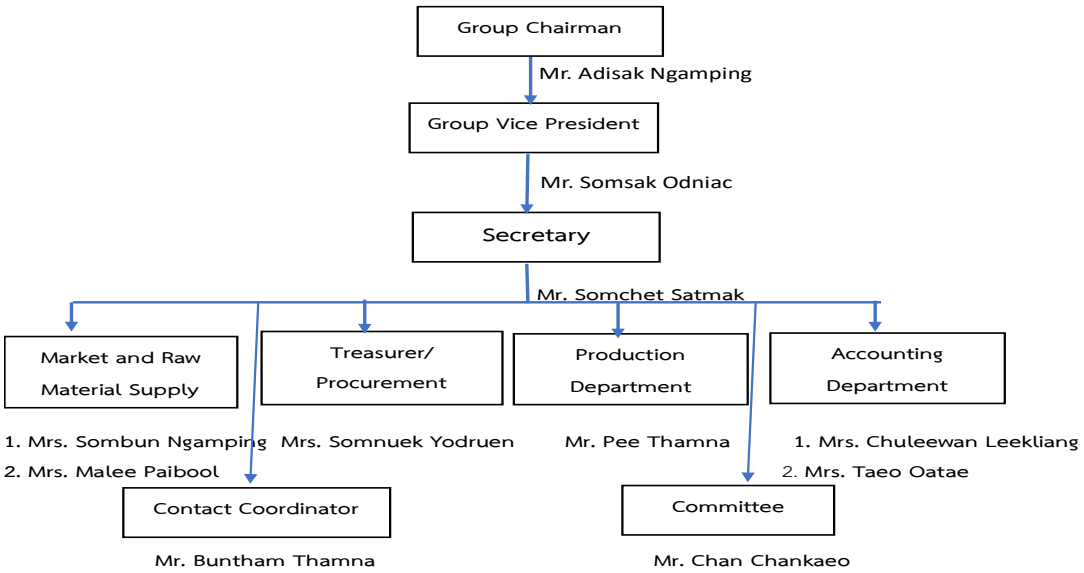


Figure 1. The traditional structure of community enterprise groups

Table 1. Display the traditional structure of community enterprise groups

No	Name	Roles and Responsibilities
1	Mr. Adisak Ngamping	Group chairman
2	Mr. Somsak Odniac	Group vice president
3	Mrs. Somnuek Yodruen	Treasurer/Procurement
4	Mr. Chan Chankaeo	Committee
5	Mr. Somchet Satmak	Secretary
6	Mrs. Chuleewan Leekliang	Accounting department
7	Mrs. Taeo Oatae	Accounting department
8	Mrs. Sombun Ngamping	Market and raw material supply
9	Mrs.Malee Paibool	Market and raw material supply
10	Mr. Bunsom Somkhai	Member
11	Mr. Buntham Thamna	Contact coordinator
12	Mrs. Jinda Jakrot	Marketing department
13	Mrs. Waraporn Piyanan	Member
14	Mr. Pee Thamna	Production department

1.2 การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การทบทวนโครงสร้างการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบัน เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่ม ทางทีมวิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มทุกคน ได้รับความเห็นว่ายังอยากที่จะดำเนินงานในรูปแบบกลุ่มต่อไป จึงได้เขียนโครงสร้างการทำงานแบบเดิม เพื่อให้สมาชิกร่วมกันพิจารณาถึงความเหมาะสม หรือความต้องการในการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ตามความถนัดของแต่ละคน ซึ่งสมาชิกต่างลงความเห็นเหมือนกันคือ อยากปรับเปลี่ยน ให้มีผู้นำการทำงานของกลุ่ม เพื่อเป็นหลักในการดำเนินงานร่วมกัน โดยประธานกลุ่มยังเป็นคนเดิม มีการหมุนเวียนพนักงาน (Job Rotation) ให้ไปทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ภายกลุ่มอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สมาชิกได้รับประสบการณ์ที่หลากหลาย ตลอดจนสามารถพัฒนาทักษะและเพิ่มพูนความรู้ในส่วนต่าง ๆ ของกลุ่ม การจัดแบ่งให้สมาชิกทุกคนได้หมุนเวียนเปลี่ยนกันมาผลิตอาหารร่วมกันในนามกลุ่ม ออกเป็น 4 กลุ่ม หมุนเวียนกันมาผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิตด้านแรงงาน

จากการหารือร่วมกัน และหลังจากการปรับบทบาทหน้าที่โครงสร้างการทำงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตอาหารสัตว์ลดต้นทุนของผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง กลุ่มสามารถดำเนินงานของกลุ่มร่วมกันได้ โดยมีนายชาญ จานแก้ว เป็นผู้นำการดำเนินงานของกลุ่ม มีหน้าที่วางแผนการผลิต วางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ ดำเนินการผลิตอาหารให้เพียงพอ ตามปริมาณที่ต้องใช้สำหรับนำไปเลี้ยงสุกรของสมาชิกกลุ่มแต่ละราย ภายหลังจากได้ทบทวนโครงสร้างการผลิตแล้ว ยังคงดำเนินการภายใต้โครงสร้างกลุ่ม ปรับโครงสร้างให้มีความรัดกุมและสอดคล้องกับแนวทางการผลิตมากขึ้น โดยกำหนดให้ฝ่ายการตลาด ฝ่ายจัดซื้อวัตถุดิบ และฝ่ายการผลิต ทำหน้าที่ในส่วนเดียวกัน กลุ่มได้วางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ เช่น ข้าวโพดช่วงต้นฤดูเก็บเกี่ยว ซึ่งคุณภาพดีและราคาต่ำ กักตุนไว้ เพื่อให้เกิดการผลิตอย่างต่อเนื่องตามปริมาณความต้องการของผู้ใช้อาหารเพื่อไปเลี้ยงสุกรจริง ดังแสดงใน Figure 2 และ Table 2

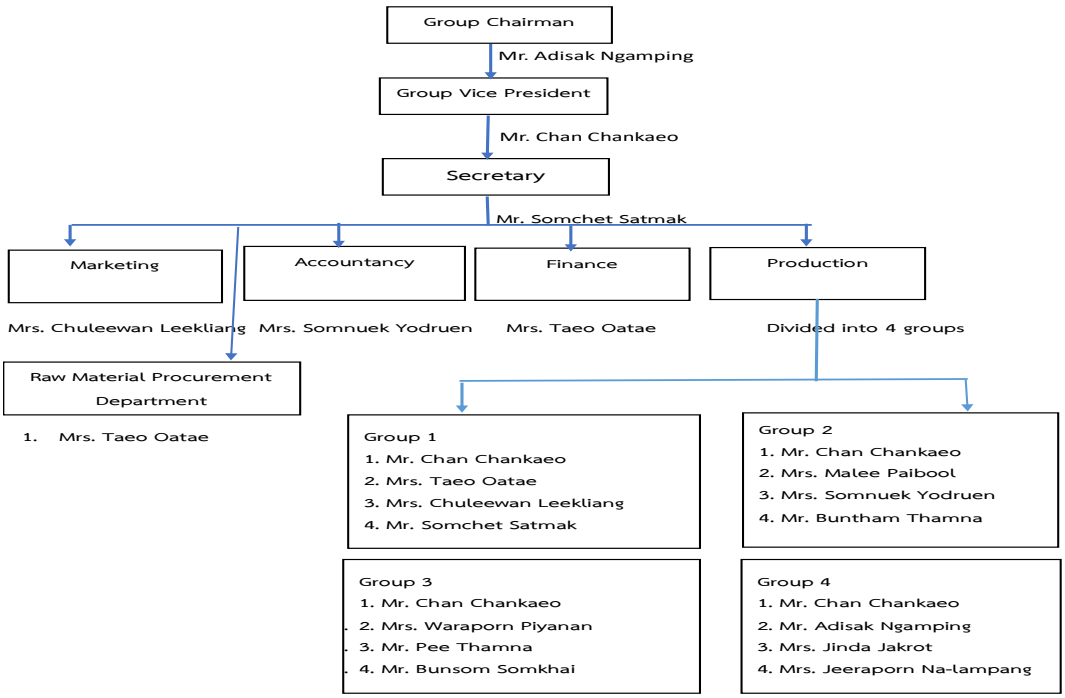


Figure 2. Group work restructuring

Table 2. Display the restructuring of the work structure of community enterprise groups

NO	Name	Position	Roles and responsibilities
1	Mr. Adisak Ngamping	Group chairman	Overall group management
2	Mr. Chan Chankaeo	Vice president	Responsible for production planning
3	Mrs. Somnuek Yodruen	Accountancy	Responsible for recording detailed information on income - expenses
4	Mr. Somchet Satmak	Secretary	Responsible for taking meeting notes and coordinating between group members
5	Mrs. Chuleewan Leekliang	Marketing	Have a marketing function and customer acquisition
6	Mrs. Taeo Oatae	Finance/Procurement of raw materials	Collect group money and purchase raw materials for production

7	Mr. Buntham Thamna	Procurement of raw materials	Responsible for purchasing raw materials for production
8	Mrs. Malee Paibool	Production department	It is responsible for production
9	Mr. Bunsom Somkhai	Production department	It is responsible for production
10	Mrs. Waraporn Piyanan	Production department	It is responsible for production
11	Mrs. Jinda Jakrot	Production department	It is responsible for production
12	Mr. Pee Thamna	Production department	It is responsible for production.
13	Mrs. Jeeraporn Na-lampang	Production department	It is responsible for production.

2. ผลการเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการชุมชนผ่านกระบวนการสร้างการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม มีดังนี้

2.1 การพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม จากการวิเคราะห์และทบทวนสถานการณ์ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการผลิตอาหารสุกรต้นทุนต่ำได้ จากวัตถุดิบในการท้องถิ่น ในนามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการผลิตและขายสุกรได้ทั้งในส่วนของแม่พันธุ์และหมูขุนได้เป็นอย่างดี ดังแสดงตาม Figure 3



Figure 3. A: The group members jointly produced pig sow-based formula on behalf of the community enterprise group, B: Pig feed

2.2 การเสริมสร้างองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการชุมชน สมาชิกกลุ่มได้รับการเรียนรู้จากการสร้างแพลตฟอร์ม การประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊คเพจ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับบุคคลภายนอกการทำให้เป็นที่รู้จักและทราบถึงตัวตนประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของสมาชิกในกลุ่ม โดยใช้ชื่อเฟสบุ๊คเพจว่า วิสาหกิจชุมชนฯ ของผู้เลี้ยงสุกรรายย่อย บ้านทุ่งฮ้าง และจัดหาแอดมินเพจไว้คอยดูแลเพจ รวมถึงการโพสต์กิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อสร้างการรับรู้ถึงความมีตัวตนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับบุคคลภายนอกให้มากขึ้น ซึ่งภายหลังการดำเนินงานสมาชิกกลุ่มมีแรงผลักดันที่จะร่วมมือร่วมใจกันเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มให้เกิดความเข้มแข็งต่อไป มีรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มโดยดำเนินการผลิตอาหารสุกรร่วมกัน จากวัตถุดิบในท้องถิ่น จัดจำหน่ายอาหารสุกรที่ผลิตร่วมกันให้กับสมาชิกกลุ่มนำไปเลี้ยงสุกรของตนเองและ สมาชิกกลุ่มทุกคนสามารถเป็นผู้ประกอบการในระดับชุมชนได้ เนื่องจากทุกคนสามารถจัดจำหน่ายสุกรที่ตนเองเลี้ยงได้ด้วยตนเอง

2.3 การบันทึกข้อมูลและระบบบัญชีกลุ่ม จากเดิมการบันทึกข้อมูลไม่เป็นระบบ สมาชิกต่างคนต่างบันทึกตามความเข้าใจของตนเอง กลุ่มขาดระบบการติดตามข้อมูลเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง จะนำข้อมูลมาเทียบกันเฉพาะในช่วงการผลิตและจำหน่ายอาหารในแต่ละรอบเท่านั้น ทำให้การบันทึกข้อมูลการผลิตแต่ละครั้งไม่ตรงกันและไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ ส่งผลให้รอบการผลิตอาหารสุกรแม่พันธุ์ในแต่ละรอบตามความเป็นจริงคือ กลุ่มไม่เกิดผลกำไร แต่สมาชิกกลุ่มมีเข้าใจผิดพลาดว่ากลุ่มได้รับผลกำไร และได้นำเงินหุ้นมาปันผลให้กับสมาชิก ทางทีมวิจัยจึงดำเนินการทบทวนข้อมูลการผลิตในแต่ละรอบที่ผ่านมา พบปัญหาที่เกิดขึ้นคือการขาดความเข้าใจในการบันทึกข้อมูลที่เป็นระบบองค์ความรู้ด้านบัญชีพื้นฐานที่จะสนับสนุนการคำนวณต้นทุนการผลิต จึงนำไปสู่การสร้าง แบบบันทึกข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดที่ระบุถึง (1) ชื่อสินค้า จำนวนที่ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต (2) รายละเอียดวัตถุดิบ คือยอดยกมา/ซื้อมา, ใช้ไปและยอด คงเหลือ (3) ค่าแรงและค่าใช้จ่ายในการผลิต (4) รายละเอียดการขายคือรายชื่อลูกค้า จำนวนที่ขาย ราคาต่อหน่วยและ จำนวนเงินที่ได้ (5) รายได้จากการขายวัตถุดิบและกำไรที่ได้ในแต่ละรอบการผลิต และ (6) สรุปรายการ รับ-จ่าย-คงเหลือ ในแต่ละรอบการผลิต โดยมีข้อกำหนดให้สมาชิกที่ทำการผลิตในแต่ละรอบเป็นผู้บันทึกข้อมูล 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 แบบบันทึกรวม (ให้เก็บไว้ที่กลุ่มผลิต) และบันทึกต่อเนื่องในแต่ละรอบ และฉบับที่ 2 เป็น แบบบันทึกส่วนตัวของสมาชิก เพื่อนำมาเปรียบเทียบและสื่อสารข้อมูลในภาพรวม รวมถึงสามารถใช้ตรวจสอบข้อมูลการผลิตในแต่ละครั้ง พร้อมทั้งกำหนดให้มีการประชุมสมาชิกเพื่อสรุปข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มจึงเกิดการบันทึกข้อมูลทางการบัญชีโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ในรูปแบบการจดบันทึกข้อมูลรายละเอียดต้นทุนการผลิต การขาย และผลการดำเนินงานในแต่ละครั้ง ซึ่งสมาชิกกลุ่มทุกคนสามารถดำเนินการได้ ดังแสดงตาม Figure 4

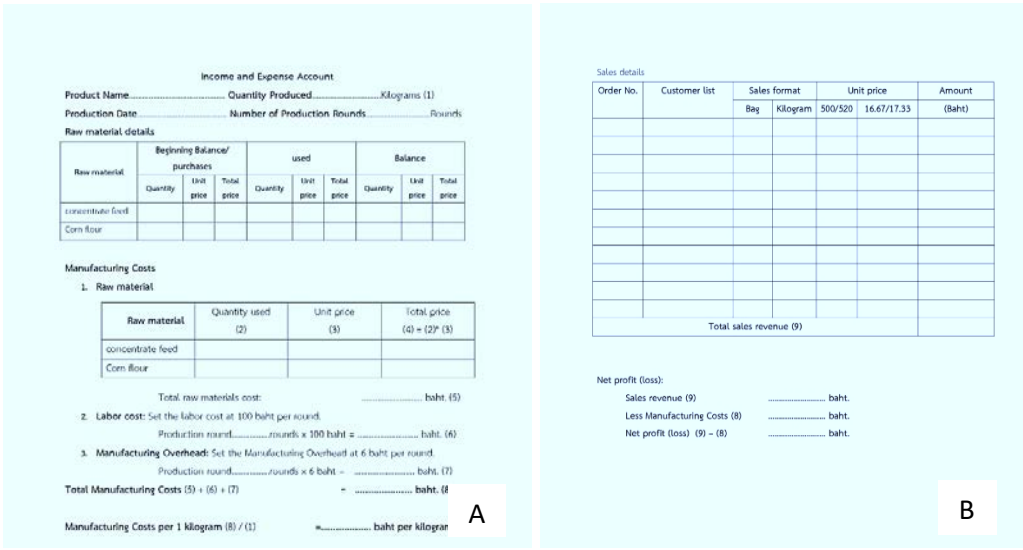


Figure 4. Accounting record-keeping. A: Income and expense account, B: Sales details

วิจารณ์

1. จากผลการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เกิดความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างองค์การและแนวทางการบริหารจัดการ ซึ่งจากเดิม โครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอิงตามระบบราชการแบบแนวดิ่งที่แบ่งหน้าที่ชัดเจน เช่น ประธานกลุ่ม รองประธาน ฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการตลาด อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ บทบาทหน้าที่เหล่านี้ยังไม่ถูกนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพจริง สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเชิงโครงสร้างที่เน้นรูปแบบมากกว่าการนำไปใช้จริง ซึ่งเป็นลักษณะที่พบได้บ่อยในกลุ่มชุมชนที่ขาดกลไกการทำงานร่วมอย่างแท้จริง

เพื่อตอบสนองต่อปัญหา การดำเนินการพัฒนาในระยะต่อมาจึงมุ่งเน้นการปรับโครงสร้างองค์การ โดยการรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิก จัดสรรบทบาทตามความถนัดของแต่ละคน ถือเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดของ การจัดการแบบมีส่วนร่วม ที่เน้นความยืดหยุ่นตามบริบทของกลุ่มมากกว่าการยึดตามตำแหน่งทางนามธรรม ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์การจากแบบบนลงล่าง สู่แบบแนวนอน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Jiumpanyarach (2016) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเกษตรกรโดยวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อลดต้นทุนอาหารสัตว์ของเกษตรกรโคเนื้อ ตำบลตาลเดี่ยว อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี โดยนำปัญหาและความต้องการของเกษตร โดยรวมกลุ่มเกษตรกรตามแนวคิดการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างกลไกการพึ่งพากันภายในชุมชน เช่นเดียวกันกับ Kanokhong (2018) ซึ่งได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาและจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อแก้ปัญหาในการพัฒนารูปแบบเดิม สภาวะที่โครงสร้างองค์การดำเนินงานแบบแนวดิ่งและแบ่งบทบาทชัด เช่น ประธาน รองประธาน ฝ่ายผลิต ฝ่ายตลาด มักไม่ตอบโจทย์ในการปฏิบัติจริง การปรับจากโครงสร้างแบบแนวดิ่งสู่โครงสร้างเชิงเครือข่าย ที่ให้องค์ความรู้และบทบาทถูกจัดสรรตามบริบทของกลุ่ม ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิก และสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น นอกจากนั้น การศึกษาของ Tahom *et al.* (2019) ชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตั้งแต่เริ่มตกลงที่จะทำวิจัย กำหนดปัญหา เลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การ

ตรวจสอบข้อมูล การตัดสินใจที่จะปฏิบัติตามแผน และวิเคราะห์ผลการปฏิบัติ ค้นหาวิธีการลดต้นทุนการผลิตตามแนวทางเกษตรกรรมยั่งยืน มาพัฒนากระบวนการเพิ่มศักยภาพของเกษตรกร โดย จัดเวทีวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันกับชุมชน เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน ช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน ขณะที่ Chumpa (2023) ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามัคคีเกษตรอินทรีย์ฟาร์ม แล้วพบว่า การบริหารจัดการกลุ่มให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนต้องมีการสร้างกลไกการบริหารงานด้านการจัดตั้งโครงสร้างองค์การที่ชัดเจน รวมถึงการมีคณะกรรมการบริหารจัดการการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

นอกจากนั้นแล้ว การเสริมสร้างบทบาทผู้นำและกลไกการหมุนเวียนงาน การที่สมาชิกเสนอให้มีผู้นำหลักของกลุ่มชัดเจน เป็นผลสะท้อนถึงความต้องการ เสถียรภาพในการตัดสินใจ และ ความมั่นคงทางภาวะผู้นำ ที่สามารถขับเคลื่อนกลุ่มได้อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน การหมุนเวียนบทบาทภายในกลุ่ม เป็นแนวทางที่ช่วยลดความตายตัวของตำแหน่งงาน และส่งเสริมการเรียนรู้แบบบูรณาการ ซึ่งจะช่วยให้สมาชิกพัฒนาศักยภาพได้หลากหลายด้านและเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Rashid *et al.* (2022) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ การจัดระบบการหมุนเวียนงาน ภายใต้ภาวะผู้นำที่เข้มแข็งสามารถใช้เป็นกลไกพัฒนาภาวะผู้นำภายในองค์กร โดยเฉพาะในชุมชนที่มีโครงสร้างไม่เป็นทางการ การมีผู้นำที่มีบทบาทชัดเจน ช่วยให้การกำหนดเป้าหมายและการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มมีทิศทางที่ชัดเจนมากขึ้น และการศึกษาของ Wallo *et al.* (2024) พบว่า การเสริมสร้างบทบาทผู้นำควบคู่กับการส่งเสริมการเรียนรู้ในองค์กรนั้น เป็นรากฐานของการจัดการกลุ่มอย่างยั่งยืน การส่งเสริมให้ผู้นำมีบทบาทในการกระตุ้นการเรียนรู้ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการพัฒนา ความสามารถของสมาชิกในการหมุนเวียนงานและพัฒนาทักษะรอบด้าน จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากมีภาวะผู้นำที่เข้าใจบริบทของการเรียนรู้แบบองค์รวมและสามารถนำพากลุ่มไปสู่เป้าหมายร่วมกันได้

2. จากการเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการชุมชนผ่านกระบวนการสร้างการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาศักยภาพกลุ่มด้วยต้นทุนต่ำจากชุมชน ซึ่งสมาชิกกลุ่มมีความสามารถในการผลิตอาหารสุกรต้นทุนต่ำจากวัตถุดิบท้องถิ่น และสามารถขายสุกรแม่พันธุ์และหมูขุนได้เป็นอย่างดี การสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ผ่านการวิเคราะห์สถานการณ์ ช่วยให้สมาชิกตระหนักถึงความสามารถในการปฏิบัติจริง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Matukarun *et al.* (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ที่ลงมือทำจริง ช่วยเพิ่มทักษะ ความมั่นใจ และแรงบันดาลใจสู่การสร้างธุรกิจในชุมชน เช่นเดียวกับ Paudyal (2024) ที่ได้ศึกษา ศักยภาพของภาคการเลี้ยงโคนมรายย่อยในยูกันดาตะวันออกผ่านการประเมินแบบมีส่วนร่วม โดยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมรายย่อยเข้ามามีบทบาทตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผนกิจกรรม การดำเนินการ ไปจนถึงการประเมินผลอย่างมีส่วนร่วม พบว่า การวางแผนและดำเนินกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมกันในชุมชน ส่งเสริมให้สมาชิกเห็นศักยภาพ และสามารถตระหนักถึงความสามารถของตนเองในการลงมือปฏิบัติจริงเพื่อพัฒนาระบบการดำเนินงาน

ในด้านการตลาด สมาชิกกลุ่มได้นำสื่อสังคมออนไลน์ คือ เฟซบุ๊กเพจ มาใช้เป็นช่องทางสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้ในนามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง ซึ่งช่วยให้สมาชิกมีโอกาสเรียนรู้การตลาดจริง ได้วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค และมีช่องทาง

สื่อสารโดยตรงกับลูกค้า การใช้โซเชียลมีเดีย ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างการรับรู้ภายนอก แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการ กระตุ้นการเรียนรู้ การตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และการสร้างความเข้มแข็งให้ระบบภายในกลุ่มเกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Suwanmaneepong *et al*. (2024) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การพัฒนา ผู้ประกอบการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนจะเกิดขึ้นอย่างยั่งยืนได้ เมื่อชุมชนเข้าร่วมทุกขั้นตอน ตั้งแต่การริเริ่มแนวคิด กำหนดกลยุทธ์ ดำเนินงาน และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยทั้งเทคโนโลยีและความร่วมมือภายในกลุ่ม เช่นเดียวกับ Munaf *et al.* (2024) ที่ได้ศึกษาการใช้โซเชียลมีเดีย พบว่า การใช้โซเชียลมีเดียในกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ขนาดเล็ก ช่วยสร้างเครือข่ายความรู้และแรงสนับสนุนในกลุ่ม รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและตลาด ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของเฟซบุ๊กเพจในฐานะแพลตฟอร์มสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชนอย่างแท้จริง

ส่วนประเด็นการบันทึกบัญชีและการวางแผนการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจากประสบการณ์ก่อนหน้าที่กลุ่มไม่มีระบบบัญชีที่ชัดเจน และสมาชิกขาดความเข้าใจด้านต้นทุนและกำไร การวางระบบบัญชีแบบมีส่วนร่วมช่วยให้ทุกคนสามารถบันทึกข้อมูลการผลิต ต้นทุน วัตถุดิบ รายรับ-รายจ่าย ได้อย่างเข้าใจ และใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Khadim and Choudhury (2024) ซึ่งพบว่า กลุ่มธุรกิจขนาดเล็กที่มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบจะมีประสิทธิภาพดีขึ้น และสามารถใช้ข้อมูลเพื่อปรับกลยุทธ์และควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิผล ขณะที่การศึกษาของ Kaban (2025) พบว่า ความเข้าใจด้านการจัดการการเงิน เช่น การจัดการกระแสเงินสด การบันทึกรายการ และการวางแผนการเงินระยะยาว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจขนาดเล็ก แม้เจ้าของธุรกิจจะประสบปัญหาการขาดความรู้ด้านบัญชี แต่การพัฒนาความรู้และกระบวนการที่เป็นระบบจะเสริมสร้างความแม่นยำในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน และส่งเสริมการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในอนาคต

สรุป

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการเสริมสร้างผู้ประกอบการชุมชนของกลุ่มผู้เลี้ยงสุกรรายย่อยบ้านทุ่งฮ้าง แสดงถึงการปรับโครงสร้างองค์การและระบบการบริหารจัดการให้เหมาะสมกับบริบทของงานและศักยภาพของสมาชิก เพื่อความยั่งยืนของกลุ่ม โดยเน้นการติดตามผลการดำเนินงาน การประเมินสมาชิกในแต่ละรอบ การถ่ายทอดและพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องผ่านการเรียนรู้แบบเพื่อนสอนเพื่อน และการอบรมร่วมกับภาคีเครือข่าย รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลด้านการผลิตและจัดซื้อ เพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน การมีผู้นำที่ชัดเจนและกลไกการหมุนเวียนบทบาทภายในกลุ่ม ช่วยเสริมสร้างภาวะผู้นำ การเรียนรู้จากประสบการณ์ และความยืดหยุ่นในการบริหาร นำไปสู่รากฐานที่มั่นคงและการเติบโตอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน การเสริมสร้างการเป็นผู้ประกอบการชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและการปฏิบัติจริง รวมถึงการสร้างช่องทางการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียและระบบข้อมูลบัญชีที่โปร่งใส ช่วยให้สมาชิกพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่เข้มแข็งในระดับชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัย และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ประเมินผลงานวิจัยและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

Chumpa, N. 2023. Knowledge management on group management according to creative economy concept to create added value for Samakkee Organic Farming Community Enterprise Group in Maefahluang sub-district Maefahluang district, Chiang Rai province. HRD Journal 14(1): 23-41. (in Thai)

Jiumpanyarach, W. 2016. Reduction costs of animal rations for cattle farmers by participatory action research (PAR) in Tumbon Tandeaw, Aumphor Kangkoy, Saraburi province. Area Based Development Research Journal 8(3): 68-83. (in Thai)

Kaban, M. 2025. Understanding financial management as a determining factor for the success of MSMEs: A qualitative study. International Journal of Accounting and Management Information Systems 2(1): 51-60.

Kanokhong, K. 2018. A guideline for development and management of organic vegetable community enterprise network in Chiangmai Province. Journal for Community Development and Life Quality 6(2): 261–284. (in Thai)

Khadim, E. H. and S. R. D. Choudhury. 2024. Influence of record keeping on the performance of micro and small enterprises in the context of their area of operation: An empirical study. International Journal of Professional Business Review 9(4): e04671.

Matukarun, A., J. Wattana and P. Khemthong. 2023. Participatory action research to develop non-formal education learning process in strengthening the community based onsocial capital: Case study of Bangmafor Community, Nakhon Sawan Province. Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences 6(3): 1304-1318. (in Thai)

Munaf, S., K. Swingler, F. Brulisauer, A. O'Hare, G. Gunn and A. Reeves. 2024. Social media network analysis of smallholder livestock farming communities in the United Kingdom. Heliyon 10(1): Article e23265.

Ojediran, T. K., T. S. Afolabi, S. F. Olayiwola, B. A. Oyetoro, T. B. Olayeni and I. A. Emiola, 2024. High-quality-cassava peel meal: Impact on growth performance, blood characteristics, and economic indices of grower pigs. Thai Journal of Agricultural Science 57(2): 58-71.

Paudyal, S. 2024. Realizing the potential of Eastern Uganda's smallholder dairy sector through participatory evaluation. Agriculture 14(7): 1173: 1-12.

Qui, N. H., B. Guntoro, A. R. S. Putra, N. T. A. Thu, N. C. Liangco, C. C. Dang, N. T. Linh and N. V. Vui. 2025. Improving competitiveness among small-scale pig farmers: Challenges, innovations and sustainable practices in the

Mekong Delta, Vietnam. Journal of Animal Health and Production 13(2): 470–479.

Rashid, I. M. A., M. R. Zaini, M. Roni, A. Adanan, S. I.Faisal and M. F. Jamil. 2022. Job rotation as a leadership development tool in Malaysia education sector. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences 12(12): 381-388.

Seemanon, K. 2022. The potential assessment of community enterprise groups in livestock (swine) production in Thailand. Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology 7(6): 300-316. (in Thai)

Suwanmaneepong, S., C. Llones, C. Kerdsriserm, J. Khermkhan, P. E. Sabaijai, T. Samanakupt, P. Kaewtaphan, P. Chourwong, P. Mankeb and L.-P. Dana. 2024. Participatory value chain development: Insights from community-based enterprise in rural Thailand. International Journal of Agricultural Sustainability 22(1): 1-16.

Tahom, U., S. Dhurata and K. Wongsa. 2019. The participatory potential development of agriculturists through the sustainable agriculture concept for production costs reduction in Baan Kukat community, Satuk sub-district, Satuk district, Buriram province. Journal of Social Development 21(2): 1-27. (in Thai)

การพัฒนาชุมชนในภาวะชุมชนไร้รูปแบบ: แนวคิดทฤษฎีและปฏิบัติการ

Amorphous Community Development: Concept, Theory, and Practice

ชลนภา อนุกูล[1,2*]

Cholnapa Anukul[1,2*]

[1]ศูนย์ความเป็นเลิศเพื่อความมั่นคงของมนุษย์และความเท่าเทียม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ 10330

[1]Center of Excellence for Human Security and Equity, Chulalongkorn University, Bangkok 10330, Thailan

[2]สถาบันวิจัยเพื่อสังคมเป็นธรรม มูลนิธิเครือข่ายเพื่อสังคมเป็นธรรม กรุงเทพฯ 10400

[2]Just Society Research Institute, Foundation for Just Society Network, Bangkok 10400, Thailand

Corresponding author: Email: cholnapa@gmail.com

(Received: October 10, 2024; Revised: March 26, 2025; Accepted: June 30, 2025)

Abstract: The emergence of amorphous communities, including communities without propinquity and post-place communities, calls for a re-examination of the previous concepts and theories. With the expanded community definition, more contemporary community practices could be explored. This article investigates various types of modern-day communities, especially those whose patterns and structures differ from traditional ones. Though an indistinct definition, achieving solidarity remains the goal of community development work. Therefore, the citizen entrepreneur concept is introduced as a new approach to community development to accomplish solidarity within amorphous communities. Three case studies in the Thai context are presented to demonstrate the work of citizen entrepreneurs in both communities without propinquity and post-place communities.

Keywords: Community, community development, amorphous community, citizen entrepreneur

บทคัดย่อ: การเกิดขึ้นของชุมชนไร้รูปแบบ อันประกอบไปด้วย ชุมชนที่ปราศจากความสัมพันธ์ใกล้ชิด และชุมชนที่ไม่ได้ยึดโยงผ่านสถานที่ทำให้ต้องกลับไปทบทวนแนวคิดทฤษฎีก่อนหน้า การขยับขยายนิยามของชุมชนทำให้ปฏิบัติการผ่านชุมชนไร้รูปแบบปรากฏตัวได้มากขึ้น บทความนี้มุ่งสำรวจชุมชนไร้รูปแบบที่หลากหลาย โดยเฉพาะชุมชนที่มีรูปแบบและโครงสร้างต่างไปจากชุมชนดั้งเดิม และแม้ว่านิยามการพัฒนาชุมชนจะยังขาดความชัดเจน แต่การบรรลุความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันก็ยังคงเป็นเป้าหมายของงานพัฒนาชุมชน แนวคิดผู้ประกอบการพลเมืองจึงถูกนำเสนอในฐานะแนวทางการพัฒนาชุมชนแบบใหม่ที่จะบรรลุความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของชุมชนไร้รูปแบบ กรณีศึกษา 3 เรื่องในบริบทสังคมไทยใช้อธิบายการทำงานของผู้ประกอบการพลเมืองในการทำงานกับชุมชนที่ปราศจากความสัมพันธ์ใกล้ชิด และชุมชนที่ไม่ได้ยึดโยงผ่านสถานที่

คำสำคัญ: ชุมชน การพัฒนาชุมชน ชุมชนไร้รูปแบบ ผู้ประกอบการพลเมือง

คำนำ

การพัฒนาชุมชนเป็นหนทางในการเสริมพลังอำนาจประชาชนคนธรรมดาให้ร่วมแรงร่วมใจในการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตของตน (Kenny, 2011) ทฤษฎีการพัฒนาชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องบนพื้นฐานความรู้จากปฏิบัติการในหลายพื้นที่ทั่วโลก ความหลากหลายของกรณีศึกษาว่าด้วยปฏิบัติการพัฒนาชุมชนเป็นทั้งเนื้อนาความรู้อันอุดมและความพร่าเลือนในการกำหนดนิยามการพัฒนาชุมชน (Biddle,

1966) และส่งผลต่อการพัฒนาทฤษฎีการพัฒนาชุมชนที่ชัดเจน (Bhattacharyya, 2004)

หนึ่งในข้อถกเถียงที่สำคัญก็คือนิยามของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อปรากฏข้อสังเกตต่อการหายไปของชุมชนตามนิยามแบบดั้งเดิม (Putnam, 2001) ในขณะเดียวกัน ก็มีการปรากฏตัวของชุมชนที่ปราศจากความสัมพันธ์ใกล้ชิด ที่เรียกว่า “community without propinquity” (Webber, 2011) ชุมชนที่ไม่ได้ยึดโยงความสัมพันธ์ผ่านสถานที่ (Bhattacharyya, 2004) หรือที่เรียกว่า “post-place community” (Bradshaw, 2008) ซึ่งในบทความนี้จะเรียกรวมกันว่า “ชุมชนไร้รูปแบบ” หรือชุมชนที่ไม่อยู่ในรูปแบบตามนิยามเดิม

ชุมชนตามนิยามเดิมที่มุ่งพิจารณาเฉพาะกลุ่มคนที่อยู่ในสถานที่เดียวกัน (place-based) มีความสนใจร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มักจะแสดงตัวผ่านหมู่บ้านหรือเมืองขนาดเล็กในชนบท ที่ผู้คนในชุมชนเดียวกันต่างรู้จักและช่วยเหลือเกื้อกูลกันมาต่อเนื่องยาวนานตั้งแต่รุ่นพ่อรุ่นแม่ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวนำไปสู่ความสัมพันธ์อันเหนียวแน่นในกลุ่มสมาชิก และเอื้อให้รัฐมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนร่วมกับผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ดังกล่าว โดยสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและหาข้อตกลงร่วมในกลุ่มผู้อยู่ในอาศัยเหล่านั้น

การกลายเป็นเมืองทำให้พื้นที่กลางใจเมืองถูกกำหนดให้เป็นเขตศูนย์กลางธุรกิจและพาณิชยกรรม ที่ดินราคาแพงทำให้ที่อยู่อาศัยราคาสูง ผู้คนจึงต้องย้ายออกไปอยู่พื้นที่ชานเมืองรอบนอก พื้นที่สัญจรเน้นรถยนต์มากกว่าคนที่เดินบนทางเท้า พื้นที่สาธารณะลดน้อยลง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนลดน้อยลง ความสัมพันธ์ของผู้คนไม่เหนียวแน่นแข็งแรงเหมือนแต่ก่อน สะท้อนว่าชุมชนเริ่มหายไป (Putnam, 2001)

อย่างไรก็ดี ในเมืองใหญ่ปรากฏชุมชนไร้รูปแบบอยู่จำนวนมาก ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่ได้ยึดโยงผู้คนผ่านสถานที่ แต่พัฒนาผ่านมิติอื่นอันหลากหลาย อาทิเช่น ชุมชนวิชาการ ชุมชน ชุมชน LGBTiQ ชุมชนดนตรี/ศิลปะ/หนังสือ/ของสะสม/ออกกำลังกาย/อาหารสุขภาพ/ฯลฯ การเปลี่ยนแปลงของชุมชนดังกล่าวที่มีลักษณะพ้นไปจากรูปแบบชุมชนเดิมจึงเป็นความท้าทายสำคัญของการทำงานพัฒนาชุมชน และเป็นความท้าทายของประเทศไทยที่มีชุมชนไร้รูปแบบเกิดขึ้นจำนวนมากเช่นกัน บทความนี้จึงมีเป้าหมายมุ่งสำรวจแนวคิดทฤษฎีและปฏิบัติการการพัฒนาชุมชนไร้รูปแบบ 3 กรณีศึกษา ซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกันในวิกฤติการระบาดใหญ่ของโควิด-19 และมีอย่างน้อย 2 กรณีศึกษาที่ยังดำเนินการอยู่จนถึงปัจจุบัน เพื่อหาแนวทางปรับประยุกต์การทำงานพัฒนาชุมชนที่มีอยู่เดิมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของชุมชน

การเปลี่ยนไปของชุมชน

หากความสัมพันธ์ของผู้คนเป็นแกนหลักของการพิจารณาแนวคิดชุมชน การเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วยกระบวนการสร้างความทันสมัยที่ทำให้เกิดการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นชนบทและเมือง เมื่อพิจารณาผ่านแนวคิดชุมชน-สังคม (Gemeinschaft - Gesellschaft) (Tonnies and Loomis, 2002) จะเห็นได้ว่าผู้คนในชุมชนชนบทหรือหมู่บ้านมีความสัมพันธ์เหนียวแน่น ธรรมเนียมปฏิบัติ และวัฒนธรรมประเพณีเป็นสิ่งที่ร้อยรัดความสัมพันธ์ของผู้คนแต่ละครอบครัวที่ได้ตั้งรกรากอยู่ในหมู่บ้านหรือชุมชนเดียวกัน จนเกิดเป็นความเชื่อถือไว้วางใจ และเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญยิ่งกว่าทุนทางเศรษฐกิจหรือการเมือง

ในส่วนของงานศึกษาชุมชนและการพัฒนาชุมชนในประเทศไทยนั้น ปรากฏงานศึกษาเชิงวาทกรรมอยู่จำนวนหนึ่งที่ช่วยเสริมพลังอำนาจให้กับชุมชนในพื้นที่ชนบทสามารถมีอำนาจต่อรองและรับมือกับแนวทางการพัฒนาที่ไม่สมดุล ผ่านแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน (Kaewthep, 1995) สิทธิชุมชน(Ganjanapan, 2001) เศรษฐกิจชุมชน (Nartsupha, 2005) เครือข่ายชุมชน (Pongpit, 2002) โดยงานศึกษากลุ่มนี้ได้ก้าวข้ามมุมมองชุมชนเชิงพื้นที่ไปสู่การเชื่อมโยงชุมชนอื่นที่ได้รับผลกระทบแบบเดียวกันเกิดเป็นข่าย

ความสัมพันธ์ที่กว้างขวางขึ้นแบบข้ามพื้นที่ งานเหล่านี้มุ่งเน้นชุมชนชนบทที่ยึดโยงกับสถานที่ (place based community) ซึ่งก็เป็นเช่นเดียวกับงานศึกษาชุมชนชนบททั่วโลก (Bradshaw, 1992) ความโดดเด่นของงานศึกษากลุ่มนี้ก็คือ สามารถเชื่อมโยงประเด็นในชุมชนขนาดเล็กเข้าสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างได้

ในทางกลับกัน ความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมเมืองค่อนข้างห่างเหินแปลกแยก ผู้คนสัมพันธ์กันผ่านบทบาทการทำงานและสถานะทางสังคม ซึ่งมีความเลื่อนไหลไปตามจังหวะ มากกว่าสัมพันธ์กันผ่านพื้นเพครอบครัวหรือประเพณีวัฒนธรรม คนในเมืองที่ต้องออกบ้านไปทำงานตอนเช้าและกลับบ้านมาตอนเย็น อาจจะแทบไม่เคยพบปะหรือเจอหน้าเพื่อนบ้านข้างเคียง แต่บทบาททางวิชาชีพทำให้มีเครือข่ายคนทำงานอาชีพเดียวกันเพิ่มเติม เครือข่ายความสัมพันธ์ของคนเมืองที่แปลกแยกกลับพัฒนาขึ้น กล่าวโดยสั้น แม้ความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นแบบชุมชนจะหดตัวลงแต่ความสัมพันธ์แบบหลวม ๆ ในสังคมกลับแผ่ขยายกว้างขึ้น (Tonnies and Loomis, 2002; Wirth, 1938)

ปรากฏการณ์ที่กระบวนการทันสมัยและกระบวนการอุตสาหกรรมได้ทำให้หมู่บ้านในชนบทมีความเป็นเมืองมากขึ้นสามารถพบเห็นได้ทั่วไป วาทกรรมการพัฒนาทำให้เมืองกลายเป็นอุดมคติของความเจริญ ความสัมพันธ์ของผู้คนได้ขยับจากชุมชนสู่สังคมมากขึ้น (Vidich and Bensman, 1968) สอดคล้องกับงานศึกษาในประเทศไทยที่ยืนยันว่าสังคมชาวนาได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและบางส่วนกลายเป็นผู้ประกอบการ มีวิถีการรับรู้ข่าวสารคล้ายคลึงชนชั้นกลางเขตเมือง (Naksing *et al.*, 2017; Pintoptang, 2015; Rigg *et al.*, 2008; Sattayanurak, 2016) ส่งผลให้ผู้คนในชนบทมีการเปลี่ยนแปลงทางจิตสำนึก เชื่อมโยงตนเองเข้ากับสังคมมากขึ้น ความตระหนักถึงความไม่เท่าเทียมทางโอกาส และความตระหนักในฐานะผู้กระทำการ (agency) ที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลง กำหนดอนาคตตนเองได้ผ่านบทบาทของพลเมืองในกระบวนการเลือกตั้ง ทำให้ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ยกระดับความเป็นธรรมทางโอกาสทั้งในทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีแนวโน้มที่จะดึงดูดใจและได้รับการสนับสนุนจากคนกลุ่มนี้ค่อนข้างมาก

ในเขตชานเมืองซึ่งเป็นส่วนขยายของเมืองใหญ่หรือมหานคร ผู้คนที่อยู่อาศัยนอกเหนือจะถูกดึงดูดจากราคาที่อยู่อาศัยที่ย่อมเยากว่าเขตกลางเมืองซึ่งกลายเป็นศูนย์กลางธุรกิจและพาณิชยกรรม ยังมีความโหยหาพื้นที่สีเขียวโล่งกว้างเหมือนชุมชนชาวนาในชนบท ขณะเดียวกันก็ยังต้องการความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตเหมือนในพื้นที่ตัวเมือง ไม่น่าแปลกใจที่ศูนย์การค้าขนาดย่อม (malls) จึงผุดขึ้นเป็นจำนวนมากในพื้นที่ชานเมืองที่มีหมู่บ้าน(ล้อมรั้ว)อยู่กันหนาแน่น ในแง่นี้ความสัมพันธ์ของผู้คนในชุมชนชานเมืองดังกล่าวจึงต่างไปจากในชุมชนชนบท ผู้คนในหมู่บ้านเดียวกันดูแลใส่ใจกันน้อยลง สนใจเด็กในชุมชนน้อยลง และส่งผลต่อพัฒนาการของเด็กและเยาวชน (Salamon, 2003) ชานเมืองบางแห่งเป็นที่อยู่อาศัยและตลาดงานของประชากรย้ายถิ่นซึ่งส่วนใหญ่มาจากชนบทและหรือประเทศเพื่อนบ้าน ชุมชนขอบเมือง (edge city) เหล่านี้มีความหลากหลายของประชากร เป็นตลาดแรงงานให้กับเมืองศูนย์กลาง มีความโกลาหลในการบริหารจัดการเมือง (Garreau, 2011) ชุมชนแรงงานรับจ้างตรอกกิบหมู พื้นที่ชานเมืองกรุงเทพมหานครเป็นตัวอย่างสำคัญของชุมชนขอบเมือง กระบวนการทำให้ทันสมัยก่อให้เกิดถนนหนทาง ระบบคมนาคมสมัยใหม่ทำให้นายจ้างสามารถขนส่งเคลื่อนย้ายแรงงานรับจ้างราคาถูกจากชุมชนขอบเมืองเข้าสู่ตัวเมืองกรุงเทพฯ ซึ่งยังมีโครงการก่อสร้างจำนวนมากอย่างต่อเนื่องและเป็นแหล่งงานขนาดใหญ่ ได้อย่างรวดเร็วและในเวลาอันสั้น (Nakmanoch, 2018)

กระบวนการทำให้ทันสมัยมิได้หยุดยั้งแค่เปลี่ยนแปลงชนบทให้เป็นเมือง แต่ยังทำให้เมืองอุตสาหกรรมกลายเป็นเมืองระดับโลก (global city) (Sassen, 2004) จากเดิมที่มีการขนส่งวัตถุดิบและ

ผลิตภัณฑ์จากโรงงานเชื่อมต่อกับพื้นที่ต่าง ๆ ก็เริ่มมีทางด่วน สนามบิน เสาสัญญาณโทรศัพท์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้ความสัมพันธ์ของผู้คนในเมืองพัฒนาผ่านปฏิสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมกับผู้คนที่อยู่ห่างไกลออกไป ผู้คนสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายต่อกันโดยไม่จำเป็นต้องมาอาศัยอยู่ในเมืองเดียวกันหรือสถานที่เดียวกัน

ปรากฏการณ์ที่ความสัมพันธ์ใกล้ชิดอาจพัฒนาขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานที่เดียวกัน ยิ่งในยุคสมัยที่ระบบการติดต่อสื่อสารสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางไปทั้งโลกผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ชุมชนที่ไม่ต้องการสถานที่ทางกายภาพในการสร้างปฏิสัมพันธ์เลยนี้เรียกว่า ชุมชนเสมือน (virtual community) (Rheingold, 1993)

การปรากฏตัวของชุมชนความสัมพันธ์ที่ไม่ขึ้นกับสถานที่ดังกล่าวนำมาสู่ข้อสังเกตว่าลักษณะสำคัญร่วมกันของความเป็นชุมชนมีอยู่ 2 ประการ (Bradshaw, 2008) ได้แก่ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (solidarity) และคุณค่าร่วม

ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของผู้คนกลุ่มหนึ่ง เกิดจากความรู้สึกเกี่ยวข้องเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของปัจเจกแต่ละคน (Webber, 2011) และนำมาสู่การกำหนดคุณค่าร่วมและแนวปฏิบัติที่ยึดถือร่วมกัน บนพื้นฐานเครือข่ายมิตรภาพ (Wellman, 2001) หรืออย่างน้อยก็รู้จักกันแบบผิวเผิน (Granovetter and Swedberg, 2018)

ผู้คนจำนวนมากที่มาเจอกันในงานกิจกรรมต่าง ๆ จึงไม่ใช่ชุมชน แต่ผู้คนที่มีอัตลักษณ์ร่วมบางอย่างในทางวิชาชีพ อาทิ เป็นนักวิชาการเมื่อเข้าร่วมงานประชุมวิชาการ แม้จะมาจากองค์กรต่างกัน ประเทศต่างกัน แต่มีความสนใจร่วมต่อประเด็นวิชาการเดียวกัน มีวัตรปฏิบัติในการวิจัยเหมือนกัน ย่อมถือได้ว่ากิจกรรมประชุมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนวิชาการ หรือผู้คนที่มีความสนใจร่วมกัน อย่างเช่น เป็นแฟนคลับที่มีความคลั่งไคล้และติดตามงานของศิลปินนักร้องคนหนึ่งหรือวงหนึ่ง การสนทนาติดต่อสื่อสารผ่านพื้นที่ออนไลน์ของแฟนคลับที่ทำงานต่างแหล่งแห่งที่ อันนำไปสู่การรวมกลุ่มซื้อตั๋วเข้าชมคอนเสิร์ตของศิลปินดังกล่าว หรือลงขันซื้อของขวัญให้กับศิลปิน โดยการโอนเงินเข้าบัญชีสมาชิกแฟนคลับบางคน ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ที่ประกอบด้วยความไว้วางใจต่อกันระดับหนึ่ง ผู้คนที่มีความหลากหลายทางเพศแม้จะมีอัตลักษณ์ร่วมกันแต่ก็ไม่อาจถือว่าเป็นชุมชน จนกระทั่งมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ไม่ว่าจะเข้าร่วมขบวนไพรด์พาเหรดหรือร่วมลงชื่อสนับสนุนกฎหมายสมรสเท่าเทียม ชุมชนผู้มีความหลากหลายทางเพศจึงได้พัฒนาขึ้น ฯลฯ

ชุมชนไร้รูปแบบหรือมีรูปแบบพ้นไปจากเดิมจึงไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ทางกายภาพร่วมกัน แต่ต้องปรากฏความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและคุณค่าร่วมของผู้คนในกลุ่ม ถือเป็นลักษณะสำคัญยืนยันความเป็นชุมชน

การพัฒนาชุมชน

ท่ามกลางงานศึกษาการพัฒนาชุมชนจำนวนมากซึ่งเกิดจากประสบการณ์การทำงานอันหลากหลายของนักปฏิบัติการทั่วโลก การนิยามการพัฒนาชุมชนกลับทำได้อย่างคลุมเครือ (Biddle, 1966) อย่างไรก็ดี นิยามการพัฒนาชุมชนที่ถือว่าแพร่หลายค่อนข้างมากเป็นขององค์การสหประชาชาติ: “การพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการที่สมาชิกชุมชนรวมตัวเพื่อหาทางออกให้กับปัญหาที่เผชิญร่วมกัน” (UNTERM, 1985)

เมื่อเปรียบเทียบกับนิยามของสมาคมการพัฒนาชุมชนระดับโลก (International Association for Community Development - IACD): “วิชาชีพบนฐานของปฏิบัติการ และสาขาวิชา ที่ส่งเสริมประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม สิทธิ โอกาสทางเศรษฐกิจ ความเสมอภาคและความเป็นธรรม ผ่านการจัดตั้ง ให้การศึกษา และเสริมพลังอำนาจประชาชนในชุมชน ทั้งเชิงพื้นที่ เชิงอัตลักษณ์หรือความสนใจ ทั้งในพื้นที่เมืองและชนบท” (Gilchrist and Taylor, 2011) ซึ่งถูกวิจารณ์ว่าเป็นนิยามที่

แคบลง เนื่องจากมุ่งเน้นให้การพัฒนาชุมชนเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของนักวิชาชีพเป็นหลัก แทนที่จะเปิดกว้างเชื้อชวนให้มีการทำงานจากผู้คนที่อาจไม่ได้อยู่ในวิชาชีพนั้นหรือเป็นพัฒนากรโดยตรง (Kenny, 2019)

มีข้อสังเกตว่า ข้อถกเถียงว่าด้วยนิยามการพัฒนาชุมชนมักจะอยู่ในระดับของแนวทางและหรือวิธีการทำงาน ซึ่งโดยทั่วไปก็เต็มไปด้วยความแตกต่างหลากหลาย การพิจารณาเป้าหมายและวิธีการทำงานพัฒนาชุมชนแยกออกจากกัน ดังที่มีข้อเสนอจากการสังเคราะห์นิยามและแนวทางการพัฒนาชุมชนที่มีอยู่หลากหลาย (Bhattacharyya, 2004) ว่า หัวใจของการพัฒนาชุมชนคือการทำให้ผู้คนมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและมีอำนาจในตนเองที่ใช้กำหนดชีวิตตนเองได้ โดยแนวทางการทำงานพัฒนาชุมชนเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าวต้องตั้งอยู่บนหลักการ (หนึ่ง) ผู้คนช่วยเหลือตัวเองได้ (self-help) (สอง) เป็นความต้องการแท้จริงของผู้คน (felt needs) และ (สาม) การมีส่วนร่วม ทั้งนี้ ปัจจัยที่บ่อนเซาะทำลายการทำงานพัฒนาชุมชนประกอบด้วย ทุนนิยมอุตสาหกรรม รัฐภชาติ และเหตุผลเชิงเครื่องมือ ซึ่งยังดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง การทำงานพัฒนาชุมชนจึงมีลักษณะเป็นพลวัตและเลื่อนไหลไม่ตายตัว และต้องผสานเชื่อมโยงการทำงานระดับชุมชนเข้ากับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในภาพใหญ่

ประวัติศาสตร์ของปฏิบัติการพัฒนาชุมชนก็เริ่มจากโจทย์การพัฒนาที่ไม่สมดุล ดังความพยายามพัฒนาประเทศภายใต้อาณานิคมในทวีปออสเตรเลียและแอฟริกา และโครงการขจัดความยากจนในพื้นที่ชนบทของสหรัฐอเมริกาช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ปฏิบัติการพัฒนาชุมชนในแอฟริกาใต้ได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับอินเดียในการกำหนดแนวทางพัฒนาโดยเน้นหมู่บ้านในชนบท ซึ่งปรากฏผ่านการทำงานของขบวนการสวราชที่ประกอบด้วยแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนของคานธี การปฏิรูปที่ดินของวิโนภา ภเว และแผนพัฒนาหมู่บ้านของเยาวหราล เนห์รู สหประชาชาติซึ่งเป็นองค์การที่ก่อตั้งขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ก็เป็นกลไกสำคัญที่สนับสนุนให้ทุกประเทศทั่วโลกใช้การพัฒนาชุมชนในชนบทเป็นจุดคานงัดในการพัฒนารวมทั้งประเทศไทย

การเกิดขึ้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) จึงมีจุดเน้นการพัฒนาพื้นที่ชนบทและเชื่อมโยงกับการปกครองท้องถิ่น (Hutacharoen, 1967) โดยมีเป้าหมายในการสร้างความเจริญให้กับพื้นที่ชนบทที่ยังไม่เจริญทัดเทียมกับพื้นที่เมือง กรมการพัฒนาชุมชนก็ถูกก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2505 แยกออกจากส่วนพัฒนาการท้องถิ่น แต่ยังอยู่ภายใต้กระทรวงมหาดไทย เห็นได้ว่าการพัฒนาชุมชนช่วงแรกในประเทศไทยมีลักษณะของการพัฒนาในพื้นที่ชนบท และมุ่งเน้นบทบาทของข้าราชการที่เรียกว่า “พัฒนากร” สร้างความร่วมมือระหว่างประชาชนในพื้นที่ชนบทกับรัฐบาล จนกระทั่งปี พ.ศ. 2510 โครงการบูรณะชนบท ก็ก่อตั้งขึ้น และเริ่มมีนักพัฒนาจากภาคประชาสังคมเข้าไปทำงานในพื้นที่ชนบทมากขึ้น และเมื่อบรรยากาศทางการเมืองการปกครองผ่อนคลายจากเผด็จการทหารไปสู่ความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2520 ภาคประชาสังคมจึงเริ่มขยายตัว ผู้นำและองค์กรภาคประชาสังคมเพิ่มจำนวนมากขึ้น แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนค่อยเบ่งบาน (Chiengthong, 2000) สังเกตได้ว่า การพัฒนาชุมชนเกือบทั้งหมดมุ่งเน้นชุมชนเชิงสถานที่ และแม้ในปัจจุบัน การก่อตั้งหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ภายใต้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในปี พ.ศ. 2562 ก็สะท้อนให้เห็นมุมมองของภาครัฐและนโยบายที่ยังมุ่งเน้นไปที่ชุมชนเชิงพื้นที่ โดยขยายความครอบคลุมชุมชนในพื้นที่เขตเมืองเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนาชุมชนมีความหลากหลาย (Luna, 1999) อาทิ แนวทางการมีส่วนร่วม แนวทางการใช้สินทรัพย์ชุมชนเป็นฐาน แนวทางการใช้ชุมชนเป็นฐาน แนวทางการใช้พื้นที่เป็น

ฐาน แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสวัสดิการชุมชน แนวทางจิตวิญญาณ-จิตวิทยา และแนวทางสิทธิ แนวทางการพัฒนาชุมชนมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนา มีการจัดทำแผน ลงมือทำ และบริหารจัดการ ส่วนเครื่องมือพัฒนาชุมชนเป็นเทคนิควิธีในการเข้าไปทำงานร่วมกับชุมชน ประกอบด้วย การวิจัยชุมชน การให้การศึกษาชุมชน การจัดระเบียบชุมชน การจัดตั้งและขับเคลื่อนชุมชน และการจัดทำแผนชุมชน เป็นต้น แนวทางและเครื่องมือทั้งหมดมุ่งไปที่การเสริมสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันควบคู่ไปกับการเสริมพลังอำนาจของผู้คนในชุมชนให้สามารถกำหนดทิศทางอนาคตของตนได้

อย่างไรก็ดี ความท้าทายสำคัญอีกประการหนึ่งของการพัฒนาชุมชนก็คือ การเชื่อมโยงประเด็นปัญหาชุมชนเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง โดยเหตุที่ แม้กระบวนการพัฒนาชุมชนจะมุ่งเน้นไปที่สมาชิกชุมชนในฐานะผู้กระทำการสร้างการเปลี่ยนแปลง แต่ในขณะเดียวกันประเด็นปัญหาของชุมชนก็เป็นภาพสะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างด้วย ซึ่งตามกรอบคิดทฤษฎีการก่อตัวโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (structuration theory) (Giddens, 1984) ชุมชนในฐานะผู้กระทำการย่อมมีอำนาจต่อรองและสร้างการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างได้ และโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปก็ส่งผลต่อผู้กระทำการเกิดเป็นวงรอบใหม่ต่อเนื่องกันไป ปฏิบัติการพัฒนาชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงระดับจุลภาคและมหภาคเข้าหากันได้จึงจะสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงที่บรรลุเป้าหมายการพัฒนาชุมชนได้

การพัฒนาชุมชนในภาวะไร้รูปแบบ

แม้ว่าองค์ความรู้ว่าด้วยแนวทางและเครื่องมือการทำงานพัฒนาชุมชนจะมีอยู่ค่อนข้างมาก แต่พลวัตการเปลี่ยนแปลงได้ทำให้เกิดชุมชนที่มีลักษณะพ้นไปจากรูปแบบเดิมหรืออยู่ในภาวะไร้รูปแบบจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นชุมชนล้อมรั้ว (Blakely and Synder, 1997) และชุมชนเมืองขอบในเขตชานเมือง หรือชุมชนเชิงอัตลักษณ์ ชุมชนเชิงประเด็น และชุมชนเสมือนในเขตเมือง การพัฒนาชุมชนในภาวะไร้รูปแบบดังกล่าวจำต้องมีการปรับประยุกต์ใช้แนวทางและเครื่องมือการทำงานที่มีอยู่เดิมตามความเหมาะสม

คำถามก็คือ แล้วเป้าหมายในการพัฒนาชุมชนในภาวะไร้รูปแบบเหล่านั้นคืออะไร? ในเมื่อศัตรูดั้งเดิมของการพัฒนาชุมชนที่ผ่านมาก็คือความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เป็นธรรม ศัตรูของการพัฒนาชุมชนในภาวะไร้รูปแบบเหล่านั้นยังเหมือนเดิมไหม? คำตอบในขณะนี้ก็คือ ใช่ โดยพิจารณาจากตัวอย่างกรณีศึกษา 3 กรณี ซึ่งผู้เขียนศึกษาด้วยวิธีการสังเกต และคัดเลือกกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นในช่วงการระบาดใหญ่ของโควิด-19 ในกรุงเทพฯ โดยผู้เขียนมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลและสังเกตความเป็นไปของการดำเนินงานทั้ง 3 กรณีตั้งแต่ต้น ดังต่อไปนี้

กรณีที่ 1 ระบบประสานความช่วยเหลือแรงงานในพื้นที่ก่อสร้างในช่วงปิดเมือง ผ่านแผนที่กูเกิล กลุ่มไลน์ และเฟซบุ๊ก ช่วงการระบาดใหญ่ของโควิด-19 ในกรุงเทพฯ ผู้เขียนมีโอกาสอยู่ในกลุ่มไลน์หนึ่งซึ่งจัดตั้งขึ้นช่วงที่รัฐมีมาตรการปิดเมือง พื้นที่ก่อสร้างทั้งหมดถูกสั่งระงับดำเนินการ แรงงานก่อสร้างส่วนใหญ่เป็นแรงงานข้ามชาติ จึงประสบปัญหาด้านการสื่อสารเพื่อขอรับความช่วยเหลือ กลุ่มอาสาสมัครที่ตั้งไลน์กลุ่มได้จัดทำระบบปักหมุดพื้นที่ก่อสร้างบนแผนที่กูเกิลที่มีสถานะเปิดให้ทุกคนเข้าถึงได้ จากนั้นจึงประชาสัมพันธ์ผ่านเฟซบุ๊กขอความช่วยเหลือจากบุคคลทั่วไปออกไปจัดเก็บข้อมูล ด้วยการสำรวจพื้นที่ใกล้ที่พักว่ามีพื้นที่ก่อสร้างตรงไหน มีจำนวนและลักษณะของผู้ต้องการความช่วยเหลือแบบใด โดยแรงงานข้ามชาติในพื้นที่ก่อสร้างเป็นผู้ให้ข้อมูลว่ามีความต้องการอะไรบ้าง ข้อมูลเหล่านี้มีการบันทึกเพิ่มเติมเข้าไปในแผนที่ จากนั้นผู้ที่ต้องการบริจาคสามารถเปิดดูข้อมูลในแผนที่ ประสานตรงไปที่ตัวแทนของแรงงานข้ามชาติในพื้นที่ก่อสร้างและให้ข้อมูลไว้ จัดส่งข้าวของไปยังพื้นที่ก่อสร้างแต่ละแห่ง

ตามแต่จะเห็นควร ชุมชนเสมือนที่ผุดบังเกิดในภาวะวิกฤตนี้เป็นตัวอย่างอันดีของชุมชนที่ไม่ได้สัมพันธ์ยึดโยงผ่านสถานที่เชิงกายภาพ และแทบจะไม่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดใดเลย แต่ประสบความสำเร็จยิ่งในการมีน้ำหนึ่งใจเดียวกันในปฏิบัติการจัดทำข้อมูลและประสานความช่วยเหลือ ทั้งยังเปิดพื้นที่ปฏิบัติการทั้งแบบเสมือนและโลกจริงให้ผู้คนมีโอกาสกระทำการด้วยตนเองผ่านกระบวนการสำรวจจัดเก็บข้อมูลและการจัดส่งข้าวของตามความต้องการของแต่ละพื้นที่

กรณีที่ 2 โครงการจ้างวานข้า โดยมูลนิธิกระจกเงา เป็นการพัฒนาระบบประสานความช่วยเหลือเพื่อฟื้นฟูและสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับคนไร้บ้านผ่านการจ้างงานและสนับสนุนการเช่าที่อยู่อาศัย เบื้องต้นของกระบวนการมีการเชื้อชวนคนไร้บ้านที่อยากมีงานรายได้ และที่พัก เข้าร่วมโครงการ โดยมูลนิธิฯ เป็นตัวกลางในการประสานหางานและที่พักราคา 1,000 - 2,000 บาท ให้กับคนไร้บ้านเหล่านั้น ซึ่งในเดือนแรกมูลนิธิฯ จ่ายให้ มีห้องน้ำสำหรับทำความสะอาดและดูแลสุขอนามัยร่างกาย เตรียมฟูกนอนหมอนและให้คนไร้บ้านเลือกเสื้อผ้าจากการบริจาคด้วยตนเอง คนไร้บ้านที่มีงานทำ จากการประสานหางานจากบริษัทห้างร้านต่าง ๆ หลังจากการทำงานเดือนแรกก็สามารถจ่ายค่าที่พักได้เอง มูลนิธิมีบทบาทหลักในการประสานทั้งคนไร้บ้าน บริษัทเอกชน เจ้าของห้องพัก และการรับบริจาคต่าง ๆ เป็นตัวกลางเชื่อมโยงทุนในสังคมมาสู่ปฏิบัติการฟื้นฟูคนไร้บ้านให้มีความมั่นคงในที่อยู่อาศัยและการทำงาน ชุมชนคนเกี่ยวข้องกับโครงการ ไม่ว่าจะเป็นนายจ้าง เจ้าของห้องเช่า ผู้บริจาค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล และไม่รู้จักกัน แต่รู้จักจ้างวานข้า ล้วนถูกเชื่อมร้อยเข้าหากันผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ จนกลายเป็นผู้กระทำการโดยใช้ทุนทางเศรษฐกิจและสังคมของตนในพื้นที่ปฏิบัติการจ้างวานข้า

กรณีที่ 3 โครงการปันกันอิ่ม มูลนิธิพุทธิกา ในช่วงการระบาดใหญ่ของโควิด-19 มูลนิธิฯ เป็นตัวกลางเชื้อชวนร้านอาหารขนาดเล็กในชุมชนต่าง ๆ เข้าร่วมโครงการฯ และประชาสัมพันธ์รายชื่อร้านอาหาร รายการอาหารพร้อมราคา รวมทั้งหมายเลขบัญชี ผ่านพื้นที่ออนไลน์ ให้ผู้ประสงค์บริจาคโอนเงินเป็นค่าอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารจานเดียว ซึ่งร้านจะทำให้กับผู้ที่ประสบปัญหาทางรายได้และไม่สามารถเข้าถึงอาหารที่ทำสดใหม่ได้เอง รูปแบบการบริหารจัดการดังกล่าว นอกเหนือจากจะเป็นการเชื่อมประสานทุนบริจาคไปยังผู้ที่มีความต้องการแล้ว ยังเป็นการหนุนเสริมธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กและรักษาการจ้างงานในธุรกิจเหล่านั้นอีกด้วย เจ้าของธุรกิจร้านอาหารก็สามารถเป็นผู้กระทำการสร้างการเปลี่ยนแปลงผ่านพื้นที่ประกอบการของตนเอง โดยอาจไม่รู้จักกับผู้บริจาคหรือผู้ที่มีความต้องการอาหารเลยด้วยซ้ำ

ในภาวะชุมชนไร้รูปแบบทั้ง 3 กรณี ชุมชนไร้รูปแบบต่างเผชิญกับปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เป็นธรรม ผ่านสถานการณ์ความไม่มั่นคงทางอาหาร (กรณี 2 และ 3) และความไม่มั่นคงด้านงานและรายได้ (กรณี 1 และ 3) เพื่อบรรลุเป้าหมายในการรับมือกับศัตรูเก่าเดิมในภาวะชุมชนไร้รูปแบบ การพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้คนในสังคมยังเป็นพื้นฐานของการจัดการปัญหาดังกล่าว โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้คนแต่ละกลุ่มอาจแบ่งเป็น (หนึ่ง) กลุ่มที่มีทรัพยากรมากกว่าและต้องการให้ความช่วยเหลือ (สอง) กลุ่มที่ขาดแคลนทรัพยากรพื้นฐานและต้องการความช่วยเหลือเมื่อสังคมโดยรวมประสบปัญหา การแก้ปัญหาโดยมุ่งเป้าชุมชนจึงใช้ความต้องการของกลุ่มหลังเป็นหลักและระดมทรัพยากรจากกลุ่มแรกมาใช้สนับสนุนช่วยเหลือ

อย่างไรก็ดี พบว่าการพัฒนาชุมชนไร้รูปแบบผ่านกรณีศึกษาทั้ง 3 ยังดำรงความสอดคล้องกับหัวใจของการพัฒนาชุมชน (Bhattacharyya, 2004) ที่มุ่งความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของผู้คนและ

การมีอำนาจกำหนดชีวิตตนเองได้ โดยแนวทางดังกล่าวยังคงตั้งอยู่บนหลักการ (หนึ่ง) ผู้คนช่วยเหลือตัวเองได้ (สอง) เป็นความต้องการโดยแท้ของผู้คน และ (สาม) การมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับกรณีศึกษาการพัฒนาชุมชนเชิงประเด็นและพื้นที่ อาทิ กลุ่มผู้ผลิตโคมล้านนา ชุมชนเมืองสารต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Puchthonglang and Namwongprom, 2018)

กล่าวได้ว่า แม้รูปแบบของชุมชนจะเปลี่ยนแปลงไปมีลักษณะไร้รูปแบบมากขึ้น แต่เป้าหมายและหลักการของการพัฒนาชุมชนไร้รูปแบบยังไม่ได้แตกต่างไปจากเดิม และแม้จะเผชิญกับความท้าทายเดิม คือการเชื่อมโยงปัญหาชุมชนกับปัญหาเชิงโครงสร้าง นั่นคือ ยังไม่มีการขยายผลจากภาครัฐให้มีนโยบายแก้ปัญหาเดียวกันในชุมชนไร้รูปแบบอื่น ๆ แต่แนวทางการพัฒนาชุมชนไร้รูปแบบดังกล่าวอาจพัฒนาตัวเองจากการทำงานตอบสนองภาวะวิกฤติมาเป็นการทำงานต่อเนื่องแม้พ้นภาวะวิกฤติแล้ว ดังกรณีของโครงการจ้างวานข้า และโครงการปันกันอิ่ม

ผู้ประกอบการพลเมือง (Civic Entrepreneur)

ผู้ประกอบการพลเมือง (Henton *et al.*, 1997) เป็นแนวคิดว่าด้วยผู้เชื่อมประสานทรัพยากรและสมรรถภาพที่แตกต่างของผู้คนที่ร่วมแรงร่วมใจกันพร้อมลงมือสร้างปฏิบัติการแก้ไขปัญหาบางอย่าง พัฒนากรที่แสดงบทบาทของผู้ประกอบการพลเมืองย่อมสามารถทำงานพัฒนาชุมชนในภาวะไร้รูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภารกิจหลักของผู้ประกอบการพลเมืองคือการรวบรวมทรัพยากรและสร้างเครือข่ายเพื่อเชื่อมประสานผู้คนในชุมชนไปสู่ชุมชนอื่นที่กว้างขวางกว่าเดิม

กระบวนการพัฒนาชุมชนของผู้ประกอบการพลเมืองมี 4 ขั้นตอน (Henton *et al.*, 1997) ได้แก่ (หนึ่ง) ก่อตั้ง เพื่อสร้างเครือข่ายและเชื้อชวนให้สร้างการเปลี่ยนแปลง (สอง) บ่มเพาะ จัดลำดับความสำคัญร่วมกัน (สาม) ลงมือทำ บริหารจัดการทรัพยากรเพื่อแก้ไขปัญหา (สี่) พัฒนาและปรับปรุงแก้ไข ช่วยชุมชนสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อเนื่อง

ตัวอย่างกรณีศึกษาทั้ง 3 นั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้จัดตั้งระบบประสานความช่วยเหลือผ่านกลุ่มไลน์ มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิพุทธิกา ได้แสดงบทบาทสอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการพลเมือง โดยมีกระบวนการพัฒนาชุมชนคล้ายคลึงกันทั้ง 4 ขั้นตอน ตั้งแต่การก่อตั้งเครือข่ายเชื้อชวนให้ร่วมแก้ปัญหา ไปสู่การวิเคราะห์ปัญหา แบ่งงานและกระจายทรัพยากรเพื่อแก้ไขปัญหา และในช่วงเวลาที่มีการดำเนินการก็มีการเรียนรู้และพัฒนาปรับปรุงแก้ไขแนวทางการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นเอง การพัฒนาชุมชนในภาวะไร้รูปแบบผ่านบทบาทผู้ประกอบการพลเมืองที่รวบรวมทรัพยากรและสร้างเครือข่ายเชื่อมประสาน ทำให้สามารถบรรลุภารกิจรับมือกับความทุกข์ทางสังคม และผู้กระทำการสามารถแสดงบทบาทและปฏิบัติภารกิจพลเมืองของตนเองได้สอดคล้องกับทุนทางสังคมที่ตนมี ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า มีผู้ประกอบการพลเมืองทำหน้าที่ผสานร้อยเรียงความร่วมมือและจัดสรรทุนทางสังคมที่มีการแบ่งปันร่วมกันเพื่อจัดการปัญหาทางสังคมนั้น ผู้กระทำการในชุมชนนั้นแม้จะไม่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด แต่กลับก่อเกิดพันธกรณีต่อการแก้ไขปัญหาสังคมร่วมกัน

สรุป

พลวัตการเปลี่ยนแปลงได้ทำให้รูปแบบชุมชนและปฏิสัมพันธ์ของผู้คนพ้นไปจากนิยามเก่าเดิม บทความนี้ได้สำรวจทฤษฎีแนวคิดที่ใช้มองชุมชนไร้รูปแบบลักษณะต่าง ๆ ทำความเข้าใจวิวัฒนาการขององค์ความรู้และปฏิบัติการพัฒนาชุมชน พิเคราะห์เปรียบเทียบกับบริบทในประเทศไทย ด้วยการทดลองนำเสนอกรณีตัวอย่างของชุมชนและวิเคราะห์บทบาทของผู้ประกอบการพลเมืองในการพัฒนาชุมชนในภาวะไร้รูปแบบเหล่านั้น จุดร่วมสำคัญของผู้ประกอบการพลเมือง คือ การเป็นผู้ประสานเครือข่ายและรวบรวมทรัพยากรเพื่อแก้ไขปัญหาของกลุ่มประชากร

เปราะบางในชุมชนไร้รูปแบบ และกระบวนการพัฒนาชุมชน 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ก่อตั้งเชื่อมประสาน วิเคราะห์ปัญหา บริหารจัดการแบ่งงานและแบ่งปันทรัพยากร และพัฒนาแก้ไขการทำงานต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสอบคัดเลือกเพื่อเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย สายวิชาการ ตำแหน่งอาจารย์คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ ภาควิชานโยบายสังคม การพัฒนาสังคมและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณผู้กำหนดโจทย์การเขียนบทความหัวข้อนี้โดยไม่ระบุคำสำคัญและปราศจากการนิยามความหมายชุมชนไร้รูปแบบ จึงทำให้เกิดการค้นคว้าและเขียนโดยอิสระ

เอกสารอ้างอิง

Bhattacharyya, J. 2004. Theorizing community development. Journal of the Community Development Society 34(2): 5-34.

Biddle, W. W. 1966. The “fuzziness” of definition of community development. Community Development Journal 1(2): 5-12.

Blakely, E. J. and M. G. Snyder. 1997. Fortress America: Gated Communities in the United States. Brookings Institution Press, Washington D.C. 208 p.

Bradshaw, T. K. 1992. In the Shadow of Urban Growth: Bifurcation in Rural California Communities. Institute of Urban and Regional Development, University of California, Berkeley. 32 p.

Bradshaw, T. K. 2008. The post-place community: Contributions to the debate about the definition of community. Community Development 39(1): 5-16.

Chiengthong, J. 2000. Evolution of civil society in Thailand. Research Report. Thailand Development Research Institute, Bangkok. 60P. (in Thai)

UNTERM. 1995. Community development. (Online). Available: https://web.archive.org/web/20140714225617/http://unterm.un.org/DGAACS/unterm.nsf/8fa942046ff7601c85256983007ca4d8/526c2eaba978f007852569fd00036819?OpenDocument (18 October 2024).

Ganjanapan, A. 2001. Community Aspect: Local Thought on Rights, Power, and Resource Management. Thailand Research Fund, Bangkok. 319 p. (in Thai)

Garreau, J. 2011. Edge City: Life on the New Frontier. Knopf Doubleday Publishing Group, New York. 576 p.

Giddens, A. 1984. The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. University of California Press, Berkeley. 402 p.

Gilchrist, A. and M. Taylor. 2011. The Short Guide to Community Development. Policy Press, Bristol. 216 p.

Granovetter, M. and R. Swedberg. 2018. The Sociology of Economic Life. Routledge, New York. 594 p.

Henton, D., J. Melville and K. Walesh. 1997. The age of the civic entrepreneur: Restoring civil society and building economic

community. National Civic Review 86(2): 149-156.

Hutacharoen, S. (ed.). 1967. Articles on Community Development: Book one. Local Printing House, Phra Nakhon. 206 p. (in Thai)

Kaewthep, K. 1995. Development of Cultural Community: Human Centric Approach. Catholic Council of Thailand for Development, Bangkok, 190 p. (in Thai)

Kenny, S. 2011. Towards unsettling community development. Community Development Journal 46 (Suppl. 1): i7-i19.

Kenny, S. 2019. Framing community developmentt. Community Development Journal 54(1): 152-157.

Luna, E. M. 1999. Rethinking community development in the Philippines: Indigenizing and regaining grounds. The Philippine Social Sciences in the Life of the Nation 1: 315–343.

Naksing, P., K. Chawathanakun, C. Bundhuwong and A. Hongkananukraw 2017. Rural transformation and livelihood adaptations: A case study of villagers in an "agricultural community" in Nakhon Pathom Thailand. Journal of Social Research and Review 40(2): 77-106. (in Thai)

Nakmanoch, N. 2018. Entering for job of Karen construction workers to Keepmoo community, Klong Sarmwa, Bangkok, M.P.A. Thesis, Burapha University. 87 p. (in Thai)

Nartsupha, C. 2005. Community Economic: Theoretical Proposal for Different Social Contexts. 2nd ed. Sangsan Publishing House, Bangkok. 214 p. (in Thai)

Pintoptang, P. 2015. Political and economic change in rural communities and peasants' adaptation. Journal of Social Development and Management Strategy 17(1): 29-63. (in Thai)

Pongpit, S. 2002. Community network and civic society: Idea experience examples. Public Health System Research Institute. Bangkok. (in Thai)

Putnam, R. D. 2001. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster, New York. 541 p.

Rheingold, H. 1993. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Addison-Wesley, Reading.

Rigg, J., S. Veeravongs, L. Veeravongs and P. Rohitarachoon, 2008. Reconfiguring rural spaces and remaking rural lives in central Thailand. Journal of Southeast Asian Studies 39(3): 355-381.

Salamon, S. 2003. From hometown to nontown: Rural community effects of suburbanization. Rural Sociology 68(1): 1–24. https://doi.org/10.1111/j.1549-0831.2003.tb00126.x

Sassen, S. 2004. The global city: Introducing a concept. The Brown Journal of World Affairs 11(2): 27-43.

Sattayanurak, A. 2016. Better Live: From Peasant to Enterpreneur. Matichon Public Company Limited, Bangkok. 160 p. (in Thai)

Puchthonglang P., A. Namwongprom. 2018. Creative economic development model

of Lanna Lantern Manufacturers at Muang Sart Community in Muang District, Chiang Mai Province. Journal for Quality Development and Life Quality 1(3): 129-139. (in Thai).

Tonnies, F. and C. P. Loomis. 2002. Community and Society. Dover Publications Inc., Mineola, New York.

Vidich, A. J. and J. Bensman. 1968. Small Town in Mass Society: Class, Power, and Religion in a Rural Community. University of Illinois Press, Urbana. 521 p.

Webber, M. M. 2011. Order in diversity: Community without propinquity. pp.23-56. *In*: L. Wingo, Jr. (ed.). City and Space: The Future Use of Urban Land. REF Press, New York.

Wellman, B. 2001. Networks in the global village: Life in contemporary communities. Contemporary Sociology 30(5): 268-269.

Wirth, L. 1938. Urbanism as a way of life. American Journal of Sociology 44(1): 1-24.

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการจัดทำบัญชี ของวิสาหกิจชุมชนที่นำไปสู่ความสำเร็จ

The Management and Accounting Potential of Community Enterprise that Leads to Success

วัชรินทร์ อรรคศรีวร* และ ยุทธนา พรรคอนันต์

Watcharin Akkasreworn* and Yuttana Pakanan

สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จ.จันทบุรี 22000

Department of Accounting, Faculty of Management Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University, Chanthaburi 22000, Thailand

*Corresponding author: E-mail: Watcharin.h@rbru.ac.th

(Received: December 9, 2024; Revised: March 18, 2025; Accepted:. June 30, 2025)

Abstract: This study aims to examine the operational and accounting management potential of community enterprises that received the Outstanding Community Enterprise Award at the provincial level in 2022 and 2023. A mixed-methods research approach was employed. The qualitative phase involved structured interviews with 21 individuals, including presidents, committee members, and members of the community enterprises. Data were analyzed using content analysis. The quantitative phase collected data through questionnaires administered to 195 individuals, comprising presidents, committee members, and community enterprise members. Descriptive statistics were used for data analysis. The findings on operational management potential revealed that overall management performance was at a high level, with a mean score of 4.38. When examined by specific aspects, all areas were rated at a high level. Participation received the highest mean score (4.47), followed by product or service production (4.44), general management (4.43), and product or service development (4.18). Regarding accounting management potential, the overall performance was also rated at a high level, with a mean score of 4.18.

Keywords: Potential, management, accounting, community enterprise

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัดประจำปี พ.ศ. 2565 และ ปี พ.ศ. 2566 การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับประธานคณะกรรมการ และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 21 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 195 ราย วิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการ พบว่าศักยภาพด้านการบริหารจัดการในภาพรวมมีการดำเนินงาน/ปฏิบัติอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.38 เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่ามีการดำเนินงาน/ปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดยการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.47 รองลงมาคือ การผลิตสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 การบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย คือ 4.43 และ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.18 สำหรับศักยภาพด้านการจัดทำบัญชีในภาพรวม มีการดำเนินงาน/ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18

คำสำคัญ: ศักยภาพ การบริหารจัดการ การจัดทำบัญชี วิสาหกิจชุมชน

คำนำ

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก เป็นประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญประการหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ของประเทศไทย ที่มีเป้าหมายสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน สร้างโอกาสและสร้างความเสมอภาคทางสังคมไปสู่การพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งการสร้างสมดุลและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนสามารถพึ่งตนเองและปรับตัวต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการปรับสมดุลทั้ง 3 มิติของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ในรูปแบบบูรณาการและการมีส่วนร่วมการขับเคลื่อนในการพัฒนาภายใต้กรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Nakruang *et al*., 2020) ทุนทางสังคมจึงถูกนำมาใช้ในการบริหารจัดการพื้นที่ชุมชน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันและดำเนินกิจกรรมบนฐานของความรู้ท้องถิ่นและให้บริการด้วยความเป็นมิตร รวมถึงสร้างเครือข่ายด้านการอนุรักษ์และการพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน ใช้ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมมาพัฒนาสินค้าและบริการ (Aramsri *et al*., 2022)

วิสาหกิจชุมชนจึงต้องดึงศักยภาพของชุมชนในการคิดสร้างสรรค์ผลิตสินค้าหรือบริการ โดยนำองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการพึ่งพาตนเองและพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง การส่งเสริมสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนได้มีโอกาสเรียนรู้ตนเองอย่างเป็นระบบ จากนั้นควรศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมจากภายนอก โดยศึกษาวิธีคิด แนวทางการแก้ปัญหาจากแหล่งเรียนรู้หรือวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ และถอดบทเรียนวิธีคิด การบริหารจัดการ แนวทางการจัดการกับปัญหา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็ง เพื่อเป็นต้นแบบ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้แก่วิสาหกิจชุมชนทั่วไป (Department of Agricultural Extension, 2013) ผู้นำจึงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นและเป็นผู้ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืน โดยผู้นำต้องมีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ ด้านคุณสมบัติและพฤติกรรม ด้านการวางแผนกลยุทธ์ และด้านประชากรศาสตร์และบุคลิกภาพของผู้นำ ระดับการศึกษามีผลต่อความสามารถในการบริหาร (Sakullertwirat *et al*., 2023) นอกจากนี้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ดีรวมถึงการบริหารจัดการนวัตกรรมต้องอาศัยคนรุ่นใหม่ ๆ ในการคิดค้นและพัฒนาองค์ความรู้อยู่เสมอ การประเมินผล การบริหารจัดการภูมิปัญญา การบริการจัดการแผน และสุดท้ายการบริหารจัดการหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความพอเพียง ความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน เป็นหลักแนวคิดที่ต้องพึงระลึกไว้เสมอ รวมถึงต้องให้สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนต้องปฏิบัติตามเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ สิ่งที่กล่าวมานี้ล้วนแต่เป็นแนวทางในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้เพื่อให้เกิดความยั่งยืน (Mettathamrong *et al*., 2019)

ทั้งนี้หากวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการและการจัดทำบัญชีที่ดีจะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบผลสำเร็จจนได้รับการคัดเลือกในการประกวดวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในระดับจังหวัด การวิจัยครั้งนี้จะนำองค์ความรู้ที่วิสาหกิจชุมชนที่มีการบริหารจัดการที่ดี มีแนวโน้มการพัฒนาอย่างอย่างยั่งยืน มีการประกอบธุรกิจที่เป็นประโยชน์กับชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัดประจำปี พ.ศ. 2565 และปี พ.ศ. 2566 เพื่อเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (mixed methods approach) เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัดประจำปี พ.ศ. 2565 และ ปี พ.ศ. 2566 ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2567–กันยายน พ.ศ. 2567 พื้นที่วิจัยได้แก่ วิสาหกิจชุมชนเขตพื้นที่ 1 ถึง 6 ประกอบด้วย สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 1 จังหวัดชัยนาท สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 2 จังหวัดราชบุรี สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 3 จังหวัดระยอง สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 4 จังหวัดขอนแก่น สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 5 จังหวัดสงขลา สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 6 จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประธาน คณะกรรมการ สมาชิกผู้ถือหุ้นของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลระดับจังหวัด พ.ศ. 2565 จำนวน 46 แห่ง และ พ.ศ. 2566 จำนวน 8 แห่ง จำนวนรวมทั้งสิ้น 54 แห่ง แห่งละ 7 คน รวมจำนวน 378 คน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยนี้แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ประธาน คณะกรรมการ สมาชิก ผู้ถือหุ้นของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลระดับจังหวัด ปี พ.ศ. 2565 และ พ.ศ. 2566 กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1967) โดยสมมติค่าสัดส่วนเท่ากับ 378 ราย และที่ระดับความเชื่อมั่นที่ .95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดความคลาดเคลื่อน .05 เป็นจำนวน 195 ราย การสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกิจการ จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย การบริหารจัดการ การผลิตสินค้าหรือบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ การมีส่วนร่วม จำนวน 43 ข้อ และส่วนที่ 3 ข้อมูลศักยภาพการดำเนินงานด้านการจัดทำบัญชีและการจัดการทางการเงิน ประกอบด้วย การจัดทำบัญชี การจัดการทางการเงิน จำนวน 19 ข้อ ซึ่งได้วิเคราะห์หาความความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการแบบสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน โดยทำการทดสอบแบบ Cronbach Alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ที่ได้ค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.992

2. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร คือ ประธาน คณะกรรมการ สมาชิกผู้ถือหุ้นของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรีที่ได้รับรางวัลระดับจังหวัด ปี พ.ศ. 2565 และ พ.ศ. 2566 เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้แบบสัมภาษณ์ศักยภาพการดำเนินงาน ด้านการบริหารจัดการและด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์คือ ประธาน คณะกรรมการ สมาชิกผู้ถือหุ้นของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 แห่ง แห่งละ 7 ราย รวม 21 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณมีวิธีดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. โทรศัพท์ประสานขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชน และส่งจดหมายพร้อมแบบสอบถาม หนังสือขอความร่วมมือ เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย เอกสารแสดงความยินยอม และ ของที่ระลึก

2. นำแบบสอบถามที่ได้คืนมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำการประมวลผล และวิเคราะห์ผล

การวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. โทรศัพท์ประสานนัดหมายขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นและสัมภาษณ์ประธาน คณะกรรมการ สมาชิกผู้ถือหุ้นของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรีที่ได้รับรางวัล จำนวน 3 แห่ง ณ สถานที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน

2. จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ ไปยังวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 แห่ง

3. ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ศักยภาพการดำเนินงาน ด้านการบริหารจัดการและด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยเมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยทำการถอดบทสนทนาอย่างละเอียดเพื่อจับใจความสำคัญและนำข้อมูลที่ได้มาอธิบายการสังเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางและสรุปเป็นแผนภาพ

2. ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามศักยภาพการดำเนินงาน ด้านการบริหารจัดการและด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการ พบว่า ส่วนใหญ่มีบทบาทในวิสาหกิจชุมชนเป็นคณะกรรมการ คิดเป็นร้อยละ 61.61 รองลงมา คือ สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 24.10 และเป็นประธาน คิดเป็นร้อยละ 14.29 โดยรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 87.50 และดำเนินธุรกิจในรูปแบบนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ระหว่าง 1–10 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือระหว่าง 11-20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.75 เท่ากัน ดังแสดงใน Table 1

Table 1. General information of the respondents

General information of the respondents		Amount	Percentage
Role in community enterprises	Chairman	16	14.29
	Committee	69	61.61
	Member	27	24.10
	Total	**112**	**100.00**
Business model	Individual	98	87.50
	Legal entity	14	12.50
	Total	**112**	**100.00**
Period of business operation	1 - 10 years	70	62.50
	11 - 20 years	21	18.75
	More than 20 years	21	18.75
	Total	**112**	**100.00**
Number of members in community enterprises	No more than 15 people	29	25.89
	16 – 30 people	32	28.56
	More than 30 people	51	45.55
	Total	**112**	**100.00**

ขณะที่ผลการดำเนินเนินงาน/ปฏิบัติ พบว่าอยู่ในระดับมากทั้งสองด้าน โดยด้านการบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ย 4.38 และด้านการจัดทำบัญชีมีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ ดังแสดงใน Table 2

Table 2. The results of the analysis of the management potential of community enterprises leading to overall success.

Potential	$\overline{X}$	S.D.	Interpretation	Rating
The management potential	4.38	0.81	A lot of operation/practice	1
The accounting potential	4.18	1.00	A lot of operation/practice	2

ส่วนศักยภาพด้านการบริหารจัดการองค์กรในภาพรวม พบว่า มีการดำเนินงาน/ปฏิบัติอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.38 เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่ามีการดำเนินงาน/ปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกประเด็น โดย การมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.47 รองลงมา คือ การผลิตสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 การบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย คือ 4.43 และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.18 ดังแสดงใน Table 3

Table 3. Results of the analysis of the management potential of community enterprises that lead to success. In the management potential

The management potential	$\overline{X}$	S.D.	Interpretation	Rating
Management	4.43	0.74	A lot of operation/practice	3
Production of goods or services	4.44	0.79	A lot of operation/practice	2
Product or service development	4.18	0.95	A lot of operation/practice	4
Participation	4.47	0.76	A lot of operation/practice	1
Total average	**4.38**	**0.81**	**A lot of operation/practice**	

2. ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการจัดทำบัญชี พบว่า ในภาพรวม มีการดำเนินงาน/ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า มีการดำเนินงาน/ปฏิบัติอยู่ในระดับมากทั้งสองประเด็น โดยการจัดทำบัญชี มีค่าเฉลี่ย 4.30 และ การจัดการทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.05 ดังแสดงใน Table 4

Table 4. Results of the analysis of the management potential of community enterprises that lead to success. In the field of accounting

The accounting potential	$\overline{X}$	S.D.	Interpretation	Rating
Accounting	4.30	0.94	A lot of operation/practice	1
Financial Management	4.05	1.06	A lot of operation/practice	2
Total average	**4.18**	**1.00**	**A lot of operation/practice**	

3. ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและด้านบัญชีและการจัดการทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรีที่นำไปสู่ความสำเร็จโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 21 คน ประกอบด้วยประธาน คณะกรรมการและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัดประจำปี 2565 และปี 2566 จำนวน 21 ราย ประกอบด้วย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองตาหงุ่น อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านตะปอนน้อย อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรีและวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกล้วยฉาบสบัดงาบ้านทรัพย์สมบูรณ์ อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี แสดงใน Figure 1



Figure 1. Community enterprise workshops and interviews

A. Community enterprise, housewives and farmers group, Ban Nong Ta Ngun, Na Yai Am district, Chanthaburi province

B. Mae Baan Tapon Noi community enterprise, Khlung district, Chanthaburi province

C. Ban Sap Sombun banana cymbal and sesame group community enterprise, Soi Dao district, Chanthaburi province

จากภาพที่1 การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและด้านบัญชีและการจัดการทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรีที่นำไปสู่ความสำเร็จได้นั้น วิสาหกิจชุมชนต้องมีการดำเนินงานด้านบริการจัดการองค์กร ที่มุ่งเน้นการบริหารงานและการมีส่วนร่วมของสมาชิก มีการกำหนดเป็นข้อตกลงที่ชัดเจน ตลอดจนการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เป็นเอกลักษณ์ และมีราคาเหมาะสม รวมไปถึงการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ให้มีบรรจุภัณฑ์ทันสมัย สะดวก และช่องทางการกระจายสินค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ การร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เพื่อเข้าถึงแหล่งทุน องค์ความรู้เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำหรับศักยภาพด้านการจัดทำบัญชีนั้นจะต้องมีการจดบันทึกและจัดทำบัญชีเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการจัดทำต้นทุนการผลิตสินค้า และทะเบียนคุมต่าง ๆ เช่น ทะเบียนสมาชิก ทะเบียนสินทรัพย์ ทะเบียนสินค้า เป็นต้น ตลอดจนการจัดทำสรุปผลการดำเนินงานและรายงานให้สมาชิกทราบ ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชน ต้องมีการจัดการทางการเงินที่เหมาะสม คือ จัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม และการจัดสรรผลกำไรแก่สมาชิกที่เป็นธรรม และบริหารจัดการหนี้สินที่มีประสิทธิภาพ โดยสามารถสรุปศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่นำไปสู่ความสำเร็จ แสดงใน Figure 2



Figure 2. The management and accounting potential of community enterprise that leads to success

วิจารณ์

จากการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการและการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัดประจำปี พ.ศ. 2565 และปี พ.ศ. 2566 สามารถอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จให้กับวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัดประจำปี พ.ศ. 2565 และปี พ.ศ. 2566 คือ ต้องมีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานตามความเหมาะสม รองลงมา คือ การบริหารงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ทิศทาง ในการจัดตั้งกลุ่มและชี้แจงให้สมาชิกทราบ มีกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ข้อตกลง ที่จำเป็นต่อการบริหารงานเป็นลายลักษณ์อักษร จัดทำแผนงาน กิจกรรมดำเนินงานอย่างชัดเจน กำหนดโครงสร้างหน้าที่ การบริหารงานที่เหมาะสม มีการประชุมรับรู้ผลการดำเนินงานของกลุ่มเป็นประจำทุกปี มีการควบคุมให้สมาชิกปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ ข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้ สอดคล้องกับ Baedcharoen *et al.* (2022) ที่ได้ระบุว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านผู้นำ และปัจจัยด้านสมาชิก เป็นจุดเด่นในปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง ตำบลบ้านธิ จังหวัดลำพูน และยังสอดคล้องกับสอดคล้องกับ Rittipakdee and limsakun (2024) ที่ระบุว่า ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ มีการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดโครงสร้าง แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านการเงินและการบัญชี มีการจัดทำบัญชีอย่างมีระบบ

มีความโปร่งใส 2) ด้านการผลิต มีการวางแผนการผลิตและจำหน่าย การสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการตลาด มีการจำหน่ายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ 4) ด้านภาวะผู้นำ ประธานกลุ่มมีความสามารถ ในการบริหารธุรกิจ มีคุณธรรมและจริยธรรม มีความสามารถในการเผชิญหน้ากับปัญหาได้อย่างดี 5) ด้านการมี ส่วนร่วมของสมาชิก สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์และพัฒนากลุ่ม 6) ด้านสวัสดิการ จัดสวัสดิการให้กับสมาชิกในยามเจ็บป่วย หรือคลอดบุตร 7) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก มีการประสานงานอย่างต่อเนื่องระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่น ๆ โดยได้รับการสนับสนุนในด้านเงินทุน การตลาด และการศึกษา ดูงาน สอดคล้องกับ Loywattanagul (2016) ที่ได้ระบุว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเห็นด้วยในระดับมากที่สุดคือ ด้านผู้นำ รองลงมา คือ ด้านการผลิต และเห็นด้วยในระดับมาก คือ ด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการเงิน และด้านการตลาด ตามลำดับ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และ คิดค้น ปรับปรุงวิธีการสร้างสรรค์นวัตกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

2. ด้านการจัดทำบัญชี ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จให้กับวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัดประจำปี พ.ศ. 2565 และปี พ.ศ. 2566 คือ วิสาหกิจชุมชนนั้นมีการจัดทำรายงานทางการเงิน ที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีการตรวจสอบความถูกต้องของการบันทึกบัญชีและการจัดทำรายงานทางการเงิน มีการเปิดเผย สื่อสารข้อมูลด้านบัญชี ได้แก่ ข้อมูลสินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ ค่าใช้จ่าย กำไรขาดทุน เงินปันผล ให้สมาชิกทราบ มีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด มีการพัฒนาระบบการบริหารการเงิน การควบคุมต้นทุนการผลิต สอดคล้องกับ Noicham *et al.* (2018) ศึกษาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีระบบควบคุมทางด้านการเงินแบบง่าย ๆ แต่เป็นระบบ และมีบัญชีวิสาหกิจที่ถูกต้อง ผลประกอบกิจการกลุ่มทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการประกอบกิจการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่จัดตั้งกลุ่มทุกข้อมีการประกอบกิจการอย่างต่อเนื่อง กลุ่มวิสาหกิจที่กู้ยืมเงินทุนเพื่อประกอบกิจการส่วนใหญ่ค้างชำระบ้าง แต่ส่งตามกำหนด และกลุ่มวิสาหกิจมีกฎระเบียบและข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน ได้จดทะเบียนจัดตั้งแล้วและได้ประกอบการ และยังสอดคล้องกับ Nakruang *et al.* (2017) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา พบว่า ด้านการบริหารการเงิน ด้านการบริหารการตลาด และด้านคุณลักษณะของสมาชิกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชนจังหวัดยะลาตามลำดับ

สรุป

การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่นำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั้นประกอบด้วยศักยภาพ ในด้านต่าง ๆ คือ 1) ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การกำหนดโครงสร้างบริหารองค์กรและการแบ่งหน้าที่ การกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก ซึ่งผู้ที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อน คือ ประธานหรือผู้นำของกลุ่ม 2) ด้านการจัดทำบัญชี โดยการให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านการบัญชีและวางแผนทางการเงิน ได้แก่ การควบคุมต้นทุนการผลิตให้ลดลง การส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิก การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ การจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง มีการเปิดเผยสื่อสารข้อมูลด้านบัญชีให้สมาชิกทราบ การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชน เพื่อพัฒนาและประชาสัมพันธ์สินค้าบริการของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

Aramsri, K., A. Suwanna, J. Manajanyapong, K. Keatipong, T. Chaiprakong and C. Nimitkul. 2022. From practical guidelines of community enterprises based on social capital to responsible tourism in Mae Sa-Kog Ma biosphere reserve, Chiang Mai province. Journal of Community Development and Life Quality 10(1): 1-10. (in Thai)

Baedcharoen, I., A. Aksorntap and C. jatuprayoon. 2022. Success factors of managing the gold color longan flesh processing community enterprise management in Ban Thi sub-district, Ban Thi, Lamphun province. Payap University Journal 32(2): 82-98. (in Thai)

Department of Agricultural Extension. 2013. Agricultural Extension Officer Operations Manual: Lessons Learned from Agricultural Extension Work. Printing House of the Agricultural Cooperatives Federation of Thailand, Bangkok. (in Thai)

Loywattanagul, S., O. Kamol, P. Tobprokhaon and M. Thongthai. 2016. Success factors of community enterprises in Yala province. Journal of Rajanagarindra 13(29): 251-258. (in Thai)

Mettathamrong, J., C. Phromket and K. Vichasilp. 2019. Analysis of a confirmatory factor model of community enterprise management in Sakon Nakhon province to Thailand 4.0. Journal of Community Development and Life Quality 7(3): 249-260. (in Thai)

Nakruang D., K. Donkwa and A. Suvittawat. 2020. Effect of entrepreneurial orientation on corporate sustainability performance: mediating role of differentiation and the knowledge integration capability of community enterprises. Journal of Community Development and Life Quality 9(1): 39-50. (in Thai)

Nakruang, D., S. Wattanayuenyong and N. Lekhawichit. 2017. Factors influencing the business performance of Yala community enterprises. Srinakharinwirot Research and Development Journal of Humanities and Social Sciences 9(17): 69-77. (in Thai)

Noicham S., V. Tarasansomba and S. Sangjindavong. 2018. Management of community enterprises, District, Samutsongkhram Province. Kasem Bundit Journal 19(Special Edition, 3): 130-137. (in Thai)

Rittipakdee, K. and N. limsakun. 2024. Success factors in operating the community enterprise of the Musslim-Clothing product group (DALA PATEK) at Khuan Sato Subsdrstrict, Khuan Don District, Satun Province. Journal of MCU NakhonDhat 11(9): 199-210. (in Thai).

Sakullertwirat, J., W. Leardmuang and B. Kanchanabha. 2023. A survey of attitude towards decision making in choosing the country leaders for sustainable development. Journal of Community Development and Life Quality 11(2): 89-102. (in Thai)

การพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่ บ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร

Development of Cotton Yarn Dyeing Process from Natural Materials of Mudmee Weaving Group, Ban Sanam Bin, Um Chan Subdistrict, Kusuman District, Sakon Nakhon Province

อุทุมพร หลอดโค

Uthumporn Lordko

สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จ.สกลนคร 47000

Department of Community Development, Faculty of Humanities and Social Science, Sakon Nakhon Rajabhat University, Sakon Nakhon 47000, Thailand

*Corresponding author: E-mail: uthumporn@snru.ac.th

(Received: January 30, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 29, 2025)

Abstract: This research aimed to study the causes of natural resources surveys and study the process of dyeing cotton yarn with suitable natural materials in Ban Sanam Bin, Um Chan subdistrict, Kusuman district, Sakon Nakhon province. This participatory action research was conducted to collect data from 20 key informants, including representatives from, including members of the Ban Sanam Bin Weaving Group, community leaders, representatives from the Um Chan Subdistrict Administrative Organization, and representatives from the Community Development Office, Kusuman district, Sakon Nakhon province. **The** results show that 1) the natural resources of Ban Sanam Bin, which are natural materials that can be used for dyeing cotton threads 3 types: natural materials within the community, natural materials found in the community forest, and materials found in the community public water resources area. 2) the process of dyeing cotton yarn with natural materials that are suitable for Ban Sanam Bin has 5 steps, including the process of preparing cotton yarn before dyeing (cleaning cotton yarn), the process of preparing cotton yarn dye from natural materials, the process of dyeing cotton yarn from natural materials, the process of dyeing with color fixing agents, and cotton yarn dyed with natural materials.

Keywords: Process development, cotton yarn dyeing, natural materials, Sakon Nakhon

บทคัดย่อ: การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทรัพยากรธรรมชาติและศึกษากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติที่เหมาะสมของบ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย รวม 20 ราย ประกอบด้วย คณะกรรมการกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน ผู้นำชุมชน ผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน และผู้แทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า 1) แหล่งทรัพยากรธรรมชาติของบ้านสนามบิน ที่มีวัสดุธรรมชาติสามารถนำมาใช้ในการย้อมสีเส้นฝ้าย แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ วัสดุธรรมชาติภายในชุมชน วัสดุธรรมชาติที่พบใน

ป่าชุมชน และวัสดุที่พบบริเวณแหล่งน้ำสาธารณะ 2) กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติที่เหมาะสมของบ้านสนามบิน มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ กระบวนการเตรียมเส้นฝ้ายก่อนการย้อมสี กระบวนการเตรียมสีย้อมเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ กระบวนการย้อมสารช่วยติดสี และเส้นฝ้ายย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ

คำสำคัญ: การพัฒนากระบวนการ การย้อมสีเส้นฝ้าย วัสดุธรรมชาติ สกลนคร

คำนำ

ผ้ามัดหมี่ย้อมครามเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผสานกับการพัฒนาทุนชุมชนอย่างสร้างสรรค์ สร้างลวดลายมัดหมี่บนเส้นฝ้ายที่เป็นอัตลักษณ์ ด้วยการย้อมน้ำครามเพื่อให้ได้สีสันที่สวยงามก่อนทอเป็นผืนผ้าด้วยความประณีต สะท้อนวัฒนธรรมชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ภูไทที่แฝงนัยวิถีชีวิตผ่านงานหัตกรรมท้องถิ่น เป็นที่รู้จักและได้รับการรับรองจากสภาหัตกรรมโลกภาคพื้นเอเชียแปซิฟิค (The World Crafts Council-Asia Pacific Region: WCC APR) ประกาศให้จังหวัดสกลนครเป็น “นครหัตถกรรมแห่งครามธรรมชาติโลก” (Department of Foreign Trade, 2025) และมีส่วนช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน สร้างรายได้ถึง 1,137,788,903 บาท (Sakon Nakhon Provincial Statistical Office, 2017) อย่างไรก็ดี หากพิจารณาสภาพกระบวนการผลิตผ้ามัดหมี่ย้อมครามของจังหวัดสกลนคร ยังประสบกับความท้าทายหลากหลายด้าน เช่น ด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป ด้านการจัดทำบัญชี และด้านการเงิน (Phuworakij *et al.,* 2024) แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงถูกนำมาใช้เพื่อการแก้ไขปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยการสร้างนวัตกรรมทางสังคมจากการทำธุรกิจที่เน้นการสร้างความสมดุลของการบริหารและยึดหลักการจัดการผลประโยชน์เพื่อเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน (Alter, 2007) หนุนเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน

การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้น เมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2566 ณ ที่ทำการกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน พบว่า สภาพการผลิตของกลุ่มมีปัญหาการย้อมสีเส้นฝ้ายไม่ติดสี เนื่องด้วยกลุ่มขาดทักษะการเรียนรู้การย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ ส่งผลต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจึงเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ (Poboon, 2007) ด้วยวิธีการสำรวจข้อมูลทางทรัพยากรธรรมชาติ และนำมาเลือกสรรวัสดุธรรมชาติที่ใช้ในกระบวนการย้อมสี เพื่อช่วยลดรายจ่ายจากการสั่งซื้อเนื้อครามในการย้อมสีเส้นฝ้ายของกลุ่ม

จากปัญหาดังกล่าวจึงเป็นประเด็นสำคัญของการกำหนดวัตถุประสงค์การศึกษา เพื่อสำรวจทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมในการย้อมสีเส้นฝ้ายของกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน ร่วมกับการพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุจากธรรมชาติควบคู่กับการทอผ้ามัดหมี่ (Soodsung and Kaewsrithong, 2023) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน และเป็นส่วนสำคัญต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเสริมสร้างขีดความสามารถทางด้านการค้าให้แก่ผ้าทอมัดหมี่

อุปกรณ์และวิธีการ

การดำเนินการในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) พื้นที่เป้าหมาย คือ บ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ คณะกรรมการกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน จำนวน 15 ราย

ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้รู้ในชุมชน) จำนวน 3 ราย และผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เป้าหมาย (องค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร) จำนวน 2 ราย รวมผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสิ้น จำนวน 20 ราย ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสำรวจทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เป้าหมาย และค้นหาวัสดุธรรมชาติที่เหมาะสมต่อการย้อมสีเส้นฝ้าย เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชน จำแนกประเภทของวัสดุธรรมชาติที่สามารถย้อมสีเส้นฝ้ายได้ และพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติที่เหมาะสมของกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบินไปพร้อมกัน ซึ่งได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อร่วมคิดและร่วมตัดสินใจ

เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แนวทางสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview guide) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับความรู้ของการใช้พืชพรรณในชุมชนมาพัฒนาเป็นสีย้อมเส้นฝ้าย 2) แนวทางการสนทนากลุ่ม (focus group discussion guideline) เพื่อใช้เป็นแนวทางการสนทนากลุ่มสำหรับการตรวจทานข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และการศึกษากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติที่เหมาะสมของบ้านสนามบิน 3) แนวทางการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation guideline) เป็นแนวทางการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อสังเกตบรรยากาศของกิจกรรมทางสังคม โดยเริ่มจากการสังเกตบรรยากาศก่อนการดำเนินกิจกรรม ระหว่างการดำเนินกิจกรรม และหลังการดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ลักษณะของกิจกรรมที่ชุมชนดำเนินการ และความสัมพันธ์ของสมาชิกในการร่วมกิจกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation techniques) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในหลายกลุ่ม เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบรายวันจากการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง และทำการวิเคราะห์แยกแยะประเด็นของข้อมูลเพื่อจัดหมวดหมู่ พร้อมทั้งมีการตรวจสอบด้วยการใช้ประเด็นคำถามเดิม สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อตรวจสอบข้อสรุปผลการศึกษาที่พบและการตีความผลการศึกษา ตลอดจนการสนทนากลุ่มเพื่อตรวจทานข้อมูลให้มีความถูกต้อง (Phothisita, 2009) จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา นำเสนอข้อมูลและอภิปรายผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analytics) ประกอบกับการใช้ตารางอธิบายผลการศึกษา งานนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เลขที่ COA No. 009/2567, IEC No. HE66-115

ผลการศึกษา

ผลการศึกษา 1) ข้อมูลการสำรวจทรัพยากรธรรมชาติ บ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร 2) การคัดเลือกวัสดุธรรมชาติเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการย้อมสีธรรมชาติ และ 3) กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลการสำรวจทรัพยากรธรรมชาติ บ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร

บ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของ

จังหวัดสกลนคร มีระยะทางห่างจากตัวจังหวัดสกลนครประมาณ 34 กิโลเมตร อาณาเขตทิศเหนือติดกับจังหวัดนครพนม บริเวณบ้านแกล้ง บ้านคำกั้ง และบ้านแสนพัน ทิศตะวันออกติดกับบ้านงิ้วแสนพัน ทิศตะวันตกติดกับโรงน้ำตาลไทยเจริญ และทิศใต้ติดต่อกับบ้านโคกสะอาด แหล่งทรัพยากรป่าชุมชนบ้านสนามบิน มีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1) ป่าชุมชนบ้านสนามบิน จำนวน 500 ไร่ เป็นพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน จำนวน 2,000 ไร่ ครอบคลุมเขตพื้นที่ความรับผิดชอบใน 4 หมู่บ้าน ซึ่งแต่ละหมู่บ้านมีพื้นที่รับผิดชอบ จำนวน 500 ไร่ 2) ป่าชุมชนหนองค้า จำนวน 40 ไร่ เป็นป่าไม้ชุมชนที่อยู่ใกล้บริเวณหนองค้า ซึ่งเป็นสระน้ำสาธารณะตั้งอยู่ในเขตพื้นที่บ้านสนามบิน และ 3) ป่าชุมชนสำนักสงฆ์ดอนวิเวกธรรมรักษ์ (ดอนปู่ตา) จำนวน 9 ไร่ หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “ป่าช้า” เป็นที่ตั้งของสำนักสงฆ์ และใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีฌาปณกิจของชาวบ้านผู้ล่วงลับในชุมชนแห่งนี้

2. การคัดเลือกวัสดุธรรมชาติเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการย้อมสีธรรมชาติ

จากการสำรวจสภาพของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เป้าหมาย พบว่า ป่าชุมชนทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ ป่าชุมชนบ้านสนามบิน ป่าชุมชนหนองค้า และป่าชุมชนสำนักสงฆ์ดอนวิเวกธรรมรักษ์ (ดอนปู่ตา) สามารถใช้วัสดุธรรมชาติเพื่อย้อมสีเส้นฝ้ายได้ มีการตรวจทานข้อมูลผลการสำรวจแหล่งทรัพยากรธรรมชาติร่วมกับประธาน รองประธาน คณะกรรมการบริหารกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม ผู้นำชุมชน และผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 20 ราย โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม ณ ที่ทำการของกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน เพื่อทำการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ พืชพรรณที่นำมาย้อมสีเส้นฝ้าย สามารถจำแนกตามแหล่งที่พบวัสดุธรรมชาติ 3 ประเภท ได้แก่

2.1 วัสดุธรรมชาติภายในชุมชน หมายถึง ไม้ผล ไม้ดอก พืชยืนต้น สมุนไพร ที่ชาวบ้านเพาะปลูกไว้ในชุมชนเพื่อให้ผลผลิต สามารถนำมาบริโภคและใช้ในการรักษาโรคของชาวบ้าน นอกจากประโยชน์ดังกล่าวแล้ว ชาวบ้านยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นในการประยุกต์ใช้วัสดุธรรมชาติเหล่านี้สำหรับการย้อมสีเส้นฝ้าย ได้แก่ ขนุน คูน จามจุรี ดาวเรือง เพกา มะกรูด มะพร้าว มะม่วงแก้ว นอกจากนี้ “ดินแดง” ที่พบในชุมชนตามถนนลูกรังก็ถูกนำมาทดลองใช้เป็นสีย้อมเส้นฝ้ายได้เช่นกัน

2.2 วัสดุธรรมชาติที่พบในป่าชุมชน หมายถึง ไม้ยืนต้น ที่เป็นไม้พื้นถิ่นมักพบในบริเวณป่าชุมชนซึ่งเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ชาวบ้านนำมาใช้ประโยชน์ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย และใช้เป็นเชื้อเพลิงในการประกอบอาหาร การประยุกต์ใช้วัสดุธรรมชาติที่มาจากป่าชุมชนนำมาทดลองย้อมสีเส้นฝ้าย ได้แก่ กระโดน กระถิน ดอกดิน ตะแบก ติ้ว ทองกวาว นนทรี ประดู่ ฝาง มะเกลือ ยอป่า สมอไทย สะเดา สัก หว้า นอกจากนี้ยังได้สีย้อมจาก “ครั่ง” คือแมลงจำพวกเพลี้ยที่อาศัยและเกาะอยู่ตามกิ่งของต้นจามจุรี ซึ่งชาวบ้านนิยมเก็บครั่งมาใช้ในการทำสีย้อมเส้นฝ้าย

2.3 วัสดุที่พบบริเวณแหล่งน้ำชุมชน ได้แก่ โคลนดำ เป็นดินที่พบในหนองน้ำสาธารณะหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “หนองค้า” เป็นดินโคลนที่มีลักษณะสีดำเข้มกว่าบริเวณอื่น ทางกลุ่มจึงได้นำมาทดลองย้อมสีเส้นฝ้าย

อย่างไรก็ดี การย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาตินี้ เป็นการทดลองนำวัสดุที่สามารถหาได้ภายในชุมชนมาพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายตามขั้นตอน ได้แก่ 1) กระบวนการเตรียมเส้นฝ้ายก่อนการย้อมสี 2) กระบวนการเตรียมสีย้อมเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ 3) กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้าย

จากวัสดุธรรมชาติ 4) กระบวนการย้อมสารช่วยติดสี และ 5) เส้นฝ้ายย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ สามารถสรุปแหล่งที่พบวัสดุธรรมชาติที่นำมาใช้ในกระบวนการย้อมสีเส้นฝ้าย ดัง Table 1.

Table 1. Natural materials used in the cotton dyeing process

Natural material source	Plant species/other	The part used for dyeing cotton threads	Substances that help color	Colors that can be dyed
Community	Jackfruit	Heartwood	Alum	Yellow
	Cassia fistula L.	Bark of the tree	Copper sulfate	Dark brown
			Alum	Yellow-gold
	Samanea saman (Jacq.) Merr.	Bark of the tree	Alum	Light brown
	American marigold	Flower	Alum	Yellow-gold
	Oroxylum indicum (L.) Kurz.	Bark of the tree	Alum	Yellow
			Copper sulfate	Yellow-brown
	Citrus hystrix DC.	Leaves	Copper sulfate	Dark green
	Mango	Leaves	Copper sulfate	Dark green
		Leaves	Alum	Yellow-brown
		Bark of the tree	Tamarind	Brown-orange
		Bark of the tree	Copper sulfate	Brown-green
	Coconut	Bark of the Fruit	Black mud	Purplish gray
			Alum	Light pink brown
			Copper sulfate	Dark pink brown
			-	Ovaltine
	Red clay	Mud texture	-	Dark orange
Community forest	*Careya arborea* Roxb.	Bark of the tree	Alum	Brown
	Leucaena leucocephala (Lam.) de Wit	Trunk	Salt	Brown
	Aeginetia indica Roxb.	Flower and trunk	-	Purplish gray
	Lagerstroemia floribunda	Bark of the tree	Copper sulfate	Brown-green
	Jack	Bark of the tree	Alum	Brown-yellow
	Cratoxylum formosum (Jack) Dyer	Bark of the tree	Black mud	Purplish gray
	Butea monosperma (Lam.)	Bark of the tree	Copper sulfate	Ovaltine
	Taub.	Flower	Alum	Orange
	Peltophorum pterocarpum	Bark of the tree	Copper sulfate	Brown-yellow
	(DC.) Backer ex K. Heyne	Bark of the tree	Alum	Brown-orange
		Bark of the tree	Black mud	Brown-black

Natural material source	Plant species/other	The part used for dyeing cotton threads	Substances that help color	Colors that can be dyed
	Pterocarpus macrocarpus Kurz.	Bark of the tree	Alum	Brown-yellow
	Biancaea sappan (L.) Tod.	Heartwood	Alum	Reddish-orange
	Diospyros mollis Griff.	Fruit	Black mud	Black
	Morinda coreia Buch.-Ham.	Root	Alum	Orange
	Terminalia chebula Retz.	Leaves	Alum	Green-brown
		Fruit	Alum	Yellow-green
		Bark of the tree	Copper sulfate	Green
	Siamese neem tree	Bark of the tree	Copper sulfate	Reddish brown
	Tectona grandis L.f.	Young leaves	Tamarind	Reddish brown
	Syzygium cumini (L.) Skeels	Bark of the tree	Black mud	Grayish black
		Bark of the tree	-	Brown
	Tachardia lacca Kerr	Nest	Tamarind and alum	Purplish red
Public pond	Black mud	Mud texture	-	Gray, Black

3. กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติ

3.1 กระบวนการเตรียมเส้นฝ้ายก่อนการย้อมสี เป็นการทำความสะอาดเส้นฝ้ายก่อนการย้อมสีเป็นการกำจัดไขมัน สิ่งสกปรก รวมทั้งสารที่เคลือบติดเส้นฝ้ายออกไป โดยนำเส้นฝ้ายมาซักกับน้ำและผงซักฟอก จากนั้นจึงนำมาซักน้ำเพื่อล้างผงซักฟอกออกให้สะอาด หรือใช้วิธีเพิ่มด่างโดยละลายผงซักฟอก เติมโซดาไฟ และโซดาแอช ผสมกับน้ำ นำเอาฝ้ายดิบลงซักในน้ำเย็นและต้มโดยใช้ไฟอ่อน และล้างด้วยน้ำอุ่น ประมาณ 2-3 ครั้ง ก่อนล้างด้วยน้ำเย็น บิดหมาด กระตุกเส้นฝ้าย เพื่อให้เส้นฝ้ายเรียงตัว แล้วจึงนำไปตากให้แห้ง

3.2 กระบวนการเตรียมสีย้อมเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ เป็นการนำวัตถุดิบในธรรมชาติที่ได้จากพืช สัตว์ และแร่ธาตุต่าง ๆ มาทำการย้อมเพื่อเพิ่มสีสันแก่เส้นฝ้ายให้มีความสวยงาม ซึ่งมีเทคนิควิธีการย้อมสีธรรมชาติแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการย้อม ประกอบด้วย หม้อย้อม ไม้กวนผ้า ห่วงที่คล้องเส้นฝ้าย ถุงมือยาง กะละมังสำหรับล้างผ้า และเตาไฟ ทั้งนี้ วัสดุธรรมชาติที่ย้อมสีเส้นฝ้ายสามารถใช้ทุกส่วนของพืช ได้แก่ ใบ ดอก ผล ลำต้น เปลือก แก่นราก หัวหรือเหง้าในดิน เป็นต้น แต่ละส่วนของพืชจะให้สีสันที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับความอ่อนแก่ สด แห้ง ช่วงเวลา เดือน และฤดูกาลที่เก็บเกี่ยว 2) การกำหนดปริมาณของวัตถุดิบที่ต้องการสกัดสี พิจารณาจากส่วนที่ใช้ เช่น ใบไม้ จะใช้ใบไม้จำนวน 5 กิโลกรัม ต่อฝ้าย 1 กิโลกรัม หรือหากเป็นเปลือกไม้ จะใช้เปลือกไม้จำนวน 3 กิโลกรัม ต่อฝ้าย 1 กิโลกรัม 3) การเตรียมน้ำย้อม ด้วยการนำวัสดุดังกล่าวแช่น้ำและทิ้งไว้ค้างคืน จากนั้นจึงนำไปต้มให้เดือดประมาณ 2 ชั่วโมง เพื่อเป็นการสกัดสีให้ละลายออกมาให้มากที่สุด แล้วกรองด้วยผ้าขาวบางเป็นการเตรียมสีย้อมเพื่อใช้ในขั้นตอนต่อไป

3.3 กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ เริ่มต้นด้วยการนำน้ำย้อมที่ผ่านการกรองไปตั้งไฟปานกลางใส่สารช่วยย้อมสีอย่างใดอย่างหนึ่งที่ต้องการ (น้ำปูน น้ำด่าง น้ำมะขามเปียก และสารส้ม) จากนั้นใส่เส้นฝ้ายลงย้อมในน้ำสี นานประมาณ 1 ชั่วโมง พลิกเส้นฝ้ายให้ถูกน้ำย้อมเสมอกันทุก 10 นาที ต่อมานำเส้นฝ้ายใส่ถุงพลาสติกปิดให้แน่นหมักไว้ 1 คืนก่อน แล้วนำมาซักด้วยน้ำเปล่า บิดเส้นฝ้ายให้หมาด กระตุกให้ตึง 2-3 ครั้ง ผึ่งในที่ร่มจนแห้ง การใช้สารช่วยย้อมสีหลังการย้อมจะทำให้เกิดเฉดสีใหม่ได้สีสันที่เข้มและมีความคงทนมากขึ้น หรือใช้การเปลี่ยนเป็นสีอื่นย้อมทับกัน ก็จะได้สีใหม่ที่แปลกตา ซึ่งการย้อมสีธรรมชาติให้สวยงามในแต่ละสีนั้น ต้องทดลองย้อมหลายครั้งและผู้ย้อมต้องเป็นคนช่างสังเกต ทำการจดบันทึกข้อมูล และเก็บตัวอย่างการย้อมไว้ทุกครั้ง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในครั้งต่อไป นอกจากนี้ การย้อมสีกับโคลนหรือดินด้วยวิธีการหมักโคลน จะใช้โคลนหรือดินที่ผสมน้ำนำมากวนและกรองเอาสิ่งแปลกปลอมออก ให้เหลือไว้เพียงแต่ดินโคลนเหลว จากนั้นนำเส้นฝ้ายลงไปย้อมในน้ำโคลน ทิ้งไว้จนได้สีที่ต้องการแล้วล้างน้ำให้สะอาด บิดให้หมาด กระตุกเส้นฝ้ายให้เรียงเส้น ผึ่งให้แห้ง เส้นฝ้ายที่ได้จะมีสีเทาดำ หรือมีสีตามลักษณะของดินที่เก็บมาใช้ในการย้อม

3.4 กระบวนการย้อมสารช่วยติดสี เป็นการใช้สารช่วยย้อมทำให้เส้นด้ายดูดซับสีได้ดี มี 3 วิธี ได้แก่ 1) การใช้สารช่วยย้อมก่อนการย้อม ทำได้โดยการนำเส้นด้ายที่ผ่านการทำความสะอาด แล้วไปชุบหรือต้มกับสารช่วยย้อมก่อนนำไปย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งสารช่วยย้อมดังกล่าวได้มาจากพืชที่ให้รสฝาดและขม เช่น ใบฝรั่ง ใบยูคาลิปตัส เปลือกสีเสียด เปลือกผลทับทิม เปลือกประดู่ ใบเหมือดแอ่ นำมาต้มสกัดเอาน้ำที่มีรสฝาด แล้วนำเส้นฝ้ายลงไปต้มย้อมกับน้ำฝาดก่อน จากนั้นจึงนำเส้นฝ้ายไปย้อมกับสีย้อมอีกครั้ง หรือใช้เกลือแกงผสมกับน้ำสีย้อมเพื่อช่วยกระตุ้นให้สีติดเส้นฝ้ายได้ง่ายขึ้น วิธีนี้มักใช้ในการย้อมสีจากครั่ง 2) การใช้สารช่วยย้อมพร้อมกับการย้อมสี วิธีนี้เป็นการใส่สารช่วยย้อมลงไปในน้ำสีจะทำให้เกิดสีขึ้นแล้วจึงนำเส้นฝ้ายลงไปย้อม และ 3) การใช้สารช่วยย้อมหลังการย้อมสี เป็นการนำเส้นฝ้ายลงไปย้อมสีก่อนแล้วนำไปชุบด้วยสารช่วยย้อมภายหลัง เช่น สารส้ม น้ำปูนใส น้ำด่างหรือน้ำขี้เถ้า น้ำบาดาลหรือน้ำสนิมเหล็ก เป็นต้น วิธีการย้อมนี้จะช่วยทำให้เส้นฝ้ายมีเฉดสีใหม่

3.5 เส้นฝ้ายย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ พบว่า วัสดุธรรมชาติที่เหมาะสมในการย้อมสีเส้นฝ้ายของชุมชน แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) วัสดุธรรมชาติที่พบภายในชุมชน มีพันธุ์ไม้ 8 ชนิด ได้แก่ ขนุน คูน จามจุรี ดาวเรือง เพกา มะกรูด มะม่วงแก้ว มะพร้าว และรงควัตถุ 1 ชนิด ได้แก่ ดินแดง 2) วัสดุธรรมชาติที่พบในป่าชุมชน มีพันธุ์ไม้ 15 ชนิด ได้แก่ กระโดน กระถิน ดอกดิน ตะแบก ติ้ว ทองกวาว นนทรี ประดู่ ฝาง มะเกลือ ยอป่า สมอไทย สะเดา สัก หว้า รงควัตถุ 1 ชนิด ได้แก่ ครั่ง และ 3) วัสดุธรรมชาติที่พบในหนองน้ำสาธารณะ เป็นรงควัตถุ 1 ชนิด ได้แก่ โคลนดำ

ทั้งนี้ เส้นฝ้ายที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติดังกล่าวสามารถให้สีที่แตกต่างกัน ได้แก่ เส้นฝ้ายที่ย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติที่พบภายในชุมชนจะให้เฉดสีน้ำตาลเป็นส่วนมาก รองลงมาจะเป็นเฉดสีเขียว สีเหลือง สีปูนเรียงตามลำดับ สำหรับเฉดสีที่ได้จากวัสดุธรรมชาติที่พบในป่าชุมชน ส่วนมากจะได้เฉดสีน้ำตาล สีเขียว และดำ เรียงตามลำดับ และเฉดสีที่ได้จากหนองน้ำสาธารณะจะได้เฉดสีเทาดำ

วิจารณ์

การพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน เป็นอีกหนึ่งความท้าทายในการแก้ไขปัญหา

กระบวนการผลิตผ้าทอมัดหมี่ด้วย “แนวทางการจัดการกลุ่มตามแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม” เริ่มจากการค้นหาปัญหา สร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือระดับชุมชนและระดับท้องถิ่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลอุ่มจาน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกุสุมาลย์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ร่วมกันพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านสนามบิน ตลอดจนส่งเสริมการแบ่งปันการเรียนรู้ สอดคล้องกับงานของ Jantarakast (2020) และ Seekhaw *et al.* (2022) เพื่อทราบถึงสภาพปัญหาของการจัดการกลุ่มและออกแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมสามารถนำไปแก้ไขปัญหาในการพัฒนากระบวนการผลิตผ้ามัดหมี่ของกลุ่มได้ และเป็นการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสร้างการยอมรับจากผู้บริโภค และมีส่วนร่วมกับงานของ Soodsung and Kaewsrithong (2023) พบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มประสบผลสำเร็จในการพัฒนาการจัดการกลุ่มทอผ้าคือ “การจัดการทุนชุมชนอย่างสร้างสรรค์” ข้อค้นพบจากงานวิจัยได้สะท้อนให้เห็นมิติของ “การจัดการทุนชุมชน” ที่ใช้ในกระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติของกลุ่ม ตั้งแต่ขั้นตอนการสำรวจทุนทางชีวภาพสามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อการย้อมสีเส้นฝ้ายได้ ตลอดจนกระบวนการดังกล่าวยังแสดงให้เห็นถึงการใช้ทุนทางวัฒนธรรม ตรงตามแนวคิดของ Bourdieu (1986) คณะกรรมการกลุ่มได้ใช้ “ทุนทางสังคม” เพื่อสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนากระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติโดยใช้ความสัมพันธ์รูปแบบเครือญาติพี่น้อง ร่วมกับการใช้ “ทุนทางวัฒนธรรม” ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ได้รับการสะสม ถ่ายทอด และการผลิตซ้ำทางสังคมเพื่อสืบทอดองค์ความรู้ ประยุกต์เข้ากับความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการฝึกปฏิบัติการใช้สารช่วยติดสีในการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nimnual (2020) และ Poompruk and Anusonphat (2020) ได้กล่าวว่า “ทุนชุมชน” ถูกนำมาใช้ในการสนองตอบต่อความต้องการของคนในชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติเป็นการผนวกทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างชาญฉลาด

ทั้งนี้ ข้อค้นพบจากกระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายด้วยวัสดุธรรมชาติ ส่วนมากพบว่าคุณสมบัติของสีธรรมชาติที่นำมาใช้ในการย้อมนั้นจะให้สีที่มีความนุ่มนวล เป็นมิตรต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม แต่สีอาจไม่สดใสเท่าสีสังเคราะห์ และมีความคงทนต่อแสงและน้ำน้อยกว่า ในขณะที่การย้อมด้วยสีสังเคราะห์ให้สีที่สดใส คงทนกว่า แต่มีความเสี่ยงด้านสารเคมีที่เป็นพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า สอดคล้องกับงานของ Yosyingyong (2014) ซึ่งอธิบายว่าสีจากธรรมชาติเป็นมิตรต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากกว่า เนื่องจากไม่มีสารเคมีที่เป็นอันตราย และบางชนิดอาจมีคุณสมบัติเป็นสมุนไพรที่เป็นผลดีต่อสุขภาพเมื่อนำเปรียบเทียบกับการย้อมด้วยสีสังเคราะห์หรือสารเคมี

สรุป

การสำรวจทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ในการย้อมสีเส้นฝ้ายของบ้านสนามบิน ตำบลอุ่มจาน อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ วัสดุธรรมชาติภายในชุมชน วัสดุธรรมชาติที่พบในป่าชุมชน และวัสดุที่พบบริเวณแหล่งน้ำชุมชน กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) กระบวนการเตรียมเส้นฝ้ายก่อนการย้อมสี 2) กระบวนการเตรียมสีย้อมเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ 3) กระบวนการย้อมสีเส้นฝ้ายจากวัสดุธรรมชาติ 4) กระบวนการย้อมสารช่วยติดสี และ

5) เส้นฝ้ายย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ ทั้งนี้ ยังประโยชน์ต่อการลดรายจ่ายในกระบวนการผลิตด้วยการย้อมสีเส้นฝ้ายจากการใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น สร้างความโดดเด่น และสร้างอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยพื้นฐานสำหรับบุคลากรวิจัย สถาบัน และสนับสนุนการวิจัย จากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

เอกสารอ้างอิง

Alter, K. 2007. Social Enterprise Typology. Virtue Ventures LLC, Washington, DC. 124p.

Bourdieu, P. 1986. The forms of capital. pp. 241-258. *In*: J. Richardson, (ed.). Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Greenwood, Westport, CT.

Department of Foreign Trade. 2025. World craft city for natural indigo. (Online). Available: https://www.dft.go.th/th-th/NewsList/News-DFT/Description-News-DFT/ArticleId/10681/ (August 9, 2025). (in Thai)

Jantarakast, P. 2020. A study of the community potential in the management of Thailand homestay standards in Sa Kaew province. Journal of Management Science Review 22(1): 105-112. (in Thai)

Nimnual, C. 2020. Factors affecting OTOP buying behavior: A case study of the OTOP products of Ayutthaya province. Journal of Management Science Review 22(1): 27-34. (in Thai)

Phothisita, C. 2009. Science and Art of Qualitative Research. (4th ed.). Bangkok: Amarin. Printing and Publishing. (in Thai)

Phuworakij, P., S. Duanguppama and K. Donsophon. 2024. Management products under the local wisdom of community enterprises groups, Mueang Kalasin district, Kalasin province. Journal of Community Development and Life Quality 12(2): 117-127. (in Thai)

Poboon, C. 2007. Community participation in natural resource and environmental management. Journal of Environmental and Sustainable Management 3(1): 141-174. (in Thai)

Poompruk, C. and N. Anusonphat. 2020. The potential and strength of community enterprises in Ayutthaya province. Journal of Management Science Review 22(1): 133-144. (in Thai)

Sakon Nakhon Provincial Statistical Office. 2017. Economic analysis report Sakon Nakhon provincial industry 2017. (Online). Available: http://sakonnk.nso.go.th/.industry (October 26, 2024). (in Thai)

Seekhaw, P., Nearmayhom, N., Promla, N., Sukonpakdee, N., Wichian, K., Yoopech, S. and A. Jutiviboonsuk.

2022. Study of color hues and fastness of natural dyes from the leaves of Bouae Burmanica Griff. on silk and cotton. PSRU Journal of Science and Technology 7(2): 89-10. (in Thai)

Soodsung, I. and J. Kaewsrithong. 2023. Design and Mudmee silk's motifs development at Ban Lan Phai, Kamphaeng Phet province. Journal of Roi Kaensarn Academi 8(10): 215-228. (in Thai)

Yosyingyong, N. 2014. Improvement of color fastness and shades cotton fabric dyed with natural dye. Bangkok: Rajamangala University of Technology Krungthep. (in Thai)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดออนไลน์แบบมีส่วนร่วมกับชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น

Product Development and Online Marketing with Community Participation to Enhance the Value of Local Resources

ดาวรถา วีระพันธ์[*] จุรีมาศ ดีอำมาตย์ ฐิติมา เกษาหอมและ ดวงเดือน วัฏฏานุรักษ์

Daorathar Weerapan[*], Jureemart Deeammart, Thitima Kesahorm and Duangduan Wattanuruk[4]

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จ.ปทุมธานี 13180

Faculty of Science and Technology, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani 13180, Thailand

[*]corresponding author : E-mail : Daorathar@vru.ac.th

(Received: February 5, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 19, 2025)

Abstract: This study aims to: (1) examine the socio-economic context and development needs of Ban Ko Subdistrict, Bang Sai District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province; (2) develop prototype products utilizing local resources that reflect the community's unique identity and promote online marketing through community participation; and (3) transfer research-based knowledge back to the community. The sample group consisted of 30 voluntary participants who were interviewed in-depth, from the Ban Ko Housewives Group, the Ban Ko Phatthana Community Enterprise, and other local stakeholders. Descriptive statistics, including mean and standard deviation, and analysis of variance (ANOVA) were applied. The findings revealed that: (1) the key challenges identified included the lack of strategies to enhance the value of local raw materials and insufficient skills in online marketing. Therefore, the community seeks to develop new products that emphasize using local raw materials and reflect the uniqueness of the community, as well as to improve knowledge in online marketing development. (2) The prototype product "Rice Milk Mochi with Toasted Rice Filling", was developed using rice as its main ingredient and showcases the uniqueness of the community.(3) After knowledge transfer sessions on product development and online marketing, the participants demonstrated a high level of understanding and improved their competencies in the relevant subject areas.

Keywords: Participation processes, local resources, community's identity, online marketing

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพบริบท และความต้องการของชุมชนตำบลบ้านเกาะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากทรัพยากรท้องถิ่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและการตลาดออนไลน์แบบมีส่วนร่วมกับชุมชน และ 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะ วิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะพัฒนา และบุคคลในชุมชนที่มีความสมัครใจ จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า 1) ชุมชนประสบปัญหาการขาดแนวทางจัดการวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า และทักษะด้านการตลาดออนไลน์ จึงมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เน้นใช้วัตถุดิบในพื้นที่และแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน รวมถึงเสริมความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ 2) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู โดยใช้ข้าวซึ่งเป็นทรัพยากรท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบหลักแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และ 3) ผลการถ่ายทอดความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชน พบว่า การถ่ายทอดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการทำตลาดออนไลน์แก่ชุมชนส่งผลให้มีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดออนไลน์ การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น อัตลักษณ์ชุมชน

คำนำ

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิด Hemnil and Nukaew (2022) กล่าวว่า ทรัพยากรท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญต่อความยั่งยืนของชุมชน ประกอบกับการศึกษาของ Masae (2015) สรุปให้เห็นว่าการดำรงชีพของคนในชุมชนชนบทไทยด้านเกษตร สัมพันธ์ใกล้ชิดกับทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์และแปรรูปทรัพยากรช่วยเพิ่มความมั่นคงและสร้างรายได้อย่างยั่งยืน และตามที่ Suvannin (2020) สรุปว่า การสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพราะจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ตรงกับแนวคิดของ Chaichana (2025) สรุปไว้ว่า การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้ในตลาด และงานของ Phuworakij *et al*. (2024) ชี้ให้เห็นว่าการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้เสริมสร้างมูลค่าและโอกาสในตลาดช่วยเพิ่มมูลค่าทำให้เกิดความภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สอดคล้องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) เน้นสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากด้วยเครือข่ายชุมชน ยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022)

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี สนับสนุนโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบล เพื่อต่อยอดศักยภาพและคุณภาพชีวิตชุมชน ตำบลบ้านเกาะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่ผลิตข้าวเป็นหลัก แต่เผชิญปัญหาราคาตกต่ำและตลาดจำกัด ชุมชนจึงมีความต้องการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างตลาดรองรับอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจพบว่าชุมชนมีแหล่งข้าวคุณภาพดีและความรู้ด้านการแปรรูปเบื้องต้น แม้มีผลิตภัณฑ์เดิม เช่น ข้าวเกรียบ ชุมชนต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างความหลากหลายและตอบสนองผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ดังนั้นแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู จึงเกิดขึ้นเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยใช้น้ำนมข้าวเป็นวัตถุดิบหลัก สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีรสชาติ กลิ่น สี และเนื้อสัมผัสโดดเด่น พร้อมบรรจุภัณฑ์ทันสมัยและฉลากโภชนาการ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook Page, LINE OA, Marketplace และเว็บไซต์ชุมชน จะช่วยขยายช่องทางจำหน่ายและเข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถสะท้อนภูมิปัญญาและวัตถุดิบท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก สนับสนุนการดำรงชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียง และส่งเสริมความเข้มแข็งและความยั่งยืนของชุมชน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพบริบท และความต้องการของชุมชนตำบลบ้านเกาะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากทรัพยากรท้องถิ่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและการตลาดออนไลน์ออนไลน์แบบมีส่วนร่วมกับชุมชน และเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชน

อุปกรณ์และวิธีการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรได้แก่คนในชุมชนตำบลบ้านเกาะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะ วิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะพัฒนา และคนในชุมชนตำบลบ้านเกาะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีความสมัครใจเข้าร่วมโครงการการจำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกำหนดรูปแบบของข้อคำถามแบบสัมภาษณ์เป็นคำถามลักษณะแบบปลายเปิด (Sittisomboon, 2020) กำหนดประเด็นสภาพบริบทของชุมชนบริบทพื้นที่ ทางสังคม และเศรษฐกิจ สภาพปัญหาการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น และความต้องการของชุมชน ผลการตรวจสอบวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัยเชิงคุณภาพหรือการสร้างเครื่องมือวิจัย ด้านการพัฒนาชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.66 – 1.00 และ 2) แบบประเมินความรู้/การนำไปใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยสร้างแบบประเมินจำนวนทั้งหมด 15 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert's scale) ผลการพิจารณาตรวจสอบวิเคราะห์หาค่าความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม (IOC) (Koonkaew, 2017) ระหว่าง 0.66 – 1.00 เลือกไว้ จำนวน 12 ข้อ สามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยกระบวนการมีส่วนร่วม เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้วิจัยกับชุมชน การวิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะ โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ลงพื้นที่สำรวจบริบทชุมชน สำรวจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน ประสานและขอความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในชุมชน อบต.ไผ่พระ พัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลบางไทร รวมถึงผู้นำชุมชนของตำบลบ้านเกาะ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะ วิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะพัฒนา และตัวแทนชุมชน ดำเนินการประชุมชี้แจงแจ้งวัตถุประสงค์ในการลงพื้นที่ สร้างความเข้าใจการดำเนินโครงการ ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์และจัดทำสนทนากลุ่ม รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากการสนทนาโดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดได้แสดงความคิดเห็นและซักถามได้อย่างอิสระอย่างเป็นกันเอง เปิดโอกาสให้ได้ถ่ายทอดความคิดได้อย่างเต็มที่ครบถ้วน นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลมาตรวจสอบแบบสามเส้า (methodological triangulation) พิจารณาจากข้อมูลที่ได้จากการรวบรวม ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกตจากการซักถามการสนทนากลุ่ม และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากเอกสารของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยแบ่งเป็น 3 ประเด็นคือ ประเด็นที่ 1 สภาพบริบทพื้นที่ สภาพทางสังคม สภาพเศรษฐกิจ ประเด็นที่ 2 สภาพปัญหาการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ประเด็นที่ 3 ความต้องการของชุมชน ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบในชุมชน และการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย (Figure 1)



Figure 1. Conduct a field survey to gather information

ระยะที่ 2 พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลบ้านเกาะมีการปลูกข้าวเป็นจำนวนมาก โดยถือเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับกระบวนการวิจัยอย่างเป็นระบบ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ “ขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู” ที่มีการผสมผสานวัตถุดิบจากข้าวทั้งในส่วนของตัวแป้ง ไส้ และน้ำนมข้าว ผลิตภัณฑ์นี้จึงไม่เพียงแต่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น แต่ยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร สร้างรายได้ใหม่ และต่อยอดไปสู่การพัฒนาเป็นสินค้าชุมชนที่มีศักยภาพ โดยมีขั้นตอนกระบวนการพัฒนาขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมแป้งโมจิและไส้ข้าวตูการเตรียมส่วนผสมของแป้งโมจิ ประกอบด้วยแป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวโพด น้ำตาลทราย และน้ำคั้นใบเตย โดยมีสัดส่วนตามลำดับ คือ ร้อยละ 12, 0.85, 2.82 และ 35.29 ส่วนผสมของไส้ข้าวตู ได้แก่ ข้าวสุกตากแห้ง และข้าวสุกไรซ์เบอรี่ตากแห้ง (คั่วจนเหลืองและบดละเอียด) น้ำตาลปี๊บ มะพร้าวขูดขาว หัวกะทิ และหัวกะทิอบควันเทียน โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 5.29, 1.41, 14.11, 10.59, 10.59 และ 7.06 ตามลำดับ การเตรียมแป้งโมจิ เริ่มจากการทำแป้งนวล โดยนำแป้งมันสำปะหลังคั่วในกระทะจนมีสีเหลืองนวล จากนั้นพักไว้ให้เย็น เพื่อใช้ในระหว่างการปั้นขนมป้องกันไม่ให้ติดมือ จากนั้นผสมแป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวโพด และน้ำตาลทรายเข้าด้วยกัน แล้วค่อย ๆ เติมน้ำคั้นใบเตยทีละน้อย พร้อมกับนวดส่วนผสมให้เข้ากันจนแป้งไม่จับตัวเป็นก้อน และมีลักษณะเหลวเนียน พักแป้งไว้ประมาณ 10 นาที จากนั้นเทแป้งลงในกระทะ เปิดไฟอ่อน คนจนแป้งสุกและร่อนออกจากกระทะ แล้วพักไว้ให้พออุ่น จากนั้นแบ่งแป้งเป็นก้อนละ 20 กรัม แผ่แป้งออกและห่อด้วยไส้ข้าวตู โรยแป้งนวลเพื่อป้องกันไม่ให้ขนมติดกัน แล้วจัดใส่ภาชนะที่ปิดสนิท สำหรับการทำไส้ข้าวตู เริ่มจากใส่น้ำตาลปี๊บและหัวกะทิลงในกระทะทอง ตั้งไฟกลาง เคี่ยวจนกระทั่งน้ำตาลละลาย แล้วใส่มะพร้าวขูดขาวผสมให้เข้ากัน จากนั้นกวนต่อจนส่วนผสมเริ่มข้นและมีความเงาใส เมื่อส่วนผสมเหนียวแต่ไม่แห้งเกินไป จึงใส่ข้าวตากแห้งที่

เตรียมไว้ลงผสมให้เข้ากันอีกครั้ง พักไว้ให้พออุ่น แล้วแบ่งไส้ที่กวนเสร็จแล้วเป็นก้อนละ 20 กรัม ก่อนนำไปห่อด้วยแป้งที่เตรียมไว้ จากนั้นจัดใส่ภาชนะที่มีฝาปิดสนิทเพื่อเก็บรักษา

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมน้ำนมข้าว ศึกษาปริมาณน้ำนมข้าวในโมจิที่เหมาะสม โดยการเตรียมน้ำนมข้าว นำข้าวหอมมะลิหุงสุกตากแห้งบดผง ชงผสมกับน้ำร้อนอัตราส่วน 1:2 ส่วน นำไปผสมกับน้ำแป้งโมจิปรับอัตราส่วน 4 ระดับ คือ ร้อยละ 0, 10, 15 และ 20 ตามลำดับ คิดจากน้ำหนัก 1,000 กรัม จากนั้นนำไปไปทดสอบทางประสาทสัมผัสให้ผู้ชิมจำนวน 30 คน ทำการทดสอบ 2 ซ้ำ ประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสในด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และความชอบโดยรวม ด้วยวิธีการชิมแบบให้คะแนนความชอบ 9 ระดับ (9 - Point Hedonic Scale) วางแผนการทดลองแบบสุ่มในบล็อกสมบูรณ์ (randomized complete block design, RCBD) นำค่าเฉลี่ยที่ได้มาวิเคราะห์ความแปรปรวน analysis of variances (ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Duncan's new multiple range test (DMRT) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95

ระยะที่ 3 ถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชนสู่ชุมชน ผู้วิจัยได้ดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชน โดยประสานงานกับผู้นำชุมชนเพื่อกำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดเตรียมเอกสารประกอบการอบรม รวมถึงวัสดุและอุปกรณ์ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน โดยการถ่ายทอดความรู้แบ่งออกเป็น 2 เรื่อง และดำเนินการในช่วงเวลาเช้าและบ่าย ดังนี้

ภาคเช้า (เวลา 09.00–12.00 น.) ดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในหัวข้อ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู" โดยชี้แจงรายละเอียดเบื้องต้นเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาของผลิตภัณฑ์ รวมถึงขั้นตอนการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และส่วนผสมต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต จากนั้นผู้วิจัยได้สาธิตกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นลำดับ พร้อมถ่ายทอดเทคนิคที่สำคัญในแต่ละขั้นตอน และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ฝึกปฏิบัติตามกระบวนการผลิตจริงทีละขั้นตอน

ภาคบ่าย (เวลา 13.00–16.30 น) ดำเนินการอบรมในหัวข้อ "การสร้างตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Facebook)" ซึ่งเป็นช่องทางที่ชุมชนมีความคุ้นเคยและให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงหลักการสำคัญในการสร้างเพจบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก รวมถึงแนวทางในการบริหารจัดการ การจัดทำเนื้อหา การแก้ไขปรับปรุง รวมไปถึงเทคนิคการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ ผู้เข้าร่วมอบรมได้ฝึกปฏิบัติจริงผ่านสมาร์ทโฟนของตนเองภายใต้คำแนะนำของผู้วิจัยจนครบกระบวนการสร้างและบริหารจัดการเพจ

ภายหลังการฝึกปฏิบัติ ได้มีการคัดเลือกตัวแทนกลุ่มชุมชนตำบลบ้านเกาะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดตั้งเพจชุมชนอย่างเป็นทางการ เพื่อใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนในระยะยาว ภาพการถ่ายทอดองค์ความรู้และภาพผลิตภัณฑ์ขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู (Figure 2 และ 3)



Figure 2. Disseminate research knowledge to the community



Figure 3. Mochi rice milk with Khao-Tu filling

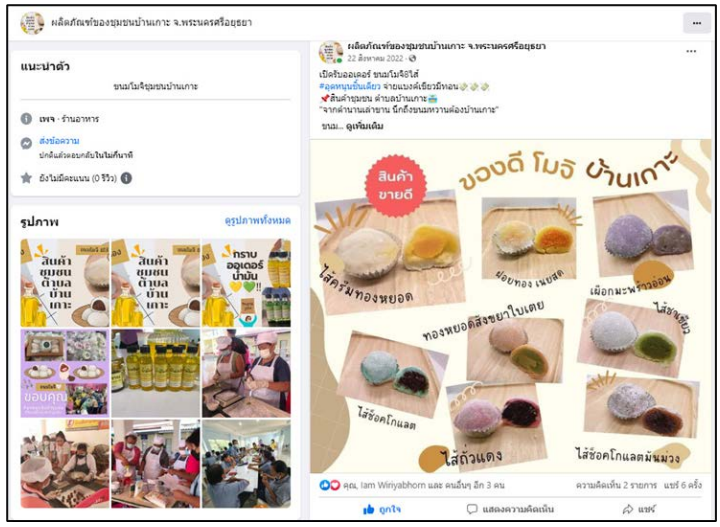


Figure 4. Ban Ko community products Facebook page

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) วิเคราะห์ความแปรปรวน analysis of variances (ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี Duncan's new multiple range test (DMRT) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

1) ผลการศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและความต้องการชุมชนตำบลบ้านเกาะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าสภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำนาเหมาะแก่การเพาะปลูก สภาพทางสังคมอยู่รวมกันเป็นชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณีเดียวกัน และสภาพเศรษฐกิจประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลักโดยการปลูกข้าวเป็นส่วนใหญ่ มีการรวมตัวจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเกาะ วิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะพัฒนา ด้านสภาพปัญหา พบว่า ชุมชนยังขาดความรู้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า ปัญหาด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์และฉลาก การจัดหาตลาดยังมีปัญหาคือไม่มีตลาดรองรับต่อเนื่อง การจำหน่ายต้องรอการสั่งซื้อจากลูกค้าและขายตามตลาดนัดเท่านั้น ชุมชนต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เน้นใช้วัตถุดิบในชุมชนรวมถึงแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และต้องการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อขยายการขายให้มากขึ้น

2) ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากทรัพยากรท้องถิ่นที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและการตลาดออนไลน์แบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านการพัฒนาขนมโมจิน้ำนมไส้ข้าวตู พบว่า ในการทดลองปรับอัตราส่วนน้ำนมข้าวในแป้งโมจิทั้ง 4 ระดับ พบว่าลักษณะปรากฏ (ความเนียนของแป้ง) และรสชาติโมจิน้ำนมข้าวในทุกระดับ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยทั้งสองปัจจัยมีปริมาณน้ำนมข้าวที่ร้อยละ 10 มีให้ผลคะแนนเฉลี่ยสูงสุด และอยู่ในระดับความชอบปานกลาง ส่วนปริมาณน้ำนมข้าวที่แตกต่างกัน มีผลต่อด้านสี กลิ่น เนื้อสัมผัส และความชอบโดยรวม โดยเฉพาะเมื่อปริมาณน้ำนมข้าวเพิ่มขึ้น พบว่าผู้บริโภคให้คะแนนความชอบด้านสีและกลิ่นสูงขึ้น เนื่องจากน้ำนมข้าวมีสีขาวนวลและกลิ่นหอมอ่อนตามธรรมชาติ อย่างไรก็ตามปริมาณที่เพิ่มขึ้นของน้ำนมข้าว กลับทำให้คะแนนด้านเนื้อสัมผัสลดลง เนื่องจากคุณลักษณะของข้าวเจ้าหอมมะลิที่มีลักษณะเนื้อแน่นและคงตัว ส่งผลต่อความนุ่มของแป้งโมจิ

จากการวิเคราะห์ทางประสาทสัมผัสโดยรวม ชี้ให้เห็นว่า ปริมาณน้ำนมข้าวร้อยละ 10 เป็นสัดส่วนที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการพัฒนาแป้งโมจิในผลิตภัณฑ์ต้นแบบขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู เพื่อให้ได้ทั้งสี กลิ่น รส และสัมผัสที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคดังแสดงผลวิเคราะห์การทดสอบการวิเคราะห์ทางประสาทสัมผัสของขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู (Table 1)

Table 1. Sensory analysis of Mochi rice milk with Khao-Tu filling

Attributes	Percentage of rice milk in Mochi (%)			
	0	5	10	15
Appearance ^{ns}	7.30±1.18	7.17±1.27	7.28±1.23	7.15±1.21
Color	6.10±1.15^{c}	6.33±1.05^{b}	7.49 0.91^{ab}	7.58±0.99^{a}
Odor	6.87±1.13^{c}	7.10±1.15^{bc}	7.40±0.97^{ab}	7.51±1.08^{a}
Taste ^{ns}	7.24±1.03	7.51±1.24	7.56±1.10	7.33±1.37
Texture	7.71±1.14^{b}	7.58±0.96^{a}	7.60±0.87^{a}	7.20±0.86^{b}
Overall acceptance	6.92±1.01^{b}	7.58±0.99^{a}	7.85±0.93^{a}	7.13±0.87^{b}

Remarks: $^{a-c}$ The mean of data in the same horizontal with different letters is significantly different at the 95% confidence level

^{ns} The mean of data in the same horizontal with identical letters do not differ significantly at the 95% confidence level

และผลการพัฒนาการตลาดออนไลน์แบบมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่น พบว่า ชุมชนให้ความสนใจและมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน โดยผู้เข้าร่วมสามารถเรียนรู้และฝึกปฏิบัติการสร้างเพจ การจัดการเนื้อหา การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และเทคนิคการถ่ายภาพได้อย่างครบถ้วน ภายใต้คำแนะนำของผู้วิจัย ส่งผลให้เกิดทักษะด้านการตลาดดิจิทัลในระดับเบื้องต้นแก่สมาชิกชุมชน อีกทั้งยังมีการคัดเลือกตัวแทนกลุ่มชุมชนเพื่อบริหารจัดการเพจอย่างเป็นระบบ ซึ่งนับเป็นการวางรากฐานสำคัญในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และขยายช่องทางการจำหน่ายอย่างยั่งยืนในระยะยาว

3) ผลการถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชนจากผลการประเมินความรู้และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้เข้าร่วมโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู และการสร้างตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า หลังจากได้รับการอบรมผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน 3 อันดับแรก พบว่า มีความเข้าใจขั้นตอนการทำขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตูอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 สามารถอธิบายส่วนผสมอัตราส่วนขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตูอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.70 และผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจในการทำขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตูอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.63 ดังแสดงผล (Table 2)

Table 2. Knowledge assessment/Practical application

No.	Items	$\overline{X}$	S.D.	Level
1.	How much knowledge and understanding do you have about making “Mochi rice milk with Khao-Tu filling”?	4.63	0.49	Very good
2.	How well can you explain the ingredients and their proportions for making “Mochi rice milk with Khao-Tu filling”?	4.70	0.47	Very good
3.	How well can you describe the steps in making “Mochi rice milk with Khao-Tu filling”?	4.80	0.41	Very good
4.	How much knowledge and understanding have you gained regarding market creation through online platforms (Facebook)?	4.30	0.47	Good
5.	How well do you understand and use a Facebook page to sell community products?	4.40	0.50	Good
6.	How much do you understand the benefits of marketing through online platforms?	4.30	0.47	Good
7.	Can you apply the knowledge gained to improve and modernize the existing product?	4.33	0.48	Good
8.	Can you share the knowledge with your family and community?	4.57	0.51	Very good
9.	Can you use the knowledge to expand the marketing channels for selling products through online platforms?	4.40	0.50	Good
10.	Can you use the knowledge you gained to generate additional income for your family through a side business?	4.33	0.48	Good
11.	Can you apply the knowledge gained to diversify the product format to meet customer demand?	4.43	0.50	Good
11.	Can you apply the knowledge gained to diversify the product format to meet customer demand?	4.43	0.50	Good
Overall evaluation results		4.48	0.48	Good

วิจารณ์

1. บริบทชุมชนตำบลบ้านเกาะ พบประเด็นปัญหาที่สำคัญ ดังนี้ ชุมชนยังขาดความรู้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า ปัญหาด้านรูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์และฉลาก ปัญหาไม่มีตลาดรองรับการจำหน่ายต้องรอการสั่งซื้อจากลูกค้า ดังนั้นจึงต้องนำวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในราคาที่สามารถเข้าถึงได้ ตลอดจนพัฒนาช่องทางการขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ พบว่า Kultirawong *et al*. (2023) ผู้ประกอบการควรมีแพลตฟอร์มและช่องทางโซเชียล เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน และการทำการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในยุคดิจิทัล ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ถูกผลิตขึ้นโดยชุมชนท้องถิ่น ช่วยให้สามารถเข้าถึงตลาดกว้างขึ้นการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้ประกอบการสามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์และขายสินค้า นอกจากนี้การทำการตลาดออนไลน์ยังช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นและยังมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Sridan *et al*. (2023) ได้วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคของการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างราย ได้แก่ ชุมชน สรุปว่าการตลาด รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความต้องการซื้อของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีการจัดทำฉลากสินค้า ไม่มีฉลากที่ระบุส่วนผสม สรรพคุณและวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ Srilar (2024) ได้ศึกษางานวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชนตำบลน้ำคำ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้มีความหลากหลายเน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชนและมีส่วนผสมของปลาแม่น้ำมูลมีความเป็นเอกลักษณ์และสะท้อนถึงวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน และตรงกับแนวทางการศึกษาของ Thanavut (2023) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านคลองม่วง ตำบลคลองม่วง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาสู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จะทำการเลือกวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิต ที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นผสมผสานกับวัตถุดิบที่มีความหลากหลายในการผลิต ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ขยายไปสู่ตลาดผู้บริโภคให้ได้ทุกกลุ่มและออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย พกพาง่าย สะดวกต่อการรับประทาน

2. การพัฒนาขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าให้กับข้าว ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของชุมชนบ้านเกาะ โดยผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวทางวิจัยอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการสำรวจบริบทและความต้องการของชุมชน พบว่าแม้ชุมชนมีข้าวคุณภาพดี แต่ขาดการแปรรูปที่สร้างมูลค่าเพิ่ม จึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยใช้น้ำนมข้าวเป็นส่วนประกอบหลัก มีการทดลองปรับสูตรเพื่อหาสัดส่วนที่เหมาะสมทั้งนี้มีการทดสอบและปรับปรุงสูตรจนได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีรสชาติ กลิ่น และเนื้อสัมผัสเป็นที่ยอมรับ จากนั้นจึงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม และวางแผนการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสะท้อน

เอกลักษณ์ท้องถิ่นและสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างยั่งยืน

ผลการพัฒนาพบว่า การปรับอัตราส่วนน้ำนมข้าวในแป้งโมจิทั้ง 4 ระดับ พบว่าลักษณะปรากฏ (ความเนียนของแป้ง) และรสชาติโมจิน้ำนมข้าวทั้ง 4 ระดับ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งในตัวอย่างที่ใช้ปริมาณน้ำนมข้าวร้อยละ 10 ให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด และคะแนนความชอบอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับลักษณะที่แสดงความแตกต่างอย่างชัดเจนคือ สี กลิ่น เนื้อสัมผัส และคะแนนความชอบโดยรวม ปรากฏการณ์นี้อธิบายได้ว่า เมื่อปริมาณน้ำนมข้าวเพิ่มขึ้น สีของโมจิจะดูขาวนวลและกลิ่นหอมอ่อนตามธรรมชาติ จึงได้รับคะแนนความชอบด้านสีและกลิ่นสูงขึ้น ในขณะที่เนื้อสัมผัสมีแนวโน้มต่ำลง สอดคล้องกับ Sriroth and Piyajomkhwan (2007) กล่าวว่า ข้าวเจ้ามีองค์ประกอบอะไมโลสสูง เมื่อให้ความร้อนแป้งจะเกิดการสุกมีความหนืดเพิ่มขึ้น แต่เมื่อทิ้งไว้ให้เย็นจะเกิดการเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ของอะไมโลสเกิดความคงตัว จึงมีผลทำให้แป้งโมจิมีเนื้อแน่นแข็งเพิ่มขึ้นมีผลต้องคะแนนความชอบด้านเนื้อสัมผัสลดลง

การเพิ่มมูลค่าของข้าวผ่านการนำน้ำนมข้าวมาใช้ในผลิตภัณฑ์โมจินับเป็นการผสมผสานภูมิปัญญาชุมชนกับกระบวนการวิจัยอย่างเป็นระบบ ผลจากการทดลองทดสอบสูตรอย่างละเอียด ทำให้สามารถเลือกสัดส่วนที่เหมาะสมที่สุดเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติ กลิ่น สี และเนื้อสัมผัสที่พึงพอใจ พร้อมทั้งยังคงเอกลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่นและเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

3. การถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชน สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยสู่ชุมชน โดยเฉพาะขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตู ซึ่งผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด อันเนื่องมาจากชุมชนมีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ด้านการทำขนมและการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นอยู่ก่อนแล้ว จึงเอื้อต่อการเรียนรู้และการต่อยอดองค์ความรู้ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถเชื่อมโยงภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาด ทั้งในแง่ของเอกลักษณ์และความแปลกใหม่

ในด้านการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ แม้ผู้เข้าร่วมจะมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในระดับมาก แต่คะแนนเฉลี่ยยังต่ำกว่าด้านผลิตภัณฑ์ สะท้อนว่าการใช้เทคโนโลยียังคงเป็นเรื่องใหม่สำหรับบางกลุ่ม การใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์และจำหน่ายเหมาะสมกับบริบทชุมชนเนื่องด้วยมีความคุ้นเคย แพลตฟอร์มดังกล่าว ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การที่ผู้เข้าร่วมสามารถถ่ายทอดความรู้สู่ครอบครัวและสมาชิกในชุมชนได้ในระดับมากที่สุด แสดงถึงศักยภาพในการพัฒนาอย่างยั่งยืนและขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากบนพื้นฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องตามแนวคิดของ Rodplang (2021) ได้เสนอไว้ว่า เพจเฟซบุ๊กสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นสื่อโซเชียลมีเดียที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันเป็นอย่างมากการทำการตลาดดิจิทัลมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคให้เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เช่น เลือกซื้อหรือค้นหาสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและตรงตามวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับ

แนวคิดของ Imprasert (2022) กล่าวว่า การตลาดดิจิทัลมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ เพื่อปรับกลยุทธ์การขายสินค้า และการทำการตลาดออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีพฤติกรรมการใช้งานอินเตอร์เน็ตมากขึ้น และจากการศึกษาของ Nakklinkul and Buaphuan (2023) พบว่า การทำการตลาดดิจิทัลมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (social media) และยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารประชาสัมพันธ์เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

สรุป

การศึกษาครั้งนี้ได้สังเคราะห์องค์ความรู้จากบริบทของชุมชนตำบลบ้านเกาะ พบว่า ทรัพยากรหลักอย่าง ข้าว ยังไม่ได้รับการต่อยอดอย่างเหมาะสม ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขาดความโดดเด่น อีกทั้งมีข้อจำกัดด้านช่องทางการตลาด จึงได้พัฒนาแนวทางโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลักผสานการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อขยายตลาด ผลการดำเนินงานได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบขนมโมจิน้ำนมข้าวไส้ข้าวตูผ่านการปรับสูตรให้เหมาะสมด้านรสชาติ กลิ่น สี และเนื้อสัมผัส โดยผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับหลักวิทยาศาสตร์อาหาร เพื่อยกระดับคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์จากข้าวในรูปแบบใหม่ การถ่ายทอดองค์ความรู้ส่งผลให้ชุมชนมีศักยภาพในการผลิตและทำการตลาดด้วยตนเอง โดยเฉพาะผ่านเพจเฟซบุ๊กและช่องทางออนไลน์อื่น ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการพึ่งพาตนเองในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

Chaichana, N. 2025. Developing indigenous knowledge-Based products to improve community management efficiency in Ban Thung Nang Khruan, Cha lae Sub-District, Thong Pha Phum District Kanchanaburi Province. Social Sciences Research and Academic Journal 20(2): 43-58. (in Thai).

Hemnil, S. and T. Nukaew. 2022. The role of local resources in agriculturist household: A case Ban Donhad, Udon Thani province. Journal of Social Sciences and Humanities 48(2): 93 -112. (in Thai).

Imprasert, K. 2022. Using digital marketing tools for consumers to make purchasing decisions easier. RPU Journal of Business Administration 1(1): 1-15. (in Thai).

Koonkaew, A. 2017. Statistics for Research. Chulalongkorn University Press, Bangkok. 630p. (in Thai).

Kultirawong, K., C. Somsueb and S. BuaDaeng. 2023. Promoting community products with online marketing strategies of the center for non-formal education and informal education, Saba Yoi District, Songkhla Province. Journal of Liberal Arts 3(1): 109-123. (in Thai).

Masae, A. 2015. Enhancing sustainable rural livelihood through community-

based development. Journal of Social Development 17(1): 89-110. (in Thai).

Nakklinkul, T. and C. Buaphuan. 2023. Development of digital marketing training skills courses for ABC chamber of commerce members. Journal of Industrial Business Administration 5(2): 95-111. (in Thai).

Office of the National Economic and Social Development Council. 2022. The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023-2027). Office of the National Economic and Social Development Council, office of the Prime Minister, Bangkok. (in Thai).

Phuworakij, P., S. Duanguppama and K. Donsophon. 2024. Management products under the local wisdom of community enterprises groups, Mueang Kalasin District, Kalasin Province. Journal for Community Development and Life Quality 12(2): 117-127. (in Thai).

Rodplang, P. 2021. The developing online marketing channels of Ngob products, basketry products group Ngobthai-Laongeaw Thong-En, Inburi district, Singburi province. Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology 6(3): 35-45. (in Thai).

Sittisomboon, M. 2020. Science of Research.Mahachulalongkornrajavi -dyalaya University Press, Bangkok. 226 p. (in Thai).

Sridan, P., B. Boonyarithi and T. Plainlaor. 2023. Developing Budu fish chili paste under the concept of circular economy of Darul Ibadah community enterprise, Bangkok. Area Based Development Research Journal 15(4): 337-351. (in Thai).

Srilar, N. 2024. Development of the chili paste to value added community products of Namkham sub-district, Mueang Sisaket district, Sisaket province. Journal of MCU Ubon Review 9(1): 489-499.(in Thai).

Sriroth, K. and K. Piyajomkhwan. 2007. Technology of Starch. Kasetsart University Press, Bangkok, 303p. (in Thai).

Suvannin, W. 2020. The value-added approach of local wisdom products for sustainability: A case study of community model in Nong Khai province. Journal BU Academic Review 19(1): 109 -127. (in Thai).

Thanavut, S. 2023. Development to enhance Ban Khlong Muang community products, Khlong Muang sub-district, Pak Chong district, Nakhon Ratchasima province to commercial competition. Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University 2(1): 63-77. (in Thai).

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา: กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง

Marketing Mix Factors Influencing Parents' Decisions to Purchase Youth Football Courses in the Bang Na District: A Case Study on Female Youth Athletes

ศุภวุฒิ อภินนท์กูล อาชวิทธิ์ เจิงกลิ่นจันทน์ และ สุภกร ตันวราวุฒิชัย*

Supawut apinonkul, Archavit Choengklinchan and Supakorn Tunvaravuttichai*

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพฯ 10300

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok 10300, Thailand

*Corresponding author: e-mail: s64567807007@ssru.ac.th

(Received: October 21, 2024; Revised: March 19, 2025; Accepted: July 22, 2025)

Abstract: This research study investigates the marketing mix factors influencing parents' decisions to purchase football courses in the Bangna district, specifically focusing on female youth athletes. The objectives of this research are: 1) to examine the demographic characteristics of parents that influence their decision to purchase football courses for their children in the Bang na district, specifically female youth athletes, and 2) to study the marketing mix factors that affect parents' decisions to purchase football courses in the Bangna district, focusing on female youth athletes. This quantitative research involved a sample of 400 parents who enrolled their children in football courses and reside in the Bangna district. The data were analyzed using frequency distribution, percentages, means, and multiple regression analysis. The target group data were collected through an online questionnaire. The research findings indicate that the model of factors influencing parents' decisions to purchase football courses, specifically for female youth athletes, explained 62.60% of the decision-making process, with a standard error of prediction of ± .495. The factors identified as influential include the service process, the product, and the personnel.

Keywords: Marketing mix, purchase decision, football course, parents in Bang na district, female youth athletes

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครอง ในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ปกครองที่พาบุตรหลานไปเรียนฟุตบอลในเขตบางนา ที่อาศัยอยู่เขตบางนา จำนวน 400 คน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครอง กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง พบว่า การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอล ร้อยละ 62.60 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± .495 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ คอร์สเรียนฟุตบอล ผู้ปกครองในเขตบางนา นักกีฬาเยาวชนเพศหญิง

คำนำ

กีฬาฟุตบอลเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่น่าสนใจและถือเป็นวัฒนธรรมประเภทหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นแบบแผนการดำเนินชีวิตของมนุษย์และเป็นปฏิบัติการทางวัฒนธรรมในทางสังคมวิทยาเช่นเดียวกับกีฬาอื่น ๆ (Siam Football, 2017) ฟุตบอลในประเทศไทย มีสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลฟุตบอลทีมชาติไทย ได้มีโครงการจัดการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศ รวมทั้งเชิญทีมจากต่างประเทศเข้าร่วมการแข่งขันและส่งทีมเข้าร่วมการแข่งขันรายการต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเป็นประจำ (The Football Association of Thailand, 2023) ทำให้กีฬาฟุตบอลได้ความนิยมอย่างมากในประเทศไทย กลายเป็นลีกอาชีพมากขึ้นเพราะสโมสรต่าง ๆ ต้องดำเนินการพัฒนาปรับปรุงสโมสรของตัวเองให้ดีขึ้น เพื่อให้ผ่านระเบียบ ข้อบังคับ กฎเกณฑ์ที่ผู้จัดการแข่งขันวางเอาไว้ทำให้ยอดผู้เข้าชมหลั่งไหลมาชมการ แข่งขันเพิ่มขึ้น (Monchaikul *et al*., 2021) ในปัจจุบันกิจกรรมด้านกีฬาเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้เด็กมีพัฒนาการและเกิดประโยชน์ กิจกรรม นันทนาการ 3 อันดับแรก ของเด็กในช่วงอายุต่ำกว่า 14 ปี พบว่า การเล่นกีฬาจัดอยู่ในอันดับแรกของ การทำกิจกรรมนันทนาการที่เด็กเลือกที่จะทำเป็นกิจกรรมพิเศษ (Weenin and Rojniruttikul, 2020) โดยเฉพาะฟุตบอลถือเป็นกีฬาซึ่งเป็นที่นิยมสูงสุดในประเทศไทย ซึ่งจากความนิยมดังกล่าวทำให้ในปัจจุบันกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยมีการจัดการแข่งขันที่เป็นระบบฟุตบอลอาชีพมากขึ้น ส่งผลให้สโมสรต่าง ๆ ต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจเพิ่มมากขึ้น สร้างความสามารถทางการแข่งขันในเชิงธุรกิจในระยะยาว (Malarat *et al*., 2015)

สำหรับฟุตบอลหญิงในประเทศไทย มีการจัดการแข่งขันฟุตบอลหญิงลีกอุดมศึกษาหญิงขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนหญิงได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเองตามมาตรฐานสากลและเป็นการสร้างเยาวชนหญิงในการก้าวสู่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพพัฒนาสู่การเป็นตัวแทนทีมชาติไทย (Thanimpas and Phasuk, 2017) เมื่อกล่าวถึงฟุตบอลหญิงในระดับเยาวชนยังไม่มีการสนับสนุนวางรูปแบบการบริหารและการฝึกซ้อมอย่างชัดเจน เนื่องจากการพัฒนาฟุตบอลหญิงในระดับเยาวชนต้องการการฝึกที่เฉพาะทางและมีระบบมากขึ้น การจัดตั้งศูนย์ฝึกฟุตบอลหรือคอร์สเรียนที่เหมาะสมจึงต้องมีความพร้อมด้านบุคลากร สถานที่ งบประมาณ และกระบวนการจัดการที่เป็นระบบ เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนหญิงมีโอกาสพัฒนาทักษะสู่ความเป็นมืออาชีพ โดยแนวทางการพัฒนานี้สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Sertbudra, 2020) โดยเฉพาะในเขตบางนา ซึ่งมีเยาวชนหญิงจำนวนมากและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการฝึกซ้อมกีฬา ผู้ปกครองมีแนวโน้มสนับสนุนให้บุตรหลานเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษาในครั้งนี้ การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ประกอบด้วย ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปรผลข้อมูล และวิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐานเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดขึ้น เพื่อศึกษาเรื่องส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง การดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนธันวาคม 2566 ถึงเดือนเมษายน 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองที่พาบุตรหลานไปเรียนฟุตบอลในเขตบางนา ที่อาศัยอยู่เขตบางนาที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 71,091 คน (Department of Provincial Administration, 2023) ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าวโดยใช้ตารางของสำเร็จรูปของ (Yamane, 1967) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน ±5% ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกสุ่มความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) จากผู้ปกครองที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลในเขตบางนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากตำรา บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และนำมาแก้ไขปรับปรุงตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะไว้

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรประมาณค่า (rating scale) ตามรูปแบบของมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Rating scale) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (interval scale) โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายความว่า ส่งผลต่อความเห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายความว่า ส่งผลต่อความเห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายความว่า ส่งผลต่อความเห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายความว่า ส่งผลต่อความเห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายความว่า ส่งผลต่อความเห็นด้วยน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความถี่ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังสูตรการคำนวณระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นโดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (Bunnag, 1994) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของชั้น} = \frac{\text{จำนวนชั้น}}{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือ และอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถาม รวมทั้งวิธีการตอบแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์โพสต์ตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่ เฟซบุ๊ก และส่งให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 รวบรวมเก็บแบบสอบถามและประเมินจำนวนแบบสอบถามที่ได้กลับมาว่ามีความสมบูรณ์และมีจำนวนครบตามที่ได้ออกแบบไว้ คือ 400 ชุดหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการประเมินครั้งนี้ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เมื่อได้ทำการรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทำการลงรหัสในแบบฟอร์มลงรหัส (coding form) เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วจึงนำผลที่ได้มาอภิปราย

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

1) การตรวจสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง การตรวจสอบความเหมาะสมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่ตั้ง 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และ7) ด้านกระบวนการ โดยใช้ค่า VIF (Variance Inflation Factor) เพื่อวัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ พบว่าทุกตัวแปรมีค่า VIF ไม่เกิน 5 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และแสดงว่าความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่ได้ถูกขยายจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร นอกจากนี้ใช้ค่า Tolerance ซึ่งเป็นค่าตรงข้ามของ VIF เพื่อยืนยันความเป็นอิสระของแต่ละตัวแปร พบว่าทุกตัวแปรมีค่า Tolerance ไม่ต่ำกว่า 0.2 แสดงถึงการไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างรุนแรงระหว่างตัวแปรอิสระ และเมื่อพิจารณาร่วมกับค่า Eigenvalue ซึ่งใช้ในการตรวจสอบความเป็นอิสระของแกนมิติของตัวแปร พบว่าทุกค่ามีค่าไม่เกิน 10.0 และไม่เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุปัจจัย (multicollinearity) ผลการทดสอบ ดัง Table 1

Table 1. The evaluation of the appropriateness of the 7P marketing mix factors affecting parents' decision to enroll their children in football courses in Bang Na district: A case study of female youth athletes

Sequence	Model	B	t	Collinearity Statistic	
				Tolerance	VIF
Model 1	Constant	0.996	6.875		
	Process	0.759	22.975	1.000	1.000
Model 2	Constant	0.615	4.189		
	Process	0.466	9.026	0.363	2.752
	Product	0.376	7.100	0.363	2.752
Model 3	Constant	0.504	3.282		
	Process	0.397	6.652	0.270	3.705
	Product	0.316	5.365	0.291	3.433
	People	0.150	2.305	0.255	3.920

ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัย

จาก Table 1 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ปัจจัยทุกปัจจัยของแบบจำลองที่ 1 แบบจำลองที่ 3 พบว่า ค่า VIF ที่สูงสุด เท่ากับ 3.920 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5 ค่า tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด เท่ากับ 0.255 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 และค่า Eigen value ที่สูงสุด เท่ากับ 3.968 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10.0 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ทำการวิเคราะห์ในแบบจำลองไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัย

2) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis) โดยนำตัวแปรเข้าไปพยากรณ์ในตัวแบบ (model) ทีละตัว ผลการทดสอบได้แบบจำลอง ดัง Table 2

สมมติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง

Table 2. Analysis of the appropriate model for decision-making on football course enrollment among parents in Bang Na area: A case study of female youth athletes

Football course decision-making	Model 1	Model 2	Model 3
Constant	0.996	0.615	0.504
Process	0.759	0.466	0.397
Product		0.376	0.316
People			0150
R^2	0.572	0.621	0.626
ADJ.R^2	0.571	0.619	0.623
S.E.	0.52825	0.49802	0.49532
F	527.844	322.139	218.880

จาก Table 2 การวิเคราะห์ตัวแบบจำลองเมื่อนำตัวแปรด้านบุคลากร เข้ามาวิเคราะห์เพิ่มเติม พบว่า อำนาจในการอธิบายการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอล เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 62.60 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.495 โดยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 3 ด้านได้แก่ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอล อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และภายหลังเมื่อนำตัวแปร ด้านบุคลากร เข้ามาวิเคราะห์ร่วมกันระดับ 0.01 เช่นกัน ซึ่งหมายความว่า ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอล โดยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยในรูปแบบของคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ การตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอล = 0.504 + (0.397 *ด้านกระบวนการในการให้บริการ) + (0.316 *ด้านผลิตภัณฑ์) + (0.150 *ด้านบุคลากร)

อภิปรายผล

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา กรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง ได้ข้อค้นพบสำคัญดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนากรณีศึกษานักกีฬาเยาวชนเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา ร้อยละ 62.60 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.495 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการเน้นไปที่ศูนย์ฝึกสอนฟุตบอลมีการให้ข้อมูลด้านการฟุตบอล แนะแนวการเรียนที่ถูกต้องคือ การเตรียมความพร้อมของแนวทางการสอนเป็นอย่างดีมีการให้ข้อมูลด้านการเรียนฟุตบอลให้กับผู้ปกครองได้รับรู้ถึงแนวทางการสอนที่เหมาะสมกับทักษะของผู้เรียนตั้งแต่ระดับพื้นฐานจนขั้นสูง การให้ผู้เรียนทดลองเรียนก่อน เพื่อให้ผู้เรียนได้รู้จักการออกกำลังกายควบคู่ไปกับการฝึกทักษะฟุตบอล และมีการแนะแนวการเรียนที่ถูกต้องเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chaiwiwatpong and Intulak (2021) ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีประเด็นที่ผู้ปกครองให้ ความสำคัญระดับมากที่สุดคือ อาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคการสอนที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และ สถาบันมี อุปกรณ์การเรียนพร้อมสำหรับการเรียน ด้านผลิตภัณฑ์เน้นไปที่ศูนย์ฝึกสอนฟุตบอลจัดการวางแผนเรียนการสอนอย่างมีคุณภาพคือ ศูนย์ฝึกสอนฟุตบอลมีการจัดทำหลักสูตร

การเรียนที่ครอบคลุมทุกด้านของการเล่นฟุตบอล ทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะอย่างรอบด้าน วางแผนแบบฝึกให้มีหลายระดับตามความสามารถของผู้เรียน ตั้งแต่ระดับเริ่มต้นจนถึงระดับสูง เพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ทำให้ผู้เรียนมีความสนุกกับการเรียนฟุตบอล ศูนย์ฝึกสอนจะมีการประเมินผลการเรียนการสอนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อหาจุดที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Jitbamrung *et al.* (2019) ได้กล่าวว่า ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับเนื้อหาหลักสูตร การสรุปเนื้อหาสำคัญกระชับ ง่ายต่อการจดจำเอกสารประกอบการสอนมีคุณภาพ และคอร์สเรียนส่วนตัวและกลุ่มเล็ก 2-4 คน ผู้สอนสามารถดูแลได้ทั่วถึง และสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการสอนให้เหมาะกับพื้นฐานของเด็กแต่ละคน สอดคล้องกับแนวคิดของ Kamhaeng *et al.* (2025) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวิปปิ้งครีมกลุ่มตัวอย่างนั้นให้ความสำคัญในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมี ความหลากหลาย

ด้านบุคลากรเน้นไปที่ครูผู้สอนมีความเอาใจใส่ผู้เรียนด้วยความเต็มใจคือ ครูผู้สอนให้ความสำคัญกับผู้เรียนแต่ละคนอย่างเท่าเทียม โดยครูผู้มีความรู้ด้านฟุตบอลเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างใกล้ชิด สามารถถ่ายทอดความรู้และทักษะฟุตบอลให้ผู้เรียนเข้าใจได้ง่าย ครูผู้สอนมีความเป็นกันเองเอาใจใส่ผู้เรียนและสื่อสารกับผู้ปกครองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาการของนักเรียน และแนวทางการฝึกสอน สอดคล้องกับแนวคิดของ Weenin and Rojniruttikul (2020) ได้กล่าวว่า ครูผู้สอนมีความเป็นกันเอง เป็นมิตร เป็นที่ชื่นชอบของผู้ปกครอง มีประสบการณ์สอนและมีความ ชำนาญในกีฬาฟุตบอลมีความเอาใจใส่ผู้เรียน ด้วยความเต็มใจมีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักซึ่งสะท้อนถึงความพึงพอใจของผู้ปกครองและผู้เรียนในครูผู้สอนที่มีคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น ดังนั้น ปัจจัยด้านบุคลากรจึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร จากการค้นคว้าพบว่า ผู้ปกครองต้องรู้ถึงข้อมูลด้านฟุตบอลและแนวทางการสอนของศูนย์ฝึกที่มีการวางแผนอย่างมีคุณภาพจากครูผู้สอนที่มีความรู้ด้านฟุตบอลและเอาใจใส่นักเรียนอย่างเต็มที่ ก่อนตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลให้กับบุตรหลาน

เมื่อนำปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร มาใช้รวมกันจึงจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนฟุตบอลของผู้ปกครองได้เป็นอย่างดีซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) ได้กล่าวว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Serirat *et al.* (2009) ได้กล่าวว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nuansut *et al.* (2023) ได้กล่าวว่า การประสมที่เข้ากันได้อย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

สรุป

การวิจัยนี้ศึกษาผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สฟุตบอลของผู้ปกครองในเขตบางนา โดยเน้นกลุ่มนักกีฬาเยาวชนเพศหญิง พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของผู้ปกครอง นอกจากนี้ ปัจจัยเสริม เช่น ความคุ้มค่า ความสะดวกสบาย คุณภาพผู้ฝึกสอน และกระบวนการฝึกสอน ก็มีผลต่อการตัดสินใจ ผู้ปกครองมักเลือกคอร์สที่เน้นทั้งทักษะกีฬา การพัฒนาร่างกาย จิตใจ และความปลอดภัย สรุปได้ว่าการออกแบบคอร์สที่ตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มสามารถสร้างความมั่นใจและส่งเสริมการพัฒนานักกีฬาเยาวชนเพศหญิงได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

Bunnag, M. 1994. Statistics for Decision Making. Chulalongkorn University Press, Bangkok. (in Thai)

Chaiwiwatpong, A. and W. Intuluck. 2021. Marketing factors influencing parents' decision making to send their children to study in a skills training institutes in Hat Yai district, Songkhla province. Dusit Thani College Journal 15(1): 366-383. (in Thai)

Department of Provincial Administration. 2023. Population of the Kingdom according to the civil registration records, 2023. (Online). Available:https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statmonth/#/mainpage (January 24, 2024). (in Thai)

Jitbamrung, D., P. Chinchote and K. Phuangthamrat. 2019. Factors influencing parents' decisions to enroll their children in Daruna Polytechnic Technology College, Mueang District, Ratchaburi Province. Journal of Humanities and Social Sciences Research Network 2(1): 47-60. (in Thai)

Khamhaeng, S., S. Nuansate and S. Kaewkongbon. 2025. Marketing communication strategies and guidelines for the development of milk distribution channels of Phatthalung Dairy Cooperative Limited. Journal of Community Development and Quality of Life 13(2): 183–195. (in Thai)

Kotler, P. 2000. Marketing Management Millennium Edition Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

Malarat, P., C. Phawitphiriyakit, P. Pongpheng, S. Phupaniat and S. Tanwarawutchai. 2022. The relationship between marketing mix and the intention to attend matches of Singha Chiangrai United Football Club fans. Journal of Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University 24(2): 49-62. (in Thai)

Monchaikul, P., A. Kulwanich, K. Potimu and P. Kwanmuangvanich. 2021. Marketing mix factors that influence the decision to visit football stadiums case study of Ayutthaya United Club. The Journal of Pacific Institute of Management Science (Humanities and Social Sciences) 7(3): 124-138. (in Thai)

Nuansut, S., S. Phromkham, W. Kachathong and P. Sukhon. 2023. Modern retail marketing mix strategies affecting consumer purchasing behavior. Nakhon Si Thammarat Rajabhat University Journal of Humanities and Social Sciences 13(2): 1-24. (in Thai)

Serirat, S., P. Laksitanon and S. Serirat. 2009. New Marketing Management. Diamond in Business world, Bangkok. 525 p. (in Thai)

Sertbudra, P. 2020. Factors affecting the development of professional football clubs in Thailand. Thai Journalof Health, Physical Education and Recreation 46(1): 14-25. (in Thai)

Siam Football. 2017. History of Thai football. (Online) . Available: https://www.siamfootball.com/index.php/2017 (June 24, 2023). (in Thai)

Thanimpas, N. and N. Phasuk. 2017. Football media innovation case study: Women university football league. pp. 1137-1146. *In*: Proceedings of the 8th National & International Conference. Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok. (in Thai)

The Football Association of Thailand. 2023. Annual report of the operations of the Football Association of Thailand under the Royal Patronage, B.E. 2023. (Online). Available: https://fathailand.org/about (January 24, 2024). (in Thai)

Weenin, T. 2020. Factors affecting parents' decision to purchase football courses in Bangkok. pp. 276-285. *In*: Proceedings of 5+ BAS National Conference 2020. Srinakharinwirot University, Bangkok.

Yamane, T. 1967. Statistics: An Introductory Analysis 2nd ed. Harper and Row, New York.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

Factors Influencing Consumer Satisfaction with Hair-Eco-Friendly Scrunchies

นฤพร บุตรเพชร* และ วัลภา แต้มทอง

Narueporn Bootphet* and Walapa Tamthong

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10900

Department of Home Economics, Faculty of Agriculture, Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand

*Corresponding author: E-mail: narueporn.bo@ku.th

(Received: March 3, 2025; Revised: July 17, 2025; Accepted: August 29, 2025)

Abstract: This research aimed to develop hair- and environmentally friendly scrunchie products, examine consumer satisfaction, and investigate the factors affecting satisfaction with these products. Data were collected using a consumer satisfaction questionnaire on scrunchie products, administered to 100 female students and personnel from Kasetsart University. Data were analyzed using descriptive statistics and three-way ANOVA. The research findings revealed that: 1) four designs of scrunchie products were developed, made from two types of fabric scraps in two sizes, totaling 16 pieces; 2) consumers were highly satisfied with all styles of scrunchies, with the double-layered style receiving the highest satisfaction, followed by the piping style, the zippered style, and the simple style; and 3) the scrunchy styles and fabric types significantly influenced consumer satisfaction ($P \leq 0.05$), whereas scrunchy size, the interaction between two factors, and the interaction among three factors had no significant effect ($P > 0.05$). The research findings can serve as a guideline for communities with fabric scraps to develop scrunchie products, helping to generate additional income and promote environmental conservation.

Keywords: Satisfaction, scrunchies, hair-friendly, eco-friendly

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม ศึกษาความพึงพอใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่กับนิสิตและบุคลากรหญิงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกสามทาง ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ จำนวน 4 รูปแบบ โดยทำจากเศษผ้า 2 ชนิด ใน 2 ขนาด รวมทั้งสิ้น 16 ชิ้นงาน 2) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจยางรัดผมสครันชี่ทุกรูปแบบในระดับมาก โดยแบบสองชั้นได้รับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือแบบกุ๊นเชือก แบบติดซิป และแบบธรรมดา และ 3) รูปแบบของยางรัดผมสครันชี่และชนิดผ้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ($P \leq 0.05$) ส่วนขนาดของยางรัดผมสครันชี่ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสองปัจจัยและสามปัจจัย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ($P > 0.05$) ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางให้แก่ชุมชนที่มีเศษผ้านำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ เพื่อเพิ่มรายได้และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ ยางรัดผมสครันชี่ เป็นมิตรต่อเส้นผม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คำนำ

ผู้หญิงมักให้ความสำคัญกับการเก็บผมให้เรียบร้อย ไม่รุงรัง และดูสวยงาม จึงมีการเลือกใช้เครื่องประดับผมที่หลากหลายรูปแบบและสีสัน เช่น กิ๊บติดผม โบผูกผม หรือยางรัดผม กลุ่มที่พบเห็นได้บ่อยที่สุดคือนักเรียนหรือนักศึกษาหญิง (Kumar, 2024) ยางรัดผมมีทั้งแบบเส้นกลม เส้นแบน แบบเกลียว และแบบสครันชี่ (scrunchy) ซึ่งเหมาะกับการแต่งกายและโอกาสในการใช้งานที่แตกต่างกัน

ยางรัดผมแบบสครันชี่ หรือที่นิยมเรียกว่ายางรัดผมโดนัท หรือโดนัทรัดผม มีรูปร่างกลมและมีรูตรงกลาง ข้างในเป็นยางยืดและห่อหุ้มด้วยผ้า ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน ในปี ค.ศ. 2023 ยางรัดผมสครันชี่มียอดขายทั่วโลกประมาณ 8.86 หมื่นล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึง 1.65 แสนล้านบาทในปี ค.ศ. 2032 ซึ่งการเติบโตนี้มีสาเหตุมาจากความต้องการเครื่องประดับผมที่หลากหลาย ทันสมัย และการตระหนักถึงสุขภาพเส้นผมมากขึ้น

ยางรัดผมสครันชี่ดีต่อเส้นผมทุกประเภท เนื่องจากมีชั้นผ้าที่ช่วยป้องกันยางยืดสัมผัสกับเส้นผมโดยตรง ไม่เกิดการกินเส้นผม ช่วยลดการพันกันและการขาดหลุดร่วงของเส้นผม รวมถึงรอยโค้งงอที่เกิดจากการรัดรวบผม ปัจจุบันยางรัดผมสครันชี่มีรูปแบบที่หลากหลาย และทำจากผ้าหลายชนิด เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และผ้าใยผสมต่าง ๆ รวมถึงมีหลายขนาด ตั้งแต่มินิไปจนถึงจัมโบ้ ซึ่งปัจจัยด้านรูปแบบ ชนิดผ้า และขนาดของยางรัดผม ล้วนแล้วแต่มีผลต่อสุขภาพเส้นผมและความชื่นชอบของผู้บริโภคทั้งสิ้น

อุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นมีการใช้ทรัพยากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเติบโตของโมเดลธุรกิจแฟชั่นรวดเร็ว (fast fashion) อุตสาหกรรมนี้มักถูกเชื่อมโยงกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในด้านการสร้างขยะจำนวนมาก การก่อให้เกิดมลภาวะ และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดจนเสี่ยงต่อการหมดสิ้น (Ofori *et al*., 2025) ปัจจุบันตลาดยางรัดผมสครันชี่ในต่างประเทศได้รับแรงผลักดันจากผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าตามแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้บริโภคตระหนักถึงผลกระทบทางนิเวศวิทยาจากการซื้อสินค้ามากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่ทำจากเศษผ้าหรือยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เพราะในมิติของความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจนั้น การนำเศษผ้าหรือขยะสิ่งทอจากกระบวนการตัดเย็บมาใช้ซ้ำโดยตรง ถือว่ามีประสิทธิภาพมากกว่าการรีไซเคิล การฝังกลบหรือการเผาทำลาย (Haq and Alam, 2023)

การผลิตเสื้อผ้าของห้องเสื้อโดยทั่วไปมักมีเศษผ้าเหลือทิ้งจำนวนมาก เช่น ผ้าไหม ผ้าซาติน และผ้าแก้ว ซึ่งยังมีคุณภาพดีและมีปริมาณเพียงพอที่จะนำกลับมาใช้ใหม่ จากการศึกษาพบว่า ผ้าไหม ผ้าซาติน และผ้าแก้ว มีสมบัติที่เหมาะสมกับการทำยางรัดผมสครันชี่ เนื่องจากผ้าไหมมีน้ำหนักเบา ทนทานต่อแรงดึง และเนื้อนุ่มเงามัน (Silasut, 1996) ช่วยรักษาทรงผม ลดการพันกันและชี้ฟูของเส้นผม ผ้าซาตินมีเนื้อเรียบ เงามัน นุ่มและยืดหยุ่นดี ผ้าแก้วมีน้ำหนักเบา เนื้อผ้าโปร่ง เรียบและนุ่ม (Boonla, 2010) ช่วยป้องกันเส้นผมหักและให้ความรู้สึกหรูหรา ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการนำเศษผ้าเหลือทิ้งและมีสมบัติที่ดีต่อเส้นผมมาพัฒนาเป็นยางรัดผมสครันชี่ เพื่อให้เป็นทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วอย่างคุ้มค่า ไม่ต้องผลิตวัตถุดิบใหม่ ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการตัดเย็บ

การวิจัยจึงนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ให้สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ระยะเวลาในการวิจัยคือ เดือนมิถุนายน ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 การดำเนินงานแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

ดำเนินงานตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยของยางรัดผมสครันชี่ การเลือกวัสดุที่ดีต่อสุขภาพผม และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. ออกแบบยางรัดผมสครันชี่ จำนวน 4 รูปแบบ คือ แบบธรรมดา แบบสองชั้น แบบกุ๊นเชือก และแบบติดซิป โดยตัดเย็บจากผ้า 2 ชนิด คือ ผ้าไหม และผ้าซาติน ใน 2 ขนาด คือ ขนาดเล็ก (เส้นผ่านศูนย์กลาง 10 เซนติเมตร) และขนาดใหญ่ (เส้นผ่านศูนย์กลาง 12 เซนติเมตร) รวมทั้งสิ้น 16 ชิ้นงาน

3. คัดเลือกเศษผ้าไหม ผ้าซาติน และผ้าแก้วที่มีขนาดเพียงพอสำหรับการตัดเย็บยางรัดผมสครันชี่ในแต่ละแบบ โดยยางรัดผมขนาดเล็กจะใช้เศษผ้าขนาด 8 × 80 เซนติเมตร และยางรัดผมขนาดใหญ่จะใช้เศษผ้าขนาด 13 × 80 เซนติเมตรโดยเลือกใช้เศษผ้าโทนสีฟ้า เนื่องจากมีปริมาณเพียงพอสำหรับการตัดเย็บผลิตภัณฑ์จำนวน 16 ชิ้นงาน ซึ่งการเลือกใช้เศษผ้าโทนสีเดียวจะช่วยลดปัจจัยด้านสีสันที่อาจทำให้เกิดความมีอคติหรือความลำเอียงจากการชื่นชอบสีอื่น ๆ นอกจากนี้ สีฟ้ายังเป็นสีโทนเย็น ซึ่งในแง่จิตวิทยา สีฟ้ามีความเชื่อมโยงกับความรู้สึกสงบ เย็นสบาย ผ่อนคลาย อีกทั้งยังช่วยบรรเทาความตึงเครียดและความเศร้าได้อีกด้วย

4. จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สำหรับตัดเย็บยางรัดผมสครันชี่ต้นแบบ ดังนี้

(1) ยางยืดแบน สีขาว ขนาด 0.4 เซนติเมตร

(2) ซิปซ่อน ขนาด 9 นิ้ว

(3) ผ้ากุ๊นเชือก สีขาว

(4) อุปกรณ์ตัดเย็บ ได้แก่ จักรเย็บผ้า เตารีด กรรไกร ไม้บรรทัด สายวัด ชอล์กเขียนผ้า เข็มหมุด เข็มเย็บผ้า เข็มกลัด และด้ายเย็บผ้า เป็นต้น

5. ตัดเย็บยางรัดผมสครันชี่ต้นแบบ พร้อมทั้งคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาจำหน่ายโดยใช้กลยุทธ์ราคาเลขคี่ ดังนี้

(1) แบบธรรมดา ทำจากผ้าไหม ขนาดเล็ก (Figure 1A) ต้นทุนต่อชิ้น 33 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 69 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 1B) ต้นทุนต่อชิ้น 39 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 79 บาท

(2) แบบธรรมดา ทำจากผ้าซาติน ขนาดเล็ก (Figure 1C) ต้นทุนต่อชิ้น 23 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 49 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 1D) ต้นทุนต่อชิ้น 28 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 59 บาท



(A) Price: 69 Baht | (B) Price: 79 Baht | (C) Price: 49 Baht | (D) Price: 59 Baht

Figure 1. (A) Simple scrunchy made from silk fabric, small size (B) Simple scrunchy made from silk fabric, large size (C) Simple scrunchy made from satin fabric, small size (D) Simple scrunchy made from satin fabric, large size

(3) แบบสองชั้น ทำจากผ้าไหม ขนาดเล็ก (Figure 2A) ต้นทุนต่อชิ้น 39 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 79 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 2B) ต้นทุนต่อชิ้น 44 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 89 บาท

(4) แบบสองชั้น ทำจากผ้าซาติน ขนาดเล็ก (Figure 2C) ต้นทุนต่อชิ้น 28 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 59 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 2D) ต้นทุนต่อชิ้น 33 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 69 บาท



(A) Price: 79 Baht | (B) Price: 89 Baht | (C) Price: 59 Baht | (D) Price: 69 Baht

Figure 2. (A) Double-layered made from silk fabric, small size (B) Double-layered made from silk fabric, large size (C) Double-layered made from satin fabric, small size (D) Double-layered made from satin fabric, large size

(5) แบบกุ๊นเชือก ทำจากผ้าไหม ขนาดเล็ก (Figure 3A) ต้นทุนต่อชิ้น 39 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 79 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 3B) ต้นทุนต่อชิ้น 44 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 89 บาท

(6) แบบกุ๊นเชือก ทำจากผ้าซาติน ขนาดเล็ก (Figure 3C) ต้นทุนต่อชิ้น 28 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 59 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 3D) ต้นทุนต่อชิ้น 33 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 69 บาท



(A) Price: 79 Baht | (B) Price: 89 Baht | (C) Price: 59 Baht | (D) Price: 69 Baht

Figure 3. (A) Piping made from silk fabric, small size (B) Piping made from silk fabric, large size (C) Piping made from satin fabric, small size (D) Piping made from satin fabric, large size

(7) แบบติดซิป ทำจากผ้าไหม ขนาดเล็ก (Figure 4A) ต้นทุนต่อชิ้น 44 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 89 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 4B) ต้นทุนต่อชิ้น 49 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 99 บาท

(8) แบบติดซิป ทำจากผ้าซาติน ขนาดเล็ก (Figure 4C) ต้นทุนต่อชิ้น 39 บาท กำหนดราคาจำหน่ายชิ้นละ 79 บาท และขนาดใหญ่ (Figure 4D) ต้นทุนต่อชิ้น 44 บาท ราคาจำหน่ายชิ้นละ 89 บาท



(A) Price: 89 Baht | (B) Price: 99 Baht | (C) Price: 79 Baht | (D) Price: 89 Baht

Figure 4. (A) Zipper made from silk fabric, small size (B) Zipper made from silk fabric, large size (C) Zipper made from satin fabric, small size (D) Zipper made from satin fabric, large size

6. นำผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ต้นแบบไปสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบและด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยสอบถามความคิดเห็นในด้านการออกแบบ ด้านวัสดุที่ใช้ ด้านคุณภาพการตัดเย็บ ด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านความสวยงาม เป็นต้น จากนั้นปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำผลิตภัณฑ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อไป

ส่วนที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นิสิตและบุคลากรหญิงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 23,893 คน โดยเป็นนิสิตหญิงระดับปริญญาตรี จำนวน 19,438 คน และบุคลากรหญิง จำนวน 4,455 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตและบุคลากรหญิงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูป Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน ±10% และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) (Metthaweechai, 1999)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม โดยแบบสอบถามนี้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล และผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (index of item-objective congruence: IOC) เท่ากับ 0.84 และได้นำไปทดลองใช้ (try out) กับนิสิตและบุคลากรหญิงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน ได้**ค่าความเชื่อมั่น** (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.87 แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค มีข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ แบ่งเป็นแบบตรวจรายการและแบบปลายเปิด ดังนี้ 1) สถานภาพ 2) อายุ 3) ระดับความยาวผม 4) ประเภทเส้นผม 5) ลักษณะเส้นผม 6) ปริมาณเส้นผม และ 7) สุขภาพเส้นผม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ยางรัดผมของผู้บริโภค มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ เป็นแบบตรวจรายการ ดังนี้ 1) การใช้ยางรัดผมในชีวิตประจำวัน 2) รูปแบบยางรัดผมที่ใช้ 3) ยี่ห้อยางรัดผมที่ใช้ 4) แหล่งที่ซื้อยางรัดผม และ 5) แนวโน้มการซื้อยางรัดผมที่ผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม มีข้อคำถามทั้งหมด 11 ข้อ เป็นแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ (5-rating scale) โดยกำหนดระดับคะแนนและความหมาย ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง พึงพอใจมาก
ระดับ 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย
ระดับ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ทั้งนี้ได้กำหนดช่วงค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจ และเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (Srisa-ard, 1996)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด (extremely satisfied)

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก (very satisfied)

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง (moderately satisfied)

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย (slightly satisfied)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด (extremely dissatisfied)

ข้อคำถามมีดังนี้ 1) ความสวยงามโดยรวม 2) รูปแบบของยางรัดผม 3) ชนิดของผ้าที่ใช้ 4) คุณภาพของผ้าที่ใช้ 5) ขนาดของยางรัดผม 6) ความยืดหยุ่นของยางรัดผม 7) ความแข็งแรงทนทานของยางรัดผม 8) ความทันสมัยของยางรัดผม 9) คุณภาพการตัดเย็บ 10) ประโยชน์ใช้สอยของยางรัดผม และ 11) ราคาของผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้ 1) ขอความอนุเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายวัตถุประสงค์ของการ

วิจัยอย่างชัดเจน 2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยใช้แบบสอบถามกระดาษ (paper-based questionnaire) และ 3) ตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถามเพื่อให้แน่ใจว่ามีความสมบูรณ์และถูกต้องก่อนนำไปวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ

2. ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกสามทาง (three-way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($P \leq 0.05$) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี least significant difference (LSD)

ผลการศึกษา

1. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อมจำนวน 4 รูปแบบ คือ แบบธรรมดา แบบสองชั้น แบบกุ๊นเชือก และแบบติดซิป โดยตัดเย็บจากเศษผ้า 2 ชนิด คือ ผ้าไหมและผ้าซาติน ใน 2 ขนาด คือ ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ รวมทั้งสิ้น 16 ชิ้นงาน ดังแสดงใน Figure 1. - Figure 4.

2. ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

2.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนิสิตหญิงระดับปริญญาตรี อายุ 18-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 และบุคลากรหญิงของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อายุ 26-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 รวมทั้งสิ้น 100 คน โดยร้อยละ 58 ไว้ผมยาวต่ำกว่าไหล่มากกว่า 4 นิ้ว ร้อยละ 51 มีลักษณะผมตรง ร้อยละ 62 มีปริมาณผมปานกลาง และร้อยละ 53 ประสบปัญหาผมร่วง

2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ยางรัดผมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 54 ใช้ยางรัดผมทุกวัน ร้อยละ 59 นิยมใช้ยางรัดผมแบบเส้น ร้อยละ 84 ใช้ยางรัดผมที่ไม่มียี่ห้อ ร้อยละ 72 ซื้อยางรัดผมจากตลาดนัด ร้อยละ 61 มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อมากขึ้นหากยางรัดผมผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ร้อยละ 38 ยังไม่แน่ใจ

2.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยยางรัดผมสครันชี่แบบสองชั้นได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือแบบกุ๊นเชือก (ค่าเฉลี่ย 4.34) แบบติดซิป (ค่าเฉลี่ย 4.28) และแบบธรรมดา (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ เมื่อพิจารณายางรัดผมสครันชี่ในแต่ละรูปแบบจะเห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มพึงพอใจยางรัดผมสครันชี่ที่ทำจากผ้าซาตินมากกว่าที่ทำจากผ้าไหม (Table 1)

Table 1. Consumer satisfaction with hair- and eco-friendly scrunchies

Scrunchies	Consumer satisfaction		
	$\bar{X}$	SD	Level
Simple scrunchies made from silk fabric, small size	4.19	0.51	Very satisfied
Simple scrunchies made from silk fabric, large size	4.18	0.51	Very satisfied
Simple scrunchies made from satin fabric, small size	4.31	0.57	Very satisfied
Simple scrunchies made from satin fabric, large size	4.34	0.51	Very satisfied
Total	**4.25**	**0.53**	**Very satisfied**
Double-layered scrunchies made from silk fabric, small size	4.34	0.48	Very satisfied
Double-layered scrunchies made from silk fabric, large size	4.30	0.49	Very satisfied
Double-layered scrunchies made from satin fabric, small size	4.41	0.48	Very satisfied
Double-layered scrunchies made from satin fabric, large size	4.42	0.44	Very satisfied
Total	**4.37**	**0.47**	**Very satisfied**
Piping scrunchies made from silk fabric, small size	4.29	0.54	Very satisfied
Piping scrunchies made from silk fabric, large size	4.29	0.48	Very satisfied
Piping scrunchies made from satin fabric, small size	4.40	0.53	Very satisfied
Piping scrunchies made from satin fabric, large size	4.39	0.48	Very satisfied
Total	**4.34**	**0.51**	**Very satisfied**
Zipper scrunchies made from silk fabric, small size	4.25	0.53	Very satisfied
Zipper scrunchies made from silk fabric, large size	4.23	0.51	Very satisfied
Zipper scrunchies made from satin fabric, small size	4.32	0.53	Very satisfied
Zipper scrunchies made from satin fabric, large size	4.33	0.53	Very satisfied
Total	**4.28**	**0.53**	**Very satisfied**

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม (Table 2) พบว่า

3.1 รูปแบบของยางรัดผมสครันชี่ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) โดยยางรัดผมสครันชี่แบบสองชั้น (ค่าเฉลี่ย 4.37) ได้รับคะแนนความพึงพอใจมากกว่าแบบติดซิป (ค่าเฉลี่ย 4.28) และแบบธรรมดา (ค่าเฉลี่ย 4.25) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) และยางรัดผมสครันชี่แบบกุ๊นเชือก (ค่าเฉลี่ย 4.34) ได้รับคะแนนความพึงพอใจมากกว่าแบบธรรมดา (ค่าเฉลี่ย 4.25) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$)

3.2 ชนิดของผ้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) โดยยางรัดผมสครันชี่ทำจากผ้าซาติน (ค่าเฉลี่ย 4.37) ได้รับคะแนนความพึงพอใจมากกว่าที่ทำจากผ้าไหม (ค่าเฉลี่ย 4.26) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$)

3.3 ขนาดยางรัดผมสครันชี่ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) โดยยางรัดผมครันชี่ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ได้รับคะแนนความพึงพอใจ 4.31 เท่ากัน

3.4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 2 ปัจจัย คือ รูปแบบของยางรัดผมสครันชี่กับชนิดของผ้า รูปแบบของยางรัดผมสครันชี่กับขนาดของยางรัดผมสครันชี่

และชนิดของผ้ากับขนาดของยางรัดผมสครันชี่ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$)

3.5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 3 ปัจจัย คือ รูปแบบของยางรัดผมสครันชี่ ชนิดของผ้า และขนาดของยางรัดผมสครันชี่ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$)

Table 2. Result of the analysis of variance for the mean consumer satisfaction with hair- and eco-friendly scrunchies

Source of variation	SS	df	MS	F	*P*-value
Scrunchy styles	3.318	3	1.106	4.288	0.005
Fabric types	4.467	1	4.467	17.321	0.000
Scrunchy size	0.004	1	0.004	0.016	0.900
Scrunchy styles × Fabric types	0.174	3	0.058	0.224	0.879
Scrunchy styles × Scrunchy size	0.033	3	0.011	0.042	0.989
Fabric types × Scrunchy size	0.056	1	0.056	0.217	0.642
Scrunchy styles × Fabric types × Scrunchy size	0.044	3	0.015	0.057	0.982
Error	408.540	1584	0.258		
Corrected total	416.636	1599			

4. ความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม

ความเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และราคา สำหรับผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์:

1) ยางรัดผมสครันชี่แบบธรรมดา ใช้งานง่าย

2) ยางรัดผมสครันชี่แบบสองชั้น ควรตกแต่งผ้าชั้นนอก (ผ้าแก้ว) ให้มีลวดลาย เช่น ลายดอกไม้ และควรใช้ผ้าชั้นนอกที่บางลงเพื่อให้เห็นลวดลายของผ้าชั้นใน

3) ยางรัดผมสครันชี่แบบติดซิป เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และเพิ่มประโยชน์ใช้สอย แต่ควรพัฒนาให้ใช้งานสะดวกขึ้น เช่น การปรับขนาดให้ใหญ่ขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อการใส่และหยิบสิ่งของ ควรมีซับในเพื่อปิดเส้นยางด้านในให้ดูสวยงาม อย่างไรก็ตาม หากใส่สิ่งของหนัก เช่น เหรียญ อาจทำให้รู้สึกหนักศีรษะและเสี่ยงที่เส้นผมจะหลุดระหว่างใช้งาน และซิปอาจติดเส้นผมขณะมัดผม

4) ยางรัดผมสครันชี่แบบสองชั้นและแบบกุ๊นเชือกมีรอยตะเข็บปรากฏค่อนข้างชัดเจน ควรปรับปรุงการเย็บให้ประณีตและเรียบร้อยขึ้น

5) ยางรัดผมสครันชี่ทุกรูปแบบมีดีไซน์ที่เรียบง่ายเหมาะกับเสื้อผ้าหลายสไตล์

6) ยางรัดผมสครันชี่ที่ทำจากผ้าไหมเป็นแนวคิดที่ดีมากเพราะไม่พบเห็นในตลาดทั่วไป ผ้าไหมมีความสวยงามแต่เนื้อผ้าค่อนข้างแข็งกระด้าง ควรปรับให้ผ้านุ่มก่อนนำมาทำยางรัดผม

7) ควรพัฒนายางรัดผมสครันชี่ขนาดมินิเพื่อเป็นทางเลือกในการซื้อ และสามารถเข้ากับเสื้อผ้าได้หลายสไตล์มากขึ้น

8) ควรเพิ่มความหลากหลายของสีสันทั้งโทนสีสดและสีอ่อน รวมถึงเพิ่มลวดลายที่ทันสมัยและน่ารัก

9) ควรใช้เส้นยางที่มีความแข็งแรงและยืดหยุ่นมากขึ้นเพื่อยืดอายุการใช้งาน การประเมินความแข็งแรงของยางรัดผมสครันชี่ควรทดสอบการใช้งานในระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้สามารถประเมินได้อย่างแม่นยำ

4.2 ด้านราคา: ราคาค่อนข้างสูง ควรคำนวณราคาให้เหมาะสมกับแต่ละรูปแบบของยางรัดผมสครันชี่

วิจารณ์

1. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ยางรัดผมของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้ยางรัดผมที่ไม่มียี่ห้อและนิยมซื้อจากตลาดนัด ดังนั้น การสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์และการขยายช่องทางจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้น การศึกษาของ Sitdhikornkrai *et al.* (2023) พบว่า ผู้ที่เคยซื้อเครื่องประดับแฟชั่นส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องประดับแฟชั่นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และไลน์ โดยพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลมักเกิดขึ้นทุกวันหรือเกือบทุกวัน อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อเครื่องประดับแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากสามารถเปรียบเทียบราคาได้ก่อนซื้อ ราคาสมเหตุสมผล มีตัวเลือกที่หลากหลาย และสะดวกกว่าการหาซื้อจากแหล่งอื่น นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อยางรัดผมที่ผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสูงถึงร้อยละ 61 ดังนั้น การผลิตยางรัดผมสครันชี่จากเศษผ้าเหลือใช้ (leftover fabric) หรือผ้าค้างสต็อก (deadstock fabric) จากโรงงานผลิตเสื้อผ้า จึงเป็นโอกาสสำคัญในตลาดสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่ง Jolenta and Setiawan (2024) ระบุว่า ผ้าค้างสต็อกไม่ได้ถูกนำมาใช้แค่ผลิตเสื้อผ้าเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปสร้างสรรค์เป็นเครื่องประดับผมสำหรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น ยางรัดผมสครันชี่ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้วัสดุเหลือใช้และลดของเสียในอุตสาหกรรมสิ่งทอ

2. จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ที่เป็นมิตรต่อเส้นผมและสิ่งแวดล้อม พบว่า

2.1 รูปแบบของยางรัดผมสครันชี่ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) โดยยางรัดผมสครันชี่แบบสองชั้นได้รับคะแนนความพึงพอใจมากกว่าแบบติดซิปและแบบธรรมดา และยางรัดผมสครันชี่แบบกุ๊นเชือกได้รับคะแนนความพึงพอใจมากกว่าแบบธรรมดาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ยางรัดผมสครันชี่ 2 แบบนี้ ได้รับความพึงพอใจมากกว่าคือ ความสวยงามและความสะดุดตาของการออกแบบ กล่าวคือ ยางรัดผมสครันชี่แบบสองชั้น ใช้ผ้าชั้นนอกเป็นผ้าแก้วสีขาว ซึ่งช่วยเพิ่มความหรูหราและโดดเด่น ส่วนยางรัดผมสครันชี่แบบกุ๊นเชือก มีการตกแต่งริมนอกด้วยผ้ากุ๊นหุ้มเชือกสีขาว เพิ่มความละเอียดอ่อนและน่าดึงดูด ดังที่ Chonsakorn (2005) อธิบายว่า การตกแต่งเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายช่วยเพิ่มความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ เพิ่มมูลค่า และบ่งบอกรสนิยมของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี

2.2 ชนิดของผ้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) โดยยางรัดผมสครันชี่ที่ทำจากผ้าซาติน ได้รับคะแนนความพึงพอใจมากกว่าที่ทำจากผ้าไหม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) เนื่องจากผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าผ้าไหมมีเนื้อค่อนข้างแข็งและผิวสัมผัสกระด้าง ในขณะที่ ผ้าซาตินมีเนื้อนุ่มและให้สัมผัสที่สบายกว่า ดังที่ Boonla (2010) อธิบายว่า ผ้าซาตินมีโครงสร้างการทอที่มีเส้นด้ายลอยยาวบนหน้าผ้า ทำให้เนื้อผ้าเรียบ เงามัน นุ่มลื่น ให้ความรู้สึกหรูหรา และยังมีคุณสมบัติไม่ยับง่ายและสามารถโค้งงอได้ดี ในขณะที่ผ้าไหมมักผ่านการตกแต่งสำเร็จด้วยการอาบน้ำยาเพื่อทำให้เนื้อผ้าแข็งอยู่ตัว เพิ่มความเงางาม รีดง่าย ไม่หดตัว และสะดวกต่อการตัดเย็บ (Prateepavanich *et al.*, 2018) นอกจากนี้ เศษผ้าไหมที่นำมาตัดเย็บ

เป็นยางรัดผมได้ผ่านการรีดผ้ากาวแล้ว ซึ่งอาจส่งผลต่อความนุ่มของเนื้อผ้า ดังนั้น ในการผลิตเพื่อจำหน่ายควรพิจารณาการนำผ้ากาวออกจากเศษผ้าไหมก่อนการตัดเย็บ เพื่อให้เนื้อหามีสัมผัสที่นุ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2.3 ขนาดยางรัดผมสครันชี่ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) ซึ่งอาจเป็นเพราะ ยางรัดผมสครันชี่ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มีขนาดที่ใกล้เคียงกันมาก ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกแตกต่างในการใช้งาน

สรุป

ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ทุกรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบของยางรัดผม และด้านชนิดผ้า มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) ในขณะที่ ปัจจัยด้านขนาด รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 2 ปัจจัย และ 3 ปัจจัย ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางรัดผมสครันชี่ให้มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ และขนาดที่หลากหลาย เพื่อรองรับการใช้งานในโอกาสต่าง ๆ รวมทั้งจัดจำหน่ายผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และควรเน้นการประชาสัมพันธ์จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพที่ดี และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

Boonla, S. 2010. Knowledge About Woven Fabrics. Thailand Textile Institute, Bangkok. 162 p. (in Thai)

Chonsakorn, S. 2005. Materials and Trims for Garments. Sai Tam Publishing, Bangkok. 144 p. (in Thai)

Haq, U. N. and S. M. Rakifull Alam. 2023. Implementing circular economy principles in the apparel production process: Reusing pre-consumer waste for sustainability of environment and economy. Cleaner Waste Systems 6 (2023) 100108: 1-11.

Jolenta, R. S. and J. H. Setiawan. 2024. The branding process of upcycling product tea time label as eco-friendly product through social media marketing. KOMITMEN: Journal Ilmiah Manajemen 5(2): 13-21.

Kumar, A. 2024. An eco-friendly alternative to orange peel, sustainable fashion hair accessories. Journal of Research in Vocational Education 6(9): 51-56.

Metthaweechai, N. 1999. Statistics for Research. Thonburi Rajabhat University, Bangkok. 137 p. (in Thai)

Ofori, E. A., B. D. Akweley, B. Eghan, R. K. Seidu and R. Acquaye. 2025. A review on upcycling as a strategic marketing tool for sustainability in the fashion industry. Journal of Responsible Production and Consumption 2(1): 1-24.

Prateepavanich, S., K. Nopudomphan, N. Inchan and P. Virunanont. 2018. A study of Thai ikat silk's fabrication: Case study at Pak Thong Chai district, Nakhon Ratchasima province. Institute of Culture and Arts Journal Srinakharinwirot University 20(1): 146-159. (in Thai)

Silasut, A. 1996. Knowledge About Fabrics. Sangsarn-Wichakarn, Bangkok. 508 p. (in Thai)

Sitdhikornkrai, K., K. Intaratat and P. Lomchawakarn. 2023. Information exposure and fashion accessories buying decision behavior. Interdisciplinary Academic and Research Journal 3(4): 147-166. (in Thai)

Srisa-ard, B. 1996. The translation of results when using a data aggregation tool based on a rating scale. Journal of Educational Measurement Mahasarakham University 2(1): 64-70. (in Thai)

Volume 13, Issue 3, September – December 2025

Journal for Community Development and Life Quality

1. Social Return on Investment (SROI) of Creative City Gastronomy Tourism Activities in Phetchaburi Province
Parinya Nakpathom, Krittipat Pitchayadejanant, Sakul Sirikit, Katchaphon Janpetch and Panpuemsak Arrune..... 312
2. Key Factors in Preserving Cultural Identity Affecting Senior Tourism: A Case Study of Bang Luang Market (122 R.E., 1893 A.D.)
Tommanee Sooksai, Anake Nammakhunt and Anchalee Hiranphaet..... 322
3. Elevating Local Food to Soft Power of the Tai Yo Community in Ban Phon, Tha Uthen District, Nakhon Phanom Province to Promote Local Food Culture Through Digital Media
Nisagorn Puttawong, Kongrit Riwong, Rattana Suwannatip and Buntham Khakhanmanee..... 333
4. Entrepreneurial Competency in Digital Era of Students
Sasiphisut Hongsombud, Supawadee Isanapong, Rapheephan Phonginwong and Sasipimmas Hongsombud..... 343
5. Development of a Self-learning Kit for Community Public Health Volunteers: Strategies for Promoting Family Health through Consumption and Utility Water Quality Assessment (Community Health Surveillance Innovation) in Saluang Community, Mae Rim District, Chiang Mai Province
Chatsiri Wiphawin..... 353
6. Development of management model of Small-scale Swine Raisers Community Enterprise Groups in Thung Hang Village, Thung Phueng Sub-district, Chae Hom District, Lampang Province
Dararat Thatrak, Punchaporn Srichanapun, Natnaree Thongdeepan and Punsa Ruannoy..... 363
7. Amorphous Community Development: Concept, Theory, and Practice
Cholnapa Anukul..... 376
8. The Management and Accounting Potential of Community Enterprise that Leads to Success
Watcharin Akkasreworn and Yuttana Pakanan..... 387
9. Development of Cotton Yarn Dyeing Process from Natural Materials of Mudmee Weaving Group, Ban Sanam Bin, Um Chan Subdistrict, Kusuman District, Sakon Nakhon Province
Uthumporn Lordko..... 397
10. Product Development and Online Marketing with Community Participation to Enhance the Value of Local Resources
Daorathar Weerapan, Jureemart Deeammart , Thitima Kesahorm and Duangduan Wattanuruk..... 407
11. Marketing Mix Factors Influencing Parents' Decisions to Purchase Youth Football Courses in the Bang Na District: A Case Study on Female Youth Athletes
Supawut apinonkul, Archavit Choengklinchan and Supakorn Tunvaravuttichai..... 420
12. Factors Influencing Consumer Satisfaction with Hair- and Eco-Friendly Scrunchies
Narueporn Bootphet and Walapa Tamthong..... 429

วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต
สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.)
โทร 053-942476, 087-6560160 อีเมล์: journals.unrn@gmail.com

ISSN: 3057-1839 (Print) ISSN: 3057-1847 (Online)