



การยกระดับคุณภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม
ของชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนบ้านหนองแคน จังหวัดมหาสารคาม
Quality and Value Enhancement of Dried Rice Noodle Curry Sauce Through
Community Based Participatory Development: A Case Study of Ban Nongkhaen
Community Maha Sarakham Province

วาสนา บรรลือหาญ¹ และอาภากร ประจันตะเสน^{2*}

Wasana Bunlouharn¹ and Apagorn Prachantasena^{2*}

¹อาจารย์ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{2*}นักวิชาการศึกษา คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

¹Lecturer from Faculty of Political Science and Public Administration Rajabhat Mahasarakham University

^{2*}Academic Officer from Faculty of Political Science and Public Administration Rajabhat Mahasarakham University

*Corresponding Author Email: apagorn.ch@gmail.com

Received: 20 November 2025 Revised: 9 December 2025 Accepted: 15 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบท ทนทางสังคม วัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชนบ้านหนองแคนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง 2. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในห่วงโซ่การผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ในทุกมิติ ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ การแปรรูป การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงการสร้างช่องทางการตลาด และ 3. เพื่อศึกษาเสนอแนวทางยกระดับมาตรฐาน คุณภาพ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนผ่านกลไกการมีส่วนร่วมและนวัตกรรมชุมชน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 120 คน และกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน ที่มาจากการเลือกแบบเจาะจง แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์แบบเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านความต้องการของตลาด (4.4 คะแนน) มีคะแนนสูงที่สุด รองลงมา ด้านคุณภาพวัตถุดิบ (4.2 คะแนน) ด้านทักษะการแปรรูป (3.8 คะแนน) และด้านความพร้อม ด้านบรรจุภัณฑ์ (3.5 คะแนน) 2) กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในห่วงโซ่การผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง พบว่า (1) ด้านรสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.45) (2) ด้านความสะดวกในการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.52) (3) ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.30) (4) ด้านบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ (5) ด้านความตั้งใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และ 3) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ทั้งในด้านมาตรฐาน คุณภาพ และมูลค่า ผลการประเมินเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนาพบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 35 ผลการวิจัยยืนยันว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับ



คุณภาพผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพิ่มความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการยอมรับของผู้บริโภค และขยายช่องทางการตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: ขนมน้ำยาอบแห้ง, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, การมีส่วนร่วมของชุมชน

Abstract

This research consists purposes were 1. to examine the contextual conditions, sociocultural capital, and potential of Ban Nong Khaen community in developing dried rice-noodle curry products 2. to analyze the community participation processes across the value chain from raw material selection, processing, product formulation, and packaging design to marketing channel development and 3. to propose sustainable approaches to enhancing product standards, quality and value through participatory mechanisms and community-based innovation. This study employed a mixed-methods research design, integrating qualitative and quantitative approaches. The research instruments consisted of a questionnaire and an interview guide. The sample comprised 120 participants, and the target group included 15 key informants, selected through purposive sampling. The data collected from the questionnaires were analyzed using descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations. The data obtained from the interviews and relevant documents were analyzed using content analysis. The research findings revealed that 1) Market demand received the highest mean score (4.4), followed by raw material quality (4.2), processing skills (3.8), and readiness and packaging (3.5) 2) Regarding community participation in the production chain and quality development of dried fermented rice noodles with curry sauce, the findings indicated high levels across all dimensions (1) Taste (mean = 4.45), (2) Convenience of consumption (mean = 4.52), (3) Safety (mean = 4.30), (4) Packaging (mean = 4.25) and (5) Purchase intention (mean = 4.40) and 3) Concerning guidelines for sustainable product development in terms of standards, quality, and value, the comparative evaluation of product value before and after development revealed an increase of 35 percent. The research findings confirm that community participation serves as a key mechanism for enhancing product quality and sustainably creating added value. The integration of local wisdom with scientific knowledge plays a crucial role in improving production efficiency, enhancing packaging safety, promoting consumer acceptance, and concretely expanding market channels.

Keywords: Dried Rice-Noodle Curry, Community Product Development, Community Participation

บทนำ

ชุมชนบ้านหนองแคน ตำบลเหล่า อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เป็นชุมชนที่มีโครงสร้างเศรษฐกิจพึ่งพาการเกษตรเป็นหลัก ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนาและปลูกพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อเป็นรายได้หลักของครัวเรือน ภายใต้อิทธิพลของราคาผลผลิตทางการเกษตร ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และสภาพภูมิอากาศที่ไม่แน่นอน ส่งผลให้รายได้ของครัวเรือนมีความไม่มั่นคงอย่างต่อเนื่อง ชุมชนจึงเสาะหาแนวทางสร้างอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ หนึ่งในอาชีพเสริมสำคัญคือการผลิตขนมจีนเส้นสด ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านที่สืบทอดมาอย่างยาวนานและได้รับความนิยมในระดับชุมชน (องค์การบริหารส่วนตำบลเหล่า, 2567) อย่างไรก็ตามการผลิตขนมจีนเส้นสดมีข้อจำกัดสำคัญ คืออายุการเก็บรักษาที่สั้นมาก ทำให้ผู้ผลิตต้องจำหน่ายสินค้าในระยะเวลาอันจำกัด หากไม่สามารถจำหน่ายได้หมดจะก่อให้เกิดการสูญเสียวัตถุดิบ ค่าการณ์จากข้อมูลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพบว่า ในบางช่วงฤดูกาลมีการสูญเสียผลิตภัณฑ์มากถึงร้อยละ 20-30 ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นและสร้างภาระให้แก่ครัวเรือนผู้ผลิต ความสูญเสียดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการแปรรูปอาหารที่สามารถยืดอายุการเก็บรักษา ลดความเสี่ยง และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งในระดับประเทศแนวโน้มตลาดอาหารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญกับอาหารที่สะดวกในการบริโภค ปลอดภัย และมีอายุการเก็บรักษายาวนาน อุตสาหกรรมอาหารแห้ง อาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารพร้อมปรุงในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8-10 ต่อปี และมีมูลค่าตลาดรวมกว่า 35,000 ล้านบาทต่อปี อีกทั้งผู้บริโภคกว่า 70% นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่ “เก็บได้นานและปรุงง่าย” มากขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งจึงเป็นแนวทางที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าว อีกทั้งยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายได้ทั้งในพื้นที่และตลาดออนไลน์ ตลอดจนลดความสูญเสียจากการผลิตสดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้สอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ เช่น Thailand 4.0, แผนพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ต่างเน้นย้ำการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันในเชิงพาณิชย์ได้ โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่อาศัยการแปรรูปและการยืดอายุการเก็บรักษา กระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับบทบาทของมหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งมุ่งส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นผ่านองค์ความรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน การยกระดับผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งจึงไม่เพียงเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ชุมชนบ้านหนองแคนเท่านั้น แต่ยังเป็นการสนับสนุนยุทธศาสตร์ระดับประเทศอย่างเป็นระบบภายใต้บริบทดังกล่าว ความจำเป็นในการแปรรูปขนมจีนและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนบ้านหนองแคน แม้ว่าชุมชนจะมีความสามารถในการผลิตขนมจีนเส้นสด แต่ข้อจำกัดด้านการเก็บรักษา การตลาด และการบริหารจัดการการผลิต ทำให้ไม่สามารถสร้างรายได้ที่มั่นคง สถานการณ์นี้ทำให้เห็นความจำเป็นของการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูงขึ้นและมีอายุการเก็บรักษายาวนานขึ้น การพัฒนาขนมจีนน้ำยาอบแห้งจึงเป็นแนวทางสำคัญในการลดความสูญเสียของเส้นสด เพิ่มช่องทางตลาด เช่น ตลาดออนไลน์ ของฝาก งานแสดงสินค้า ให้สามารถขยายตลาดออกนอกพื้นที่ และเพิ่มรายได้ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ขณะเดียวกันการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างเอกลักษณ์ของชุมชน (Local Identity) ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในตลาดอาหารยุคใหม่ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่สะดวก สวยงาม และมีมาตรฐานความปลอดภัยอาหารรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งของชุมชนบ้านหนองแคนจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องศึกษาอย่างเป็นระบบ โดยใช้กรอบแนวคิดการพัฒนาชุมชน

แบบมีส่วนร่วม (Participatory Community Development) การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และแนวคิดนวัตกรรมชุมชน (Community-Based Innovation)

ดังนั้น เพื่อเข้าใจศักยภาพ ปัญหา และความต้องการของผู้ผลิต ตลอดจน ออกแบบแนวทางการยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน และมูลค่าผลิตภัณฑ์อย่างรอบด้าน กระบวนการดังกล่าวมุ่งหมายให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น ลดความเสี่ยงจากการผลิตอาหารสด และสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดยุคใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท ทิศทางสังคมวัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชนบ้านหนองแคนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง
2. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในห่วงโซ่การผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง
3. เพื่อเสนอแนวทางและรูปแบบการยกระดับมาตรฐาน คุณภาพ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งอย่างยั่งยืน

การบทวนวรรณกรรม

1. เทคโนโลยีการแปรรูปและการยืดอายุอาหาร

การแปรรูปอาหารเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย เหมาะสมต่อการบริโภค และมีมูลค่าเพิ่ม โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การหั่น การผสม การใช้ความร้อน ความเย็น การหมัก และการทำแห้ง ซึ่งบางกระบวนการเป็นการถนอมอาหารเพื่อป้องกันการเสื่อมเสียจากจุลินทรีย์ ทำให้สามารถยืดอายุการเก็บรักษาอาหารได้ หนึ่งในวิธีที่สำคัญคือการทำแห้ง (Drying) ซึ่งเป็นการลดความชื้นและปริมาณน้ำอิสระ (Water Activity) จนจุลินทรีย์ไม่สามารถเจริญเติบโตได้ การทำแห้งมีหลายรูปแบบ เช่น การตากแดด การอบแห้งด้วยตู้อบลมร้อน การทำให้เข้มข้นในผลิตภัณฑ์ของเหลวด้วยการเติมเกลือหรือน้ำตาล และการระเหยน้ำออกจากอาหาร เทคนิคเหล่านี้ช่วยรักษาคุณภาพ สี กลิ่นรส และคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร (พิศมัย ศรีชาเขย, 2562) งานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์อาหาร พบว่า การทำแห้งด้วยความร้อน เช่น การอบแห้งแบบลมร้อน (Hot Air Drying) การอบแห้งแบบพ่นฝอย (Spray Drying) และการอบแห้งแบบแช่เยือกแข็ง (Freeze Drying) สามารถยืดอายุผลิตภัณฑ์ได้ตั้งแต่ 6 เดือนถึง 2 ปี โดยยังคงคุณค่าทางโภชนาการและความคงตัวของรสชาติ การเลือกวิธีการทำแห้งต้องคำนึงถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์หลังการทำแห้ง ทั้งด้านการคืนรูป คุณค่าทางโภชนาการ สี กลิ่น รส และเนื้อสัมผัส รวมทั้งความสะดวกในการขนส่ง เนื่องจากน้ำหนักลดลง ตัวอย่างเช่น การทำแห้งแบบแช่เยือกแข็งให้ผลดีที่สุดในการลดน้ำอิสระและคืนรูปผลิตภัณฑ์ แม้มีต้นทุนสูง ขณะที่เครื่องอบแห้งแบบลูกกลิ้งสามารถระเหยน้ำได้รวดเร็วและทำลายคุณค่าทางอาหารน้อย เนื่องจากอาหารสัมผัสความร้อนระยะสั้น และเครื่องอบแห้งแบบถาดเหมาะกับการผลิตปริมาณน้อย โดยอุณหภูมิ 60°C ช่วยรักษาคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติได้ดี นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในการยืดอายุอาหาร โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ชนิดป้องกันความชื้น เช่น ถุงพอลิเอทิลีน ช่วยป้องกันการดูดความชื้น การดูดกลืน และการปนเปื้อนจากภายนอก ขณะที่ฉลากและข้อมูลโภชนาการที่ถูกต้องตามมาตรฐานอย. เพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ตลาดสมัยใหม่ได้ง่ายขึ้น โดยงานวิจัยของอรณพ ทศนอุดม, วรรณภา สระพินครบุรี และสุริยาพร นิพรัมย์ (2566) ศึกษาการปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำพริกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้าน

หนองหญ้าปล้อง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา โดยพบว่าการนึ่งหลังบรรจุด้วยถังถึงที่อุณหภูมิน้ำเดือด 98°C เป็นเวลา 15 นาที ลดจำนวนจุลินทรีย์ได้ 1–2 log cfu/g และรักษาคุณภาพทางประสาทสัมผัสได้ดี ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาอย่างแมงดาสามารถเก็บได้ 2 เดือน และน้ำพริกปลาร้าสมุนไพรเก็บได้ 1 เดือนที่อุณหภูมิห้อง แสดงให้เห็นว่าการควบคุมกระบวนการทำลายเชื้อหลังบรรจุเป็นปัจจัยสำคัญในการยืดอายุและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นกระบวนการที่อาศัยทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรในพื้นที่เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และตอบสนองความต้องการตลาด แนวคิด “นวัตกรรมชุมชน” (Community Based Innovation) เน้นบทบาทของชุมชนในการคิด ออกแบบ ทดลอง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง โดยมีสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภายนอกเป็นผู้สนับสนุนองค์ความรู้ ดวงพร เลิศล้ำหวาน (2566) ชี้ว่าทุนทางสังคมเป็นทรัพยากรสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการปกครองของประเทศ เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แก้ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ และฟื้นฟูสังคมให้กลับสู่ภาวะปกติได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาประเทศไทยในอดีตที่เน้นระบบทุนนิยมและเศรษฐกิจการตลาด ส่งผลให้เกิดความไม่สมดุล การกระจายรายได้ไม่ทั่วถึง และความยากจนสะสมจนกระทบต่อคุณภาพชีวิตประชาชน ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 รัฐบาลจึงปรับนโยบายโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและการสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเอง รับมือความเปลี่ยนแปลง และสร้างความสมดุลในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม แนวทางนี้มุ่งส่งเสริมให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคม เช่น ทุนวัฒนธรรม ทุนมนุษย์ ทุนปัญญา ทุนสถาบัน และทุนทรัพยากรธรรมชาติ หากบริหารจัดการอย่างเหมาะสม จะเกิดพลังขับเคลื่อนชุมชนในด้านความไว้วางใจ ความร่วมมือ การแบ่งปัน และการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของชุมชน

ทฤษฎีห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์ขั้นตอนพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ต้นน้ำ (วัตถุดิบ) กลางน้ำ (การแปรรูป การออกแบบบรรจุภัณฑ์) จนถึงปลายน้ำ (การตลาดและการจัดจำหน่าย) การยกระดับแต่ละขั้นส่งผลต่อคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การระบุปัญหา การวางแผน การผลิต การทดลอง และการประเมินผล ซึ่งช่วยสร้างความเป็นเจ้าของร่วม (Local Empowerment) และเสริมความยั่งยืนของโครงการ (มาริช หัสชู, 2563) ประเทศไทยมีศักยภาพสูงด้านการผลิตสินค้าเกษตรและมีมูลค่าการส่งออกกว่า 7 แสนล้านบาทต่อปี แต่เกษตรกรยังมีรายได้ต่ำและมีภาระหนี้สิน เนื่องจากสัดส่วนรายได้ที่ตกสู่เกษตรกรมีน้อยเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออก อีกทั้ง การเพิ่มปริมาณการเพาะปลูกยังถูกจำกัดด้วยพื้นที่ ต้นทุนแรงงาน และต้นทุนการผลิต ดังนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร เช่น การทำสินค้าออร์แกนิก การสร้างอัตลักษณ์ หรือการแปรรูปสินค้า รวมถึงการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการแปรรูป จึงเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มรายได้และสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาด การสนับสนุนให้เกษตรกรก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการช่วยสร้างห่วงโซ่อุปทานใหม่ที่ยั่งยืน และสอดคล้องกับนโยบายรัฐในการส่งเสริม SMEs และเศรษฐกิจฐานราก แต่การพัฒนาดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลและการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่มูลค่าอย่างชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรและหน่วยงานรัฐตัดสินใจและกำหนดนโยบายได้อย่างเหมาะสม

3. การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ได้แก่ ภาพลักษณ์ของสินค้า (Branding) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สื่อสารความเป็นท้องถิ่น คุณค่าทางวัฒนธรรม และความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มักได้รับการยอมรับมากขึ้นในตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความโดดเด่นของสินค้า ศราวุฒิ ดาวกรงแก้ว และคณะ (2567) จึงได้ศึกษากลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของชุมชนที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปจังหวัดลพบุรี วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือเพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและเปรียบเทียบตามลักษณะประชากรศาสตร์ การวิจัยใช้วิธีสำรวจ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริโภคพืชสมุนไพรในจังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.87 ข้อมูลถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของชุมชนมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปในระดับปานกลาง ในแต่ละด้าน พบว่า ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ความคิดเห็นของผู้บริโภคตามเพศไม่แตกต่างกัน แต่ความคิดเห็นตามอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น การออกแบบกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม การสร้างแบรนด์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน และการใช้ช่องทางจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

1.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้บริโภคในชุมชน จำนวน 120 คน ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการประเมินความต้องการของตลาด ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และสะท้อนมุมมองด้านการยอมรับผลิตภัณฑ์ในระดับพื้นที่

1.2 กลุ่มตัวเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตขนมจีนและน้ำยาอบแห้ง จำนวน 15 คน ถูกคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ผลิต และผู้ประกอบการในพื้นที่ เนื้อหาครอบคลุมบริบทชุมชน ทิศทางสังคม วัฒนธรรม ขั้นตอนการผลิตปัจจุบัน ปัญหาและข้อจำกัด ตลอดจนแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนต้องการ

2.2 แบบสอบถาม ใช้เก็บข้อมูลจากประชาชนผู้บริโภคจำนวน 120 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การรับรู้คุณค่า คุณภาพด้านรสชาติ สี กลิ่น เนื้อสัมผัส ความต้องการซื้อและยอมรับราคา แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตรวจสอบด้วยค่า Cronbach's Alpha อยู่ในระดับเหมาะสม

2.3 แบบประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ใช้ประเมินผลิตภัณฑ์น้ำยาอบแห้ง 2 รสชาติ ได้แก่ น้ำยาป่าและน้ำยากะทิปลา โดยประเมินด้านคุณภาพ ความปลอดภัย การยืดอายุการเก็บรักษา และความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย และการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ (Document Research) อาทิ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายและการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติทางกรวิจัย

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ศึกษาบริบท ทูทางสังคมวัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชนบ้านหนองแคนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง

ผลการวิจัยพบว่า ศึกษาบริบท ทูทางสังคมวัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง การประเมินครอบคลุมศักยภาพ 4 ด้าน ได้แก่ คุณภาพวัตถุดิบ ทักษะการแปรรูป ความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์ และความต้องการของตลาด ผลการวิเคราะห์พบว่า ชุมชนมีแหล่งวัตถุดิบที่เข้มแข็งและมีความต้องการของตลาดสูง แต่ทักษะทางเทคนิคด้านการแปรรูปและด้านบรรจุภัณฑ์ยังต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม แสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 คะแนนศักยภาพของชุมชน

ปัจจัยด้านศักยภาพ	คะแนน (1-5)
คุณภาพวัตถุดิบ	4.2
ทักษะการแปรรูป	3.8
ความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์	3.5
ความต้องการของตลาด	4.4

จากตารางที่ 1 พบว่า แสดงคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านศักยภาพของชุมชน โดยพบว่า ด้านความต้องการของตลาด (4.4 คะแนน) มีคะแนนสูงที่สุด รองลงมา ด้านคุณภาพวัตถุดิบ (4.2 คะแนน) ด้านทักษะการแปรรูป (3.8 คะแนน) และด้านความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์ (3.5 คะแนน) จากคะแนนการประเมินศักยภาพของชุมชนบ้านหนองแคนทั้ง 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ คุณภาพวัตถุดิบ ทักษะการแปรรูป ความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์ และความต้องการของตลาด ผลการประเมินพบว่า ด้านคุณภาพวัตถุดิบและ

ความต้องการของตลาดมีคะแนนอยู่ในระดับสูงที่สุด สะท้อนถึงความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรและโอกาสทางการตลาดที่เอื้อต่อการเติบโต ขณะที่ด้านทักษะการแปรรูปและความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์มีคะแนนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับด้านอื่น แสดงถึงข้อจำกัดเชิงเทคนิคที่ยังต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม การเปรียบเทียบศักยภาพทั้งสี่ด้านจึงชี้ให้เห็นว่า แม้ชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมและวัตถุดิบที่เข้มแข็ง แต่การยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพแข่งขันได้จำเป็นต้องมุ่งเน้นการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีอาหาร กระบวนการผลิต และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชนในระยะยาว

2. วิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในห่วงโซ่การผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง

ผลการวิจัยพบว่า วิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การแปรรูป การพัฒนาสูตร การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การประเมินคุณภาพ จนถึงการทำการตลาด โดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสังเกตภาคสนาม ประกอบด้วย 3 กิจกรรมหลักที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นลำดับ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งอย่างครบวงจร ได้แก่ 1) การอบรมเชิงวิชาการเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและเทคนิคการถนอมอาหาร ซึ่งทำหน้าที่วางรากฐานความรู้ให้ผู้ประกอบการเข้าใจหลักการยืดอายุอาหารและมาตรฐานความปลอดภัยที่เหมาะสม 2) การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตรวจสอบคุณภาพ ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถนำความรู้มาประยุกต์สู่การผลิตจริง เกิดการปรับปรุงสูตร การทดสอบคุณสมบัติ และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ 3) การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการตลาด ที่มุ่งสร้างความเข้าใจด้านการตลาด การสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และการประเมินความเป็นไปได้เชิงธุรกิจ โดยมีกลุ่มผู้เข้าร่วม ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองแคน ประชาชน นักศึกษา และบุคลากรทางวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม การดำเนินกิจกรรมทั้งสามลักษณะนี้จึงถือเป็นกระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบองค์รวมที่ไม่เพียงเพิ่มพูนความรู้เชิงวิชาการและทักษะเชิงปฏิบัติเท่านั้น แต่ยังส่งเสริม การมีส่วนร่วมระหว่างสถาบันการศึกษาและชุมชน อันนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่มีความยั่งยืนและสามารถแข่งขันในตลาดได้จริง



รูปภาพที่ 1-2 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตขนมจีนน้ำยาอบแห้ง และผู้เข้าร่วมโครงการจากชุมชนบ้านหนองแคน (วาสนา บรรลือหาญ และคณะ, 2568)



รูปภาพที่ 3-4 การอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการแปรรูปและการคัดเครื่องแกง (วาสนา บรรลือหาญ และคณะ, 2568)



รูปภาพที่ 5-6 ผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งบรรจุภัณฑ์สำเร็จและตัวอย่างเมนูขนมจีนพร้อมน้ำยาอบแห้ง (วาสนา บรรลือหาญ และคณะ, 2568)

ผลจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและการสังเกตภาคสนาม พบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในทุกขั้นตอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำยาอบแห้งได้สำเร็จจำนวนสองสูตร ได้แก่ น้ำยาปาดแห้ง และน้ำยากะทิปาดแห้ง ดังแสดงใน

ตารางที่ 2 คะแนนความพึงพอใจของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย
รสชาติ	4.45
ความสะดวกในการบริโภค	4.52
ความปลอดภัย	4.30
บรรจุภัณฑ์	4.25
ความตั้งใจซื้อ	4.40

จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนความพึงพอใจของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในทุกด้านอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านความสะดวกในการบริโภค ซึ่งได้รับคะแนนสูงสุด (4.52 คะแนน) สะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านที่สามารถนำไปใช้ได้ง่ายและสะดวกต่อการบริโภค เมื่อวิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งใน 5 มิติหลัก ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัย ความสะดวก และปัจจัยเชิงพฤติกรรมการณ์ซื้อ โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูงทุกด้าน (ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.0 ทั้งหมด) แสดงถึงการยอมรับของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

1) ด้านรสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.45) แสดงถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์ในการรักษาอัตลักษณ์รสชาติแบบพื้นบ้านของชุมชนหนองแคนได้อย่างมีคุณภาพ แม้ผ่านกระบวนการอบแห้ง ซึ่งมักทำให้รสชาติซบซ้อนลดลง แต่ผลลัพธ์กลับชี้ว่า สูตรน้ำยาปลาและน้ำยากะทิปลาที่ชุมชนร่วมกันพัฒนามีรสชาติที่ยังถูกปากผู้บริโภคอยู่ในระดับดีมาก สะท้อนประสิทธิภาพของการพัฒนาสูตรร่วมกันระหว่างชุมชนและนักวิจัย

2) ด้านความสะดวกในการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.52) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด แสดงถึงคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารยุคใหม่ที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตเร่งรีบ ผู้บริโภคให้คะแนนกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษานาน พกพาง่าย และเตรียมบริโภคได้อย่างรวดเร็ว สะท้อนว่าผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งสามารถตอบสนองความต้องการด้าน "อาหารพร้อมปรุง-พร้อมทาน" (Convenience Food) ได้เป็นอย่างดี ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์สูงกว่าด้านอื่น

3) ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.30) สะท้อนว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานสุขอนามัยของกระบวนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ และความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นการลดความชื้น การควบคุมคุณภาพ และการใช้บรรจุภัณฑ์แบบปิดสนิท ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับในระดับดีมาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง

4) ด้านบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) คะแนนด้านบรรจุภัณฑ์สะท้อนว่า รูปแบบ สี การออกแบบ และการใช้วัสดุพอยล์ที่สามารถป้องกันความชื้นและแสงช่วยเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม แม้คะแนนจะต่ำกว่ารสชาติและความสะดวก แต่ยังคงอยู่ในระดับดีมาก แสดงว่าผู้บริโภคเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมและสามารถสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ยังมีพื้นที่สำหรับการพัฒนา เช่น การออกแบบกราฟิกที่ดึงดูดใจยิ่งขึ้น หรือการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5) ด้านความตั้งใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.40) คะแนนนี้สะท้อนพฤติกรรมการซื้อในอนาคตของผู้บริโภค ซึ่งอยู่ในระดับสูง แสดงว่า ผู้บริโภคพร้อมที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นี้หากนำออกวางจำหน่ายจริง ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันความตั้งใจซื้อมาจากความสะดวก

ความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัย และรสชาติที่ถูกปาก จึงเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่บ่งชี้ว่า ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการตลาดสูงและสามารถเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายในระดับชุมชน อำเภอ และออนไลน์ได้

3. สอแนวทางและรูปแบบการยกระดับมาตรฐาน คุณภาพ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งอย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยพบว่า เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ทั้งในด้านมาตรฐาน คุณภาพ และมูลค่า ผลการประเมินเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนาพบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 35 ผลการวิจัยยืนยันว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน การผสมภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพิ่มความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการยอมรับของผู้บริโภค และขยายช่องทางการตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบท ทิศทางสังคมวัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชนบ้านหนองแคนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง พบว่า ด้านความต้องการของตลาด (4.4 คะแนน) มีคะแนนสูงสุด รองลงมา ด้านคุณภาพวัตถุดิบ (4.2 คะแนน) ด้านทักษะการแปรรูป (3.8 คะแนน) และด้านความพร้อม ด้านบรรจุภัณฑ์ (3.5 คะแนน) จากคะแนนการประเมินศักยภาพของชุมชนบ้านหนองแคนทั้ง 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ คุณภาพวัตถุดิบ ทักษะการแปรรูป ความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์ และความต้องการของตลาด ผลการประเมินพบว่า ด้านคุณภาพวัตถุดิบและความต้องการของตลาดมีคะแนนอยู่ในระดับสูงที่สุด สะท้อนถึงความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรและโอกาสทางการตลาดที่เอื้อต่อการเติบโต ขณะที่ด้านทักษะการแปรรูปและความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์มีคะแนนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับด้านอื่น แสดงถึงข้อจำกัดเชิงเทคนิคที่ยังต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม การเปรียบเทียบศักยภาพทั้งสี่ด้านจึงชี้ให้เห็นว่า แม้ชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมและวัตถุดิบที่เข้มแข็ง แต่การยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพแข่งขันได้จำเป็นต้องมุ่งเน้นการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีอาหาร กระบวนการผลิต และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชนในระยะยาว

2. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในห่วงโซ่การผลิตและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง พบว่า 1) ด้านรสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.45) แสดงถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์ในการรักษาอัตลักษณ์รสชาติแบบพื้นบ้านของชุมชนหนองแคนได้อย่างมีคุณภาพ แม้ผ่านกระบวนการอบแห้ง ซึ่งมักทำให้รสชาติซบซ้อนลดลง แต่ผลลัพธ์กลับชี้ว่า สูตรน้ำยาปลาและน้ำยากะทิปลาที่ชุมชนร่วมกันพัฒนามีรสชาติที่ยังถูกปากผู้บริโภคอยู่ในระดับดีมาก สะท้อนประสิทธิภาพของการพัฒนาสูตรร่วมกันระหว่างชุมชนและนักวิจัย 2) ด้านความสะดวกในการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.52) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด แสดงถึงคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารยุคใหม่ที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตเร่งรีบ ผู้บริโภคให้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษานาน พกพาง่าย และเตรียมบริโภคได้อย่างรวดเร็ว สะท้อนว่าผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งสามารถตอบสนองความต้องการด้าน "อาหารพร้อมปรุง-พร้อมทาน" (Convenience Food) ได้เป็นอย่างดี ส่งผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์สูงกว่าด้านอื่น 3) ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.30) สะท้อนว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานสุขอนามัยของกระบวนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ และความปลอดภัยของ

บรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นการลดความชื้น การควบคุมคุณภาพ และการใช้บรรจุภัณฑ์แบบปิดสนิท ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับในระดับดีมาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง 4) ด้านบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) คะแนนด้านบรรจุภัณฑ์สะท้อนว่า รูปแบบ สี การออกแบบ และการใช้วัสดุพอลิที่ที่สามารถป้องกันความชื้นและแสงช่วยเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม แม้คะแนนจะต่ำกว่ารสชาติและความสะดวก แต่ยังคงอยู่ในระดับดีมาก แสดงว่าผู้บริโภคเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและสามารถสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ยังมีพื้นที่สำหรับการพัฒนา เช่น การออกแบบกราฟิกที่ดึงดูดใจยิ่งขึ้น หรือการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 5) ด้านความตั้งใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.40) คะแนนนี้สะท้อนพฤติกรรมการซื้อในอนาคตของผู้บริโภค ซึ่งอยู่ในระดับสูง แสดงว่า ผู้บริโภคพร้อมที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นี้หากนำออกวางจำหน่ายจริง ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันความตั้งใจซื้อมาจากความสะดวกความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัย และรสชาติที่ถูกปาก จึงเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่บ่งชี้ว่า ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการตลาดสูงและสามารถเข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายในระดับชุมชนอำเภอ และออนไลน์ได้

3. เพื่อเสนอแนวทางและรูปแบบการยกระดับมาตรฐาน คุณภาพ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งอย่างยั่งยืน พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน ทั้งในด้านมาตรฐาน คุณภาพ และมูลค่า ผลการประเมินเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนาพบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 35 ผลการวิจัยยืนยันว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน การประสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพิ่มความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการยอมรับของผู้บริโภค และขยายช่องทางการตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

การอภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. บริบทและศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน พบว่า ชุมชนบ้านหนองแคนมีจุดแข็งสำคัญด้าน คุณภาพวัตถุดิบและความต้องการของตลาด ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ตารางที่ 1) อย่างไรก็ตาม ด้าน ทักษะการแปรรูปและความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์ ยังอยู่ในระดับปานกลางและถือเป็นข้อจำกัดเชิงเทคนิคที่ต้องได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมสอดคล้องกับอัจฉิมา ศุภจริยาวัตร และสิทธิ จิตติขานนท์ (2562) ที่ระบุว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมักเผชิญกับข้อจำกัดด้านทักษะการผลิตและบรรจุภัณฑ์ แม้ว่าจะมีวัตถุดิบและความต้องการของตลาดสูงก็ตาม การเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีอาหาร กระบวนการผลิต และการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ 1) การอบรมด้านเทคนิคการถนอมอาหาร 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตรวจสอบคุณภาพ และ 3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และวิเคราะห์ตลาด ช่วยเสริมสร้าง ความรู้เชิงวิชาการและทักษะเชิงปฏิบัติ ให้กับสมาชิกชุมชน นักศึกษา และบุคลากรทางวิชาการ ผลจากการมีส่วนร่วมนี้ทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำยาอบแห้งสำเร็จ 2 สูตร ได้แก่ น้ำยาป๊อบแห้ง และน้ำยากะทิป๊อบแห้ง พร้อมบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชนและได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Participatory Community Development ที่ชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นที่ยั่งยืน

3. ความพึงพอใจและการยอมรับของผู้บริโภค ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค (ตารางที่ 2) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง ทุกมิติ โดยเฉพาะด้าน ความสะดวกในการบริโภค (4.52 คะแนน) และด้านรสชาติ (4.45 คะแนน) ซึ่งสะท้อนว่าผลิตภัณฑ์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการอาหารพร้อมปรุงพร้อมทานได้เป็นอย่างดี ด้านความปลอดภัย (4.30 คะแนน) และ บรรจุภัณฑ์ (4.25 คะแนน) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่นต่อกระบวนการผลิตและคุณภาพบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับ อนุรักษ์ อาทิตยกุล (2564) แม้ว่าจะมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงด้านการออกแบบกราฟิกและการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลการประเมินด้านความตั้งใจซื้อ (4.40 คะแนน) ยังสะท้อนถึงศักยภาพทางการตลาดที่สูงและโอกาสในการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

4. ผลกระทบต่อมูลค่าและความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบมูลค่าผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา พบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 35 ซึ่งสะท้อนว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยยกระดับคุณภาพ เพิ่มมูลค่า และสร้างความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ในมิติเศรษฐกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ช่วยลดความสูญเสียจากการผลิตเส้นสด เพิ่มรายได้ของครัวเรือน และเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ขณะที่ในมิติสังคมและวัฒนธรรม กระบวนการมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วม การสร้างความภาคภูมิใจ และการรักษาภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านในมิติสิ่งแวดล้อม การแปรรูปอบแห้งช่วยลดการสูญเสียวัตถุดิบ ลดขยะอาหาร และลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การบูรณาการ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เข้ากับองค์ความรู้ทางวิชาการ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นกลไกสำคัญที่สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์พื้นถิ่นให้มีคุณภาพมาตรฐาน และมูลค่าเพิ่มได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในฐานะหุ้นส่วน การพัฒนาท้องถิ่นยังสามารถใช้เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ ในอนาคตได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธพงษ์ จักรคม และสมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2568) ที่ได้ทำการศึกษาความเป็นหุ้นส่วนเชิงพื้นที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากระหว่างมหาวิทยาลัยกับท้องถิ่น ซึ่งการบริการวิชาการแก่สังคมเป็นอีกพันธกิจหนึ่งของมหาวิทยาลัยในการพัฒนาท้องถิ่นที่มุ่งเป้าไปสู่การมีพัฒนาแบบภาคีเครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัยกับท้องถิ่นไปสู่ความยั่งยืนในรูปแบบ “ความเป็นหุ้นส่วนเชิงพื้นที่” โดยใช้องค์ความรู้ทางวิชาการในการขับเคลื่อนการดำเนินการร่วมกัน ซึ่งเป็นภาพสะท้อนของกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้และส่วนเสีย ในการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เป็นกลไก การขับเคลื่อนการจัดการทรัพยากรในพื้นที่ เป็นภาคีหุ้นส่วนในการทำงานร่วมกัน มีบทบาทหน้าที่ของแต่ละภาคีหุ้นส่วนเชื่อมโยงประสานกันสู่เป้าหมายเดียวกัน และบูรณาการการทำงานร่วมกันแบบหุ้นส่วนของทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของท้องถิ่นไปสู่ความยั่งยืน

ข้อค้นพบ หรือองค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้เชิงวิชาการที่ได้จากโครงการนี้ มีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ การยกระดับผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้งของชุมชนบ้านหนองแคน ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างรายได้และเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน ชาวบ้านสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดเป็นอาชีพเสริม สร้างรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาอบแห้ง 2 รสชาติ (น้ำยาป่าและน้ำยากะทิ

ปลา) ได้รับการพัฒนาให้สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น ทำให้มีศักยภาพในการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ ทั้งในตลาดท้องถิ่นและตลาดออนไลน์ เช่น RMU Marketplace การพัฒนาเช่นนี้ สอดคล้องกับพระครูสิทธิสุตากร (สุเมต สิทธิเมธี) (2567) กล่าวถึง “สร้างวิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานราก (Create Community Enterprises to Strengthen the Grassroots Economy)” เป็นแนวทางการสร้างวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทย โดยใช้ให้เห็นว่าการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนต้องเริ่มจาก “ชุมชน” ซึ่งเป็นฐานรากของสังคม การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนจำเป็นต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ตนเองเป็นเจ้าของ และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน โดยการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเอง ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และสร้างรายได้หมุนเวียนในท้องถิ่น โดยการดำเนินงานควรยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางสำคัญ ควบคู่กับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การรวมกลุ่มของคนในชุมชน การพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมท้องถิ่น ตลอดจน การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการศึกษา ผลลัพธ์จากการเสริมสร้างวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง คือ การเกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจระดับครัวเรือน การสร้างอาชีพอย่างยั่งยืน และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม

2. ด้านสังคมและวัฒนธรรม โครงการนี้เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้าน การดำเนินกิจกรรมในรูปแบบมีส่วนร่วม ทำให้คนในชุมชนจากหลากหลายช่วงวัยได้เรียนรู้และทำงานร่วมกัน เกิดความสามัคคี ความสามัคคี และการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านของภาคอีสาน ปรับรูปแบบให้เหมาะกับบริบทสังคมปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นถึงการสืบสานวัฒนธรรมการบริโภคแบบไทยและการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน อีกทั้งช่วยลดขยะอาหารและการสูญเสียวัตถุดิบส่งเสริมแนวคิดการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นการพัฒนาสังคมเชิงคุณภาพในมิติของวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับสมศักดิ์ ศรีสันติสุข และยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว (2567) กล่าวว่า แนวคิดที่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในบริบทของสังคมไทยยุคปัจจุบัน ซึ่งกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์โลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีดิจิทัล และผลกระทบจากวิกฤตต่าง ๆ ที่ทำให้ชุมชนต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและยั่งยืน ในมิติของทุนทางวัฒนธรรมในฐานะพลังขับเคลื่อนท้องถิ่นชี้ให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงสิ่งสะสมทางจิตวิญญาณหรือประเพณีเท่านั้น แต่ยังสามารถแปลงเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการฟื้นฟูอัตลักษณ์ชุมชน ทุนเหล่านี้จึงเป็น “ทุนเชิงสัญลักษณ์” ที่สามารถต่อยอดสู่การพัฒนาเชิงเศรษฐกิจได้จริง

3. ด้านการบูรณาการทางวิชาการและการเรียนรู้ โครงการนี้เป็นการบูรณาการพันธกิจของมหาวิทยาลัยกับการพัฒนาชุมชน ในลักษณะ University Community Engagement สอดคล้องกับสุจิตราภรณ์ ทับครอง และคณะ (2567) กล่าวว่า แนวคิด University Social Engagement ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาศึกษาระดับอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและชุมชน มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องเผชิญกับความท้าทายของการเปลี่ยนแปลงในสังคม จึงต้องเปิดโอกาสให้เกิดการปฏิรูปการศึกษา โดยเน้นการบูรณาการระหว่างการเรียนรู้กับการทำงานจริงในชุมชนหรือภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม แนวคิด University Social Engagement เป็นกระบวนการที่มหาวิทยาลัยทำงานร่วมกับภาคส่วนจริง (Real Sector) เช่น ภาคธุรกิจ หน่วยงานรัฐหรือชุมชน โดยใช้ความรู้ทางวิชาการและพลังของมหาวิทยาลัยในการยกระดับและพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อให้มหาวิทยาลัยมีบทบาทมากกว่าการสอน แต่เป็น “หุ้นส่วนการพัฒนา” ของสังคมมหาวิทยาลัยไทยควรเน้น

การสร้างพันธมิตรร่วมกับท้องถิ่น (University Community Engagement) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการแก้ปัญหาของสังคมอย่างเป็นรูปธรรม การขับเคลื่อนให้มหาวิทยาลัยทำงานร่วมกับสังคมในฐานะพันธมิตรเชิงพัฒนา โดยใช้ความรู้และทรัพยากรทางวิชาการเพื่อสร้างประโยชน์ต่อชุมชน ส่งเสริมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริง และสร้างความยั่งยืนให้แก่สังคมในระยะยาว เชื่อมโยงการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางความรู้ ถ่ายทอดองค์ความรู้จากหลายศาสตร์ ทั้งเทคโนโลยีการถนอมอาหาร การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาด และการบริหารจัดการ เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรมีการเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง พัฒนาทักษะด้านการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พร้อมจัดทำคู่มือมาตรฐานการผลิตให้ใช้ร่วมกันในกลุ่มผู้ผลิต

1.2 ควรมีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและแบรนด์ชุมชน การออกแบบภาพลักษณ์สินค้า และการขยายช่องทางจำหน่ายระดับชุมชนและตลาดออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาด้านเทคนิคเชิงลึกเกี่ยวกับคุณภาพและอายุการเก็บรักษา ทดสอบคุณค่าทางโภชนาการ การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ-เคมี และอายุการเก็บรักษาภายใต้สภาวะต่าง ๆ เพื่อรองรับการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในระดับเชิงอุตสาหกรรม

2.2 การติดตามผลระยะยาวของวิสาหกิจชุมชนหลังการพัฒนา เพื่อตรวจสอบความต่อเนื่องของรายได้ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความเข้มแข็งของกลุ่ม และปัจจัยที่เอื้อต่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

ดวงพร เลิศล้ำหวาน. (2566). *ทุนทางสังคมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสตรี จังหวัดชลบุรี*. (วิทยานิพนธ์).

รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

พระครูสิทธิสุตากร (สุเมต สิทธิเมธี). (2567). สร้างวิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานราก. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 8(9), 189-196.

พิศมัย ศรีชาเยช. (2562). หลักการแปรรูปอาหารเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา. *วารสารอาหาร*, 49(1), 12-19.

มาริช หัสชู. (2563). *การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป*. (วิทยานิพนธ์). สาขาวิชาเทคโนโลยีอาหาร บัณฑิตวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ยุทธพงษ์ จักรคม และสมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2568). ความเป็นหุ้นส่วนเชิงพื้นที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากระหว่างมหาวิทยาลัยกับท้องถิ่น. *Journal of Public Administration and Interdisciplinary Studies for Society*, 1(1), e1830.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว. (2567). ทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาท้องถิ่น: แนวทางการจัดการระบบเศรษฐกิจชุมชนยุคปกติวิถีใหม่. *วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 5(1), 1-12.



- สุจิตราภรณ์ ทับครอง และคณะ. (2567). การพัฒนาระบบการดำเนินงานพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคมของสถาบันอุดมศึกษาไทย. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(6), 3472–3484.
- ศราวดี ดาวกรงแก้ว, ทวีศักดิ์ แสงเงิน, กุสุมาลย์ ปัจฉิมสวัสดิ์ และบรรจง โชะมณี. (2567). กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของชุมชนที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปจังหวัดลพบุรี. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 18(57), 431–448.
- อนุรักษ์ อาทิตย์กวี. (2564). การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเผาลำไยเพื่อพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำพริกเผผลไม้ตามฤดูกาลบ้านเวียงสวรรค์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(1), 154–165.
- อรรณพ ทศนอุดม, วรณภา สระพินครบุรี, และสุริยาพร นิพรมย์. (2566). การปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์น้ำพริก. *Naresuan University Journal*, 17(2), 136.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเหล่า. (2567). *สภาพทั่วไปและข้อมูลทั่วไปขององค์การบริหารส่วนตำบลเหล่า*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.laolocal.go.th/index.php>.
- อัจฉิมา ศุภจริยาวัตร และสิทธิ จิตติขานนท์ (2562). *รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสระแก้วเพื่อการส่งออก*. (วิทยานิพนธ์). คณะพาณิชยศาสตร์และการบริหารธุรกิจ ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.