การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม ของเครือข่ายประชาสังคม กรณีศึกษาตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมืองสมุทรสาคร

Creative Product Development through Civil Society Network Participation: A Case Study of Ban Ko Subdistrict, Mueang Samut Sakhon District

สุดถนอม ตันเจริญ[1]

Sudthanom Tancharoen

เกษสุดา บูรณศักดิ์สถิตย์[2]

Ketsuda Buranasaksathit

สุพรรษา ยศแสง[3]

Supansa Yotsang

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งอธิบายกลไกการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสังคมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชน ตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1)สร้างเครือข่ายประชาสังคมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม และ (3) ศึกษาผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชน ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ด้วยวิธีผสมผสานที่ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลักและข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุน เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 50 คน และการสนทนากลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 5 แห่ง รวม 30 คน เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากประชาชน 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา สหสัมพันธ์เพียร์สันและการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า (1) เครือข่ายประกอบด้วยภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสถาบันการศึกษา และมีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU)

---

[1]รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

E-mail: sudthanom.t@bsru.ac.th

[2]อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

E-mail: ketsuda.bu@bsru.ac.th

[3]อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

E-mail: supansa.yo@bsru.ac.th

(2) เกิดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 รายการ คือ พิซซ่าปลานิลและปลายอสมุนไพร โดยการมีส่วนร่วม (β = 0.561) และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (β = 0.327) ร่วมกันอธิบายผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ร้อยละ 71.9 (3) ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต (β = 0.682) บทความเสนอว่าเครือข่ายประชาสังคมทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมทุนทางสังคม องค์ความรู้ และทรัพยากรเข้าสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน

คำสำคัญ: เครือข่ายประชาสังคม การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This article explains how civil society networks mobilize participation to develop creative products among community enterprises in Ban Ko Subdistrict, Mueang Samut Sakhon District. The objectives were to (1) establish a civil society network for community product development, (2) develop creative products from local resources through a participatory process, and (3) examine the effects of product development on the local economy and quality of life. Participatory Action Research (PAR) was applied with a mixed-methods design in which qualitative data led and quantitative data supported the findings. Qualitative data came from in-depth interviews with 50 key informants and focus groups with 30 members of five community enterprises; quantitative data were collected from 400 residents by questionnaire and analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple regression. The network comprised government agencies, local administrative organizations, the private sector, community members, and a university, formalized through a Memorandum of Understanding (MOU). Two prototype products were developed: tilapia pizza and herbal fish sausage. Participation (β = 0.561) and human resource development (β = 0.327) jointly explained 71.9% of the variance in product development, and product development positively affected economic conditions and quality of life (β = 0.682). The study proposes that the civil society network acts as an intermediary that channels social capital, knowledge, and resources into community product development.

Keywords: Civil Society Network, Creative Product Development, Participatory Action Research, Human Resource Development, Community Enterprise

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ต้องอาศัยชุมชนที่สร้างผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มได้ด้วยตนเอง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ซึ่งภาครัฐไม่อาจขับเคลื่อนได้เพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยพลังประชาสังคมที่ประกอบด้วยภาคประชาชน เอกชน และท้องถิ่น (โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์, 2548) การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นหัวใจของการพัฒนาชุมชน เพราะสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมและความเข้มแข็งจากภายใน (Cohen & Uphoff, 1980) งานวิจัยในประเทศไทยพบว่าการมีส่วนร่วมช่วยสร้างรายได้ พัฒนาทักษะ และเพิ่มศักยภาพด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (Tancharoen, 2023)

ตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมืองสมุทรสาคร เป็นชุมชนชายฝั่งที่มีทรัพยากรด้านเกษตรและประมง และมีวิสาหกิจชุมชน 5 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนผู้เพาะเลี้ยงปลานิลสมุทรสาคร ผลิตภัณฑ์งานเศษผ้าชุมชนบ้านอ้อมโรงหีบ กลุ่มผู้ปลูกผลไม้บ้านเกาะ ฝรั่งแปลงใหญ่บ้านเกาะ และภูมิไทยบ้านเกาะ จากการสำรวจข้อมูลและพูดคุยกับสมาชิก พบว่าชุมชนขาดกำลังคนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความรู้ด้านการแปรรูป และช่องทางการตลาด

ปัญหาการวิจัย คือ ชุมชนมีทรัพยากรและกลุ่มวิสาหกิจอยู่แล้ว แต่ขาดกลไกความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และชุมชน ทำให้ศักยภาพไม่ถูกใช้เต็มที่ และยังไม่ชัดเจนว่าเครือข่ายประชาสังคมและกระบวนการมีส่วนร่วมทำงานอย่างไร จึงนำไปสู่ผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น คำถามการวิจัย คือ เครือข่ายประชาสังคมและกระบวนการมีส่วนร่วมมีส่วนต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์และผลลัพธ์ต่อชุมชนอย่างไร

ประเด็นวิชาการหลัก ของบทความนี้คือ กลไกการมีส่วนร่วมและบทบาทของเครือข่ายประชาสังคมในฐานะทุนทางสังคมที่เชื่อมโยงภาคส่วนต่าง ๆ เข้าสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเน้นอธิบายกลไกและบทเรียนเชิงกระบวนการจาก PAR มากกว่ารายงานผลโครงการ คุณูปการ ของบทความมี 3 ประการ คือ (1) เสนอกลไกเชิงแนวคิดที่เชื่อมเครือข่าย การมีส่วนร่วม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิต (2) แสดงลำดับขั้นของ PAR พร้อมบทบาทของแต่ละภาคส่วน และ (3) ให้หลักฐานเชิงปริมาณที่สนับสนุนข้อค้นพบเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างเครือข่ายประชาสังคมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมืองสมุทรสาคร

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสังคม

3. เพื่อศึกษาผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต่อการยกระดับเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชน

แนวคิดทฤษฎีและกรอบการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวคิดสี่ส่วนร่วมกัน ส่วนแรก การมีส่วนร่วม ตาม Cohen และ Uphoff (1980) ที่แบ่งเป็นการมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ ดำเนินงาน และติดตามประเมินผล และตามข้อเสนอของ Arnstein (1969) ว่าการมีส่วนร่วมที่มีความหมายต้องรวมถึงการแบ่งปันอำนาจในการตัดสินใจ ส่วนที่สอง เครือข่ายประชาสังคมในฐานะทุนทางสังคม (โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์, 2548; Coleman, 1988; Putnam, 2000) ซึ่งอธิบายว่าความไว้วางใจและความสัมพันธ์ระหว่างภาคส่วนช่วยให้เกิดความร่วมมือและการเรียนรู้ร่วมกัน ส่วนที่สาม PAR เป็นกระบวนการที่ผู้วิจัยและชุมชนสร้างความรู้และลงมือปฏิบัติร่วมกันเป็นวงรอบ (Kemmis & McTaggart, 2005; Loewenson et al., 2014) และส่วนที่สี่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในฐานะกระบวนการเสริมพลังที่เพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์ของคนในชุมชน (อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์, 2551; Gratton & Ghoshal, 2003) ส่วนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์พิจารณาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นการสร้างมูลค่าจากความคิดและความรู้ (Howkins, 2001; Fuller, 1994) และสอดคล้องกับแนวทางเศรษฐกิจ BCG (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

จากแนวคิดดังกล่าว กำหนดสมมติฐานดังนี้ H1: การมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ H2: การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ และ H3: การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชน

การมีส่วนร่วมของเครือข่าย (X_1) + การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (X_2) ⟶ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Y_1) ⟶ เศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต (Y_2)

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ด้วยวิธีผสมผสาน โดยใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพนำในการอธิบายกระบวนการและผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ แล้วใช้ข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุนและตรวจสอบข้อค้นพบ (Creswell & Plano Clark, 2018)

กลุ่มเป้าหมาย ส่วนเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 50 คน คือ นายอำเภอ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้ประกอบการ คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงและแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 5 แห่ง รวม 30 คน สำหรับการสนทนากลุ่ม ส่วนเชิงปริมาณ ได้แก่ ประชาชนในตำบลบ้านเกาะ 400 คน จากการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) หมู่บ้านละ 50 คน

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้างซึ่งใช้ทั้งในการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม 5 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไป การมีส่วนร่วม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และข้อเสนอแนะ

ขั้นตอน PAR ดำเนินการเป็นวงรอบ 4 ระยะ โดยแต่ละระยะเชื่อมกับกิจกรรมภาคสนาม บทบาทของผู้เกี่ยวข้อง และผลลัพธ์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 วงรอบ PAR กิจกรรม บทบาท และผลลัพธ์

ระยะ	กิจกรรมภาคสนาม	บทบาท	ผลลัพธ์
1. วิเคราะห์ปัญหาและสร้างเครือข่าย	สำรวจข้อมูล พูดคุยกับสมาชิกวิสาหกิจ สัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมภาคี	ผู้วิจัยประสานและรวบรวมข้อมูลชุมชนและภาคีร่วมระบุปัญหา	เครือข่ายประชาสังคม และ MOU
2. วางแผน	ร่วมคิดและตัดสินใจเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและแนวทางผลิตภัณฑ์	ชุมชนร่วมคิดและตัดสินใจ ผู้วิจัยและสถาบันการศึกษาถ่ายทอดความรู้การแปรรูป	แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์

ระยะ	กิจกรรมภาคสนาม	บทบาท	ผลลัพธ์
3. ดำเนินการ	ฝึกอบรม ฝึกปฏิบัติ พัฒนาสูตรออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	ภาครัฐสนับสนุนนโยบาย งบประมาณ และการอบรม เอกชนสนับสนุนเทคโนโลยีและตลาด ชุมชนร่วมทำ	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 รายการ
4. ประเมินและสะท้อนผล	สอบถามความคิดเห็น สนทนากลุ่ม วิเคราะห์ต้นทุนและกำไร	ชุมชนและภาคีร่วมสะท้อนผล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล	ข้อเสนอแนะการขยายผล

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปร ใช้สหสัมพันธ์เพียร์สันตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้การถดถอยพหุคูณแบบ Enter ทดสอบอิทธิพลของการมีส่วนร่วมของเครือข่ายประชาสังคม (X_1) และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (X_2) ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Y_1) ซึ่งวัดจากความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ คุณภาพ และความสามารถในการแข่งขัน จากนั้นทดสอบอิทธิพลของ Y_1 ต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชน (Y_2) ซึ่งวัดจากรายได้ครัวเรือน ความพึงพอใจในชีวิต การจ้างงาน และความเข้มแข็งของชุมชน

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 60.50) อายุ 50–59 ปี (ร้อยละ 32.50) การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 48.50) รายได้เฉลี่ย 30,001–50,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 34.00) และประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 41.50) ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ โดยเริ่มจากข้อค้นพบเชิงคุณภาพ แล้วตามด้วยข้อมูลเชิงปริมาณที่สนับสนุน

1. การสร้างเครือข่ายประชาสังคม (วัตถุประสงค์ข้อ 1)

เครือข่ายที่เกิดขึ้นประกอบด้วย (1) ภาครัฐระดับอำเภอและตำบล ได้แก่ อำเภอเมืองสมุทรสาคร สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ และสำนักงานเกษตรอำเภอ (2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเกาะ (3) ภาคเอกชน คือ สภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรสาคร (4) ภาคประชาชน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 5 แห่ง และ (5) สถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา โดยมีการลงนาม MOU อย่างเป็นทางการ

ด้านบทบาท ภาครัฐสนับสนุนนโยบาย งบประมาณ และการอบรม ภาคเอกชนสนับสนุนเทคโนโลยีและตลาด ส่วนชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์ เครือข่ายจัดเวทีแลกเปลี่ยนและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการมี

ประสิทธิภาพขึ้น อุปสรรคสำคัญ คือ การขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ความเข้าใจไม่ตรงกันระหว่างหน่วยงาน ข้อจำกัดด้านงบประมาณ และความพร้อมของบุคลากรชุมชนที่ไม่เท่ากัน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม (วัตถุประสงค์ข้อ 2)

ผลจาก PAR คือผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 รายการที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาไทยกับองค์ความรู้สมัยใหม่ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต้นแบบและต้นทุน–กำไร

ผลิตภัณฑ์	วัตถุดิบและจุดเด่น	ต้นทุนรวม (บาท)	ราคาขาย	กำไร (ร้อยละของต้นทุน)
พิซซ่าปลานิล	ปลานิลที่เลี้ยงในพื้นที่ สับปะรด พริกหวาน พริกชี้ฟ้า มอสซาเรลล่าชีส ขนมปังแผ่นหรือแป้งโรตี ผสมภูมิปัญญาไทยกับอาหารสากล	1,367 (33 ชิ้น)	55 บาท/ชิ้น	448 บาท (32.77)
ปลายอสมุนไพร	ปลายี่สกที่เลี้ยงในพื้นที่ พริกไทยดำ พริกสด เครื่องแกง (ข่า ตะไคร้ กระชาย) พัฒนา 2 สูตร ดีต่อสุขภาพ เหมาะกับทุกวัย	230 (1,200 กรัม)	360 บาท	130 บาท (56.52)

ข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุนว่ากระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นจริง ระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.14, S.D. = 0.37) โดยด้านการวิเคราะห์ปัญหาสูงสุด รองลงมาคือการดำเนินการ การคิดและวางแผน และการประเมินผล ส่วนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.21, S.D. = 0.43) โดยสามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้สูงสุด ($\bar{x}$ = 4.37, S.D. = 0.77) รองลงมาคือ ออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ และฉลาก ($\bar{x}$ = 4.26, S.D. = 0.76) และมีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ($\bar{x}$ = 4.18, S.D. = 0.63)

การถดถอยพหุคูณ (ตารางที่ 3) พบว่าการมีส่วนร่วมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ร่วมกันอธิบายการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ได้ร้อยละ 71.9 (R^2 = 0.719, Adjusted R^2 = 0.717) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลสูงกว่า (β = 0.561) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (β =

0.327) สมการพยากรณ์คะแนนดิบ คือ y = 0.604 + 0.593 (การมีส่วนร่วม) + 0.300 (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) ซึ่งสนับสนุน H1 และ H2

ตารางที่ 3 อิทธิพลของการมีส่วนร่วมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

ตัวแปร	b	SE	β	t	p
ค่าคงที่ (a)	0.604	0.118	–	5.125	0.000*
การมีส่วนร่วม	0.593	0.048	0.561	12.447	0.000*
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	0.300	0.041	0.327	7.263	0.000*

$R = 0.848$, $R^2 = 0.719$, Adjusted $R^2 = 0.717$, Durbin-Watson = 1.820; * $p < 0.01$

ตัวแปรทั้งสามมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 (r = 0.780–0.825) ดังตารางที่ 4 โดยการมีส่วนร่วมสัมพันธ์กับผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สูงสุด (r = 0.825) รองลงมาคือสัมพันธ์กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (r = 0.807)

ตารางที่ 4 สหสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

ตัวแปร	การมีส่วนร่วม	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์
การมีส่วนร่วม	1.00	0.807	0.825
การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์		1.00	0.780
ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์			1.00

$p < 0.01$

3. ผลต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชน (วัตถุประสงค์ข้อ 3)

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.32, S.D. = 0.40) ด้านที่สูงสุดคือความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ($\bar{x}$ = 4.48) รองลงมาคือสุขภาพจิตใจ ($\bar{x}$ = 4.46) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 4.40) และรายได้ที่เพิ่มขึ้น ($\bar{x}$ = 4.32) ส่วนสุขภาพร่างกายอยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.09) ดังตารางที่ 5 นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Y_1) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต (Y_2) อย่างมีนัยสำคัญ (β = 0.682, $p < 0.01$) ซึ่งสนับสนุน H3

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นมากขึ้น	4.48	0.59	มากที่สุด	1
2. ทำให้มีสุขภาพจิตใจที่ดี	4.46	0.66	มากที่สุด	2
3. สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ปราศจากสารเคมี/สารปนเปื้อนทุกกระบวนการผลิต)	4.40	0.61	มากที่สุด	3
4. ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น	4.32	0.59	มากที่สุด	4
5. ทำให้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงดี	4.09	0.57	มาก	5
รวม	**4.32**	**0.40**	**มากที่สุด**	

อภิปรายผลการวิจัย

1. เครือข่ายประชาสังคมในฐานะทุนทางสังคม

การที่ภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน ชุมชน และมหาวิทยาลัยร่วมเป็นเครือข่ายและลงนาม MOU สอดคล้องกับแนวคิดของโกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ (2548) ที่มองเครือข่ายประชาสังคมเป็นทุนทางสังคม ซึ่งเชื่อมภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อความร่วมมือและการเรียนรู้ร่วมกัน และสอดคล้องกับข้อเสนอของ Putnam (2000) และ Coleman (1988) ว่าความไว้วางใจและความสัมพันธ์ช่วยลดต้นทุนในการประสานงาน การแบ่งบทบาทที่ชัดเจน คือ รัฐสนับสนุนนโยบายและงบประมาณ เอกชนสนับสนุนเทคโนโลยีและตลาด และชุมชนร่วมคิดร่วมทำ ทำให้เครือข่ายทำหน้าที่เป็นตัวกลางนำทรัพยากรและความรู้เข้าสู่ชุมชน อย่างไรก็ตาม อุปสรรคด้านความต่อเนื่อง งบประมาณ และความพร้อมของบุคลากร แสดงว่าทุนทางสังคมนี้ต้องได้รับการดูแลเชิงสถาบันอย่างต่อเนื่อง

2. การมีส่วนร่วมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สูงกว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สอดคล้องกับ Cohen และ Uphoff (1980) ที่ชี้ว่าการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนถึงการประเมินผลสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม และสอดคล้องกับ Arnstein (1969) ที่เน้นว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริงเกิดเมื่อประชาชนมีส่วนในการตัดสินใจ ซึ่งตรงกับผลเชิงคุณภาพที่ชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์ นอกจากนี้ PAR ทำหน้าที่เชื่อมความรู้เชิงวิชาการกับประสบการณ์ของคนในพื้นที่ (Loewenson et al., 2014;

Kemmis & McTaggart, 2005) ทำให้ชุมชนร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์จากปลาและสมุนไพรท้องถิ่นจนได้ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งสอดคล้องกับ Fuller (1994) ที่มองว่าความคิดสร้างสรรค์และความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นรากฐานของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลรองลงมาแต่ยังอยู่ในระดับสูง สอดคล้องกับแนวคิดการเสริมพลัง (Empowerment) ของ Gratton และ Ghoshal (2003) และประเวศ วะสี (สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2566) การฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติจึงไม่เพียงเพิ่มทักษะ แต่ยังสร้างความภาคภูมิใจและความเป็นเจ้าของทางวัฒนธรรมในผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาด้านทุนมนุษย์ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ถือเป็นทุนมนุษย์ด้านสติปัญญา (Tracey, อ้างถึงใน อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์, 2551; สุดถนอม ตันเจริญ, 2566) การมีส่วนร่วมยังสัมพันธ์กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับสูง ($r = 0.807$) สะท้อนว่าการมีส่วนร่วมเป็นพื้นที่การเรียนรู้ด้วย สอดคล้องกับ Tancharoen (2023) ที่ศึกษาศักยภาพชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี และพบว่าศักยภาพของชุมชนเกิดจากการมีส่วนร่วม การพัฒนาทักษะและความรู้ และการรับรู้ผลการดำเนินงาน

3. ผลต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต

การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต ($\beta = 0.682$) โดยมีสัดส่วนกำไรของผลิตภัณฑ์ต้นแบบร้อยละ 32.77 และ 56.52 ของต้นทุน ผลที่ชุมชนรับรู้สูงสุดอยู่ที่มิติความสัมพันธ์ สุขภาพจิตใจ และสิ่งแวดล้อม มากกว่ามิติรายได้และสุขภาพกาย สะท้อนว่าคุณค่าของกระบวนการมีส่วนร่วมไม่ได้อยู่ที่ผลทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นคุณค่าจากความรู้และความคิด (Howkins, 2001) และแนวทาง BCG ที่เชื่อมเศรษฐกิจกับสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

4. ข้อค้นพบเชิงแนวคิดและความแตกต่างจากงานพัฒนาชุมชนทั่วไป

งานวิจัยนี้ให้ข้อค้นพบเชิงแนวคิดสามประการ ประการแรก เครือข่ายประชาสังคมทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชิงโครงสร้างที่เชื่อมทุนทางสังคม ความรู้ และทรัพยากรเชิงปฏิบัติเข้าสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ประการที่สอง PAR เป็นพื้นที่ปฏิบัติการของความรู้ (praxis) ที่ก่อให้เกิดการเสริมพลังและการเรียนรู้ร่วม โดยการมีส่วนร่วมส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ทั้งโดยตรงและผ่านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประการที่สาม ผลของกระบวนการนี้ขยายการวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากมิติเศรษฐ กิจไปสู่มิติสังคมและการเมืองของการพัฒนา ในเชิงทฤษฎีอาจตีความได้ว่าเป็นกระบวนการผลิตซ้ำทางสังคม (social reproduction) ที่ขับเคลื่อนด้วยการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ร่วมของชุมชน ซึ่งควรได้รับการทดสอบเพิ่มเติม งานนี้แตกต่างจากงานพัฒนาชุมชนทั่วไปที่เน้นรายงานกิจกรรม เพราะอธิบายลำดับขั้น

ของกระบวนการ บทบาทของแต่ละภาคส่วน และหลักฐานเชิงปริมาณที่รองรับข้อค้นพบเชิงคุณภาพ และแนวทางนี้อาจประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่นที่มีวิสาหกิจชุมชนและทรัพยากรท้องถิ่นคล้ายกัน

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยนี้มีข้อจำกัด คือ (1) ศึกษาในพื้นที่เดียวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 รายการ ผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพเลือกแบบเฉพาะเจาะจงและบอกต่อ จึงควรระมัดระวังการสรุปอ้างอิงไปยังพื้นที่อื่น (2) ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการรับรู้ของผู้ตอบ และการถดถอยพหุคูณแสดงความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลในข้อมูลภาคตัดขวาง ไม่ใช่การพิสูจน์เหตุและผล (3) ตัวแปรอิสระสองตัวมีสหสัมพันธ์สูง (r = 0.807) จึงควรตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (multicollinearity) ในการศึกษาต่อไป และ (4) ยังไม่ได้ติดตามความยั่งยืนของเครือข่ายและผลิตภัณฑ์ภายหลังสิ้นสุดโครงการ

สรุปผลการวิจัย

เครือข่ายประชาสังคมที่ประกอบด้วยภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน ชุมชน และสถาบันการศึกษา ทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนตำบลบ้านเกาะ ผ่านกระบวนการ PAR ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 รายการ คือ พิซซ่าปลานิลและปลายอสมุนไพร การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด โดยมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกลไกสนับสนุน และผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชุมชน การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมและรักษาความต่อเนื่อง พร้อมจัดฝึกอบรมด้านการผลิต การตลาด และการบริหารธุรกิจให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชน

2. ชุมชนควรพัฒนาเครือข่ายตลาดทั้งในและนอกพื้นที่ รวมถึงสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ และผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์

3. ควรจัดทำคู่มือหรือแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการบริหารเครือข่ายประชาสังคม เพื่อใช้เป็นต้นแบบในพื้นที่อื่น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรสนับสนุนการมีส่วนร่วมระดับพื้นที่ โดยให้หน่วยงานท้องถิ่นเป็นศูนย์กลางความร่วมมือ จัดสรรงบประมาณอย่างต่อเนื่อง หรือตั้งกองทุนสนับสนุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการวิจัย การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด

2. ภาครัฐควรเชื่อมโยงนโยบาย BCG Economy Model กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ร่วมกับสถาบันการศึกษาและเอกชน จัดตั้งศูนย์เรียนรู้และนวัตกรรมชุมชนระดับอำเภอและจังหวัด และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้าและช่องทางออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบหลายพื้นที่หรือหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อทดสอบการนำข้อค้นพบไปใช้ในบริบทอื่น

2. ควรติดตามผลระยะยาวถึงความยั่งยืนของเครือข่ายและผลิตภัณฑ์ และทดสอบโมเดลเชิงสาเหตุด้วยวิธีที่ควบคุมภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *โมเดลเศรษฐกิจ BCG เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์. (2548). *ขับเคลื่อนวาระสุขภาวะไทย: ประชาสังคมกับการปฏิรูประบบสุขภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สร้างสื่อ.

ทิวา มั่งน้อย, ปาณชนก มาลากุล ณ อยุธยา, และ ผ่องศรี เกิดพิทักษ์. (2564). สำนึกทางจิตวิทยาต่อชุมชนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาท้องถิ่น. *วารสารจิตวิทยาพุทธศาสตร์ประยุกต์เพื่อสังคม, 7*(1), 441–454.

สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. (2566). *แนวคิดเรื่องประชาสังคม*. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2566, จาก https:*www.ldi.or.th/2016/08/24/แนวคิดเรื่องประชาสังคม/*

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทย ปี 2565*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2566). การศึกษาศักยภาพชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences, 19*(1), 72–83.

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์. (2551). *กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: เอซอาร์เซ็นเตอร์.

Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners, 35*(4), 216–224.

Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation’s place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development, 8*(3), 213–235.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology, 94*(Suppl.), S95–S120.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). Sage.

Fuller, G. (1994). *New product development: From concept to marketplace*. CRC Press.

Gratton, L., & Ghoshal, S. (2003). Managing personal human capital: New ethos for the "volunteer" employee. *European Management Journal, 21*(1), 1–10.

Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.

Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 559–603). Sage.

Loewenson, R., Laurell, A. C., Hogstedt, C., D'Ambruoso, L., & Shroff, Z. (2014). *Participatory action research in health systems: A methods reader*. World Health Organization.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Tancharoen, S. (2023). The study of community potential for local wisdom product development in U-thong, Suphanburi Province. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences, 19*(1), 72–83. https:*so03.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/268344/177904*

World Health Organization. (2018). *Community participation and health promotion framework*. World Health Organization.