

## ตัวอย่างที่ 1

### การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การท่องเที่ยวพาทนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

#### หลักการและเหตุผล

อาหารริมบาทวิถี (Street food) หมายถึง อาหารที่ตั้งขายริมฟุตบาท หน้าตึกแถว หรือร้านค้าในย่านการค้า หรือร้านค้าในชุมชนหนาแน่น มักใช้ชื่อเรียกเป็นถนน หรือย่านการค้า หรือบางแห่งเรียกเป็นตลาดโต้รุ่ง (ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย, 2561) ลักษณะของอาหารริมบาทวิถี อาจเป็นอาหารพื้น ๆ แบบดั้งเดิม ที่นิยมบริโภคและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยสูงอายุ จากมือเช้าจนถึงมือดึก หรืออาจเป็นอาหารประจำท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีรูปลักษณ์ที่แตกต่างไปตามลักษณะร้านค้าและท้องถิ่น ปัจจุบัน อาหารริมบาทวิถี ได้จัดเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตประชาชนในประเทศ มีการขยายตัวไปทั่วทุกภูมิภาค โดยเฉพาะเมืองที่มีจุดเด่นด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ความนิยมของอาหารริมบาทวิถีได้เพิ่มสูงขึ้น ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้รับการจัดให้เป็นอันดับ 1 ในหัวข้อ World top 10 cities for street food โดยนิตยสารฟอร์บส และได้รับการจัดอันดับว่าเป็นอาหารริมบาทวิถีที่ดีที่สุดในโลก จาก 23 เมืองทั่วโลก โดยสำนักข่าว Cable News Network (CNN) ทั้งนี้ เนื่องมาจากรูปแบบการจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีที่ส่วนใหญ่เป็นอาหารปรุงสำเร็จ รับประทานได้สะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย ราคาไม่สูง รวมถึงรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมอาหารของประเทศไทย จึงมีการหยิบยกความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม รสชาติที่อร่อย เป็นจุดเด่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomy Tourism) ที่มีมุมมองทั้งในเรื่องวัฒนธรรมและความปลอดภัยด้านอาหารควบคู่กัน ในเรื่องความปลอดภัยนั้น รัฐบาลได้มีนโยบายยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของไทยให้ได้มาตรฐานครบทุกจังหวัดในปี 2564 ซึ่งกำหนดให้รักษามาตรฐานต้นแบบอาหารริมบาทวิถี ทั้งในด้านสุขอนามัย ด้านความปลอดภัยของอาหาร โดยเฉพาะร้านค้า แผงลอย ที่ปัจจุบันมักพบว่า ประชาชนนิยมบริโภคอาหารริมบาทวิถีมากขึ้น เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย และมีราคาประหยัด อีกทั้งอาหารริมบาทวิถีตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ยังเป็นหนึ่งในเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาบริโภค ซึ่งแต่ละพื้นที่มีวัฒนธรรม จุดเด่น และรสชาติของอาหารที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ให้มีการพัฒนานวัตกรรมด้านสุขาภิบาลอาหาร การสร้างต้นแบบของพื้นที่ดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีที่ได้มาตรฐาน โดยอาศัยระบบและกลไกในการดำเนินงานของภาคีเครือข่ายระดับพื้นที่ในการจัดการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถี เพื่อยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี และส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

หากกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ซึ่งเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่โดดเด่น นักท่องเที่ยวปัจจุบันมักจะมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ในแต่ละที่ที่เดินทางไป โดยถือว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว และที่สำคัญ สามารถเป็นเครื่องมือในการสร้างความจงรักภักดีต่อพื้นที่นั้น ๆ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดการกลับมาซ้ำและบอกต่อได้ ถือเป็น การสร้าง

ภาพลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่นั้น หากอาหารของท้องถิ่นเป็นที่รู้จักแพร่หลายทำให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ประจำท้องถิ่นที่เข้มแข็งได้

จากความสำคัญของอาหารริมบาทวิถี อาหารท้องถิ่น ทั้งในแง่ของเอกลักษณ์ วัฒนธรรมอาหารไทย ภาพลักษณ์ และในแง่ของธุรกิจที่มีเจ้าของหรือผู้ประกอบการร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้อาหารริมบาทวิถีมีความโดดเด่นทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ แต่ปัจจุบัน อาหารริมบาทวิดียังมีประเด็นบางประการเกี่ยวกับการรับรู้ในคุณค่าของอาหารและอื่นๆ มีผู้คนอีกส่วนหนึ่งตั้งข้อรังเกียจอาหารริมบาทวิถี โดยอ้างว่า กีดขวางทางจราจร การเดินทาง และเป็นแหล่งกระจายโรค (ณรงค์ นิยมวิทย์, 2534) อาหารริมบาทวิถีได้ก่อให้เกิดผลกระทบหลายด้าน อาทิ ความปลอดภัยของผู้บริโภค คุณค่าทางโภชนาการที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการบริโภคอาหารริมบาทวิถี และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง (สมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2562) อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถีในแง่ของผู้บริโภคและในแง่ของการเสริมสร้างสุขภาพ และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อาทิ การศึกษาคุณภาพของอาหาร ราคา ความพึงพอใจ สุขภาพและทัศนคติต่ออาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมบาทวิถี (พิณิชา กิจเกษมพงศา, 2559) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริโภคอาหารริมบาทวิถี (ทิพารัตน์ สัตยพงศ์, 2557) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการบริโภคอาหารริมบาทวิถี (โอปอล์ สุวรรณเมฆ และ อภิวรรณ กรมเมือง, 2562) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารริมบาทวิถี (วัลภา โพธาสินธุ์, เสาวนีย์ ลาตน้อย, สราวุธ เนียนวิฑูรย์ และ ออบเชย วงศ์ทอง, 2562) การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ (สมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2562) แต่ยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี หรือรูปแบบการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี หรือการพัฒนา เสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถี แต่อย่างใด

การวิจัยและพัฒนาเรื่อง การยกระดับคุณภาพธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การพึ่งพาตนเองกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง จึงเป็นงานวิจัยที่ศึกษาอาหารริมบาทวิถีครอบคลุมในเชิงสังคมและเศรษฐกิจโดยเลือกศึกษาอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและขนม ซึ่งมีธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นจำนวนมาก ที่มีลักษณะทั้งรูปแบบอาหารท้องถิ่นและอาหารทั่วไป (เพชรบุรีโพสต์, 2563) ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็นงานวิจัย 3 เรื่อง ได้แก่ 1) การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ 3) การพัฒนารูปแบบนวัตกรรมจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง โดยมีเป้าหมายในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างที่พัฒนาเป็นธุรกิจอาหารบาทวิถี ให้เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริม

อาชีพประชาชนในท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและระดับประเทศ รวมทั้ง สนองนโยบาย 10 ปีข้างหน้า ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม ในประเด็นการขับเคลื่อนอาหาร ประจำถิ่น อาหารริมทาง โดยการสร้างมาตรฐาน การเพิ่มมูลค่า การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการ สร้างแบรนด์

### วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ กำหนดตามโครงการวิจัยย่อย 3 เรื่อง ดังนี้

เรื่อง การพัฒนาอาหารท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เชื่อมโยงธุรกิจอาหารริมบาทวิถี กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1. เพื่อศึกษารายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง
2. เพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง
3. เพื่อจัดทำคำรับมาตรฐานอาหารท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจอาหารริมบาทวิถีในพื้นที่กลุ่มจังหวัด ภาคกลางตอนล่าง

เรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดี ของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการบริโภคอาหาร ท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการ บริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
3. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการภาพลักษณ์ที่เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในการ บริโภคอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

เรื่อง รูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง
2. เพื่อสร้างรูปแบบนวัตกรรมการจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง
3. เพื่อสร้างคู่มือการพัฒนานวัตกรรมจัดการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาค กลางตอนล่าง

เรื่อง การเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการฐานนวัตกรรมในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริม บาทวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการฐานนวัตกรรมในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
2. เพื่อสร้างรูปแบบการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการฐานนวัตกรรมในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
3. เพื่อสร้างหลักสูตรการเสริมสร้างศักยภาพการจัดการของผู้ประกอบการฐานนวัตกรรมในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
4. เพื่ออบรมการใช้หลักสูตรแก่ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมบาวิถีกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

## ตัวอย่างที่ 2

### รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการประเภทธุรกิจร้านอาหาร

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในระดับโลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่งที่พัฒนาอย่างรวดเร็วและการเปิดเสรีทางการค้า ตลอดจนการก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนสินค้า และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งแต่ละประเทศต่างมีการเตรียมพร้อมในการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลง สำหรับประเทศไทย ได้มีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน จึงเกิดการปฏิรูปประเทศโดยใช้แนวคิดประเทศไทย 4.0 เป็นเครื่องมือในการนำประเทศให้ก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคงและยั่งยืน ปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) และปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเพิ่มมูลค่า ไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสร้างมูลค่า (สุวิทย์, 2558) โดยต้องขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 มิติที่สำคัญ ได้แก่ 1) เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2) เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และ 3) เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

ในการพัฒนาประเทศภายใต้แนวคิด ประเทศไทย 4.0 ส่งผลให้มีการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติซึ่งมีการกำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ภายใต้วิสัยทัศน์ ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559) และมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นแผนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 5 ปีแรกสู่การปฏิบัติ โดยมีหลักสำคัญในการพัฒนาที่ยังคงยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ 1 ใน 10 ด้านที่เกี่ยวข้องกับภาคอุตสาหกรรม คือ ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในความสำคัญของยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้ เป็นการมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้นวัตกรรม คุณภาพคน รวมทั้งการสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจรายสาขา ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ ที่เป็นฐานรายได้เดิม และขยายสาขาการผลิตและบริการใหม่สำหรับอนาคต โดยการขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจไทยเติบโตในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ที่เน้นการใช้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมขึ้นก้าวน้ำที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การยกระดับคุณภาพของคนและความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิม การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคม

ผู้ประกอบการที่ผลิตได้ ขายเป็น โดยพิจารณาความเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมาตรฐานของสินค้าและบริการที่สูงขึ้น และกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมในการสร้างมูลค่าและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของสินค้าและบริการ และเพื่อพัฒนาปัจจัยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุนให้สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย รวมทั้งการพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ (สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

การสนองนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคธุรกิจของประเทศนั้น กระทรวงอุตสาหกรรม (2559) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) หนึ่งในสามด้าน คือ ยุทธศาสตร์การปฏิรูปภาคอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญา โดยยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพิ่มการใช้งานด้านดิจิทัลในการบริหารจัดการการผลิตในกลุ่ม SMEs เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise : IDE) ลดปริมาณของเสีย และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่มยุทธศาสตร์ระดับผลิตภาพมาตรฐานและนวัตกรรม เสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากและสังคมผู้ประกอบการ โดยการพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาผู้ประกอบการทุกระดับ ตั้งแต่วิสาหกิจชุมชน หรือ OTOP วิสาหกิจเกิดใหม่ (Startup) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SMEs) ตลอดจนวิสาหกิจขนาดใหญ่ (Large Enterprise : LEs) ในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายและกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอาหาร เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นปัจจัยหลักสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ และความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งผลให้อาหารในอนาคตจะมีรูปแบบเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยจะมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มมากขึ้น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอาหาร ยังถือเป็นอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ลำดับต้นๆ ของไทย เป็นอุตสาหกรรมบุกเบิกจากการที่ไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างโดดเด่น และมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง (เนตรนภา, 2557) รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีศักยภาพในด้านสภาพภูมิอากาศ และภูมิประเทศที่เอื้อต่อการเพาะปลูก ทำให้มีวัตถุดิบจำนวนมากสำหรับการนำไปแปรรูปเป็นอุตสาหกรรม จนสามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้ปีละกว่า 1 ล้านล้านบาท โดยมีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจขนาดใหญ่ และภาคอุตสาหกรรม เป็นผู้ผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ซึ่งตลาดสินค้าทั้งในและต่างประเทศนี้ แบ่งเป็นการจำหน่ายในตลาดเดิมและตลาดใหม่ และการบริการอาหารในรูปแบบของภัตตาคารและร้านอาหาร ซึ่งจัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ

เมื่อพิจารณาผลการประเมินอัตราการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มภาคการผลิตของไทยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11 ที่ผ่านมา พบว่า ภาคเกษตรกรรมมีแนวโน้มของอัตราการขยายตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9

ฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11 มีการขยายตัวลดลงอยู่ที่ร้อยละ 2.86 2.06 และ 1.86 ตามลำดับ ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมมีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 7.30 2.46 และ 4.35 ส่วนภาคบริการ มีการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 5.40 3.24 และ 6.22 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของมูลค่าเพิ่มภาคการผลิต 3 สาขา ในผลการประเมินแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่ผ่านมา พบว่า ภาคบริการมีอัตราการขยายตัวสูงสุดเมื่อเทียบกับภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ตามตารางที่ 1-1

จากข้อมูลการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มภาคบริการ พบว่า ระหว่างปี พ.ศ. 2550-2557 ภาคบริการในสาขาโรงแรมและภัตตาคาร มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) สูงเป็นลำดับ 7 เมื่อเทียบกับ GDP ภาคบริการทั้งหมด 12 สาขา ซึ่งเท่ากับ 488,769 ล้านบาท จาก GDP ภาคบริการทั้งสิ้น 7,614,259 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาคบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารมีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ สิ่งที่เน้นย้ำถึงศักยภาพดังกล่าวนี้ คือ ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร เป็น 1 ใน 10 ธุรกิจดาวเด่นของปี 2558 โดยได้รับการจัดเป็นธุรกิจดาวเด่นลำดับ 3 รองลงมาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ สุขภาพและความงาม และธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Inbound) และยังติดอันดับต่อเนื่องในปี 2559 ในลำดับที่ 6 (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2559) ปี 2560 ในลำดับที่ 9 (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2560) และลำดับที่ 6 ในปี 2561 ตามลำดับ (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2561) ซึ่งสาเหตุเกิดจากผลต่อเนื่องที่ภาครัฐให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศที่เชื่อมโยงกับหลายอุตสาหกรรม และอีกเหตุผลหนึ่งคือ สืบเนื่องจากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคของไทย เกื้อหนุนให้ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารเติบโตตามไปด้วย ซึ่งคาดว่าร้านอาหารจะมีการเติบโตร้อยละ 6.9-8.9 โดยในปี 2558 มีต้นทุนในการขยายตัวและขยายสาขาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคบริการประเภทธุรกิจร้านอาหารที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

ธุรกิจภัตตาคารหรือธุรกิจร้านอาหาร ตามความหมายของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2558) หมายถึง การบริการจัดอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงไอศกรีมและเค้กที่พร้อมบริโภค โดยบริการภายในร้านอาหาร นำกลับ หรือให้จัดส่งที่บ้าน (Delivery) ได้แก่ ร้านอาหาร ภัตตาคาร คาเฟ่ เคาน์เตอร์ หรือบูธ แบ่งออกเป็น 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) ร้านคาเฟ่และบาร์ (Cafe'/Bar) 2) ร้านบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน/ร้านอาหารแบบซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน (100% Home Delivery/Takeaway) 3) ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service) 4) ร้านอาหารจานด่วน (Quick Service Restaurant/Fast Food) 5) ร้านอาหารเล็ก ๆ ตามข้างทาง (Street Stalls) และ 6) ร้านอาหารแบบบริการตนเอง (Self-Service Cafeterias) (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) โดยเหตุผลที่ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงมีความสำคัญควบคู่กับการดำรงชีพของมนุษย์ เพราะอาหารเป็นปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการมีชีวิตอยู่ ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารในประเทศไทย จึงจัดเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูง ด้วยความโดดเด่นของธุรกิจและมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนการจดทะเบียนจัดตั้งสูงเป็นอันดับ 3 ของจำนวนธุรกิจทุกประเภท

ซึ่งเป็นข้อมูลในเดือนมีนาคม 2560 โดยข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2560 มีธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารคงอยู่จำนวน 11,945 ราย และมีเงินทุนจดทะเบียนจำนวน 77,423 ล้านบาท

เมื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารในประเทศไทย จากสถานภาพการแข่งขันของธุรกิจจากผู้ประกอบการต่างชาติที่เกิดจากนโยบายเปิดให้ต่างชาติเข้ามาถือหุ้นในกิจการภัตตาคาร/ร้านอาหาร ภายใต้กรอบการเจรจาการค้าเสรี WTO ASEAN และกรอบทวิภาคีกำหนดให้ต่างชาติถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 49 โดยปัจจุบัน ประเทศที่ลงทุนในกิจการนี้ 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส และอังกฤษ พบว่า ประเทศญี่ปุ่น เพิ่มจำนวนการดำเนินการร้านอาหารในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ประมาณมากกว่า 2,700 แห่งทั่วประเทศ คิดเป็นผู้ประกอบการประมาณมากกว่า 500 บริษัท และประเทศไทยติด 1 ใน 5 ที่มีร้านอาหารญี่ปุ่นมากที่สุดในโลก อัตราการเติบโตของร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี ในขณะที่ร้านอาหารไทยมีอัตราการขยายการเติบโต ร้อยละ 5 ต่อปี และพบว่า การลงทุนของนักลงทุนต่างชาติที่ร่วมทุนกับกิจการร้านอาหารในประเทศไทยมีสัดส่วนค่อนข้างสูงกว่าธุรกิจอื่น คือ ร้อยละ 26.50 (สำนักบริหารการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2556) และในปี 2560 การลงทุนด้านอาหารในธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีผู้ถือหุ้นที่เป็นสัญชาติไทยร้อยละ 74.06 มูลค่าการลงทุน 57,341 ล้านบาท ผู้ถือหุ้นที่เป็นสัญชาติอื่นร้อยละ 25.94 โดยมีมูลค่าการลงทุน 20,082 ล้านบาท หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของผู้ถือหุ้นทั้งหมด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) การลงทุนนี้จึงสัมพันธ์กับส่วนแบ่งทางการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารระหว่างธุรกิจที่ถือหุ้นโดยคนไทยและธุรกิจที่ถือหุ้นโดยคนต่างชาติ

ปัจจัยสำคัญหนึ่งในหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มหรือลดส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร คือ พฤติกรรมและความคิดของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย จากการที่ผู้บริโภคมีความคิดเป็นของตนเอง และไม่ยึดติดกับรสชาติใดรสชาติหนึ่ง จึงมีวิธีการรับประทานอาหารในแบบของตนเอง ได้แก่ การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นบางมื้อ รับประทานอาหารมังสวิรัต หรือรับประทานอาหารเนื้อสัตว์เป็นบางครั้ง นอกจากนี้ เทคโนโลยียังช่วยเพิ่มทางเลือกแก่ผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของอาหารต่างๆ ทั่วโลกบนสื่อออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการรับรู้สิ่งใหม่มากขึ้น มีอิสระทางความคิด สามารถตัดสินใจเลือกหรือหาข้อมูลด้านอาหารเพิ่มเติมด้วยตนเอง (New Nutrition Business, 2559)

ในขณะที่อุตสาหกรรมภาคบริการประเภทธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้นในบางช่วงเวลา แต่จากสภาพปัจจุบัน ส่งผลให้ธุรกิจด้านนี้ประสบปัญหาและอุปสรรคหลายด้าน ดังนี้

- 1 ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลต่อภาพรวมของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร โดย ฐนิวรรณ (2559) ได้เปิดเผยข้อมูลภาพรวมของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา พบว่า ผู้ประกอบการต้องดำเนินการให้ธุรกิจคงอยู่ เนื่องจากผู้บริโภคมีระดับการใช้จ่าย อัตราการใช้บริการลดลงเหลือเพียง 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จากพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้าน 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ในขณะที่การสั่งอาหารจะเลือกลดจำนวนรายการอาหารเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จากปัจจัยดังกล่าวนี้ ทำให้ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารมีการเคลื่อนไหวในการเปลี่ยนแปลงเจ้าของจากปัญหาการขาดความสามารถในการแก้ปัญหาการขาดทุนของธุรกิจ นอกจากนี้ ภาพรวมของการประกอบการธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ปี 2559 มีลูกค้าผู้ใช้บริการลดลงร้อยละ 20-30 สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงตกต่ำ ค่าจ้างแรงงานสูง สินค้าอุปโภค บริโภค ปรับราคา



เพิ่มขึ้น ส่งผลให้กำไรของธุรกิจลดลงหรือไม่มีกำไร โดยตลอดปี 2559 รายได้โดยรวมของภัตตาคาร/ร้านอาหารประมาณ 400,000 ล้านบาทหรือต่ำกว่า เป็นรายได้ที่ทรงตัวและคงที่ตั้งแต่ปี 2556 (ฐนิวรรณ, 2560) นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในปี 2559 ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนไทย โดยตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี 2559 มีมูลค่าประมาณ 382,000-385,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 1.9-2.7 จากปี 2558 ธุรกิจร้านอาหารจึงต้องปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และความท้าทายที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วตามกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559)

2 ความต้องการของผู้บริโภค แต่ละกลุ่มมีความหลากหลายแตกต่างกัน และเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การผลิตสินค้าหรือบริการแบบเดิมเริ่มลดลง และถูกแทนที่ด้วยการผลิตและบริการที่หลากหลายรูปแบบ นำมาซึ่งการแข่งขันที่เน้นความสะดวกรวดเร็วในการผลิตและบริการ (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560)

3 การแข่งขันของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารจากผู้ประกอบการต่างชาติ จากข้อมูลการลงทุนของชาวต่างชาติในธุรกิจนี้ คิดเป็นร้อยละ 24.47 โดยมีมูลค่าการลงทุน 18,096 ล้านบาทในปี 2559 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559) โดยพบว่า ปัจจุบันการแข่งขันนี้ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันจะชะลอตัวและส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาหาร แต่ธุรกิจนี้ยังมีโอกาสเติบโต โดยพบว่า มีผู้ลงทุนชาวต่างชาติได้ดำเนินการขยายธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (ไพศาล, 2560) และตลอดปี 2559 ที่ผ่านมามีร้านอาหาร-เบเกอรี่จากต่างชาติเปิดกิจการในประเทศไทยมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันเพิ่มความรุนแรงซึ่งมีผลกระทบต่อธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารของไทย ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเร่งปรับตัวเพื่อถือครองส่วนแบ่งการตลาดให้ได้มากที่สุด (ฐานเศรษฐกิจ, 2560) ทั้งนี้พบว่า การแข่งขันเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในปัจจุบันที่ความต้องการรับประทานอาหารในบ้านลดลง ทำให้ภัตตาคาร/ร้านอาหารเพิ่มกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างรุนแรงทั้งการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การลดราคา การจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย (สำนักบริหารการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2556)

4 ผู้ประกอบการขาดแนวคิดและทักษะในการขับเคลื่อนธุรกิจ การบริหารจัดการของผู้ประกอบการในกิจการภัตตาคาร/ร้านอาหารที่เป็นกิจการสัญชาติไทย ขาดทักษะการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพในการบริการได้ สาเหตุเกิดจากการไม่มีความรู้เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติที่เหมาะสม ระบบการบริหารจัดการที่ถูกต้องและเป็นมาตรฐานสากล (สำนักบริหารการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2556) นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ประกอบการขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาดและแนวโน้มของธุรกิจในเชิงรุก ทำให้ไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการตามความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีหรือผู้เชี่ยวชาญในการขอรับคำปรึกษาการแก้ปัญหา หรือพัฒนาสินค้าและบริการ (ปานทิพย์, 2557) ในขณะที่การดำเนินกิจการขององค์กรจำเป็นต้องใช้พลังความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้นำของธุรกิจ เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในงาน Drucker (1995) กล่าวว่า ศักยภาพและความสามารถของผู้นำสามารถกำหนดความสำเร็จขององค์กรได้ ดังนั้น ในการที่จะสามารถวางแผนการบริหารกลยุทธ์ของธุรกิจร้านอาหารในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่าง

รวดเร็ว มีการแข่งขันรุนแรง บุคคลที่มีความสำคัญ คือ ผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งเป็นผู้บริหารของธุรกิจ ต้องสามารถสร้างคุณค่าแก่งานทั้งในด้านการบริหารและการควบคุมงานให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับการเจริญเติบโตของเทคโนโลยีและการแข่งขัน

จากความสำคัญของเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม การขับเคลื่อนประเทศจากภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม การเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคการบริการ การใช้นวัตกรรม คุณภาพของคนเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจ และความสำคัญของอุตสาหกรรมบริการ สภาพปัจจุบันของการลงทุนและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ประกอบการต่างชาติ และปัญหาผู้ประกอบการขาดแนวคิดและทักษะในการขับเคลื่อนธุรกิจ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการประเภทธุรกิจร้านอาหาร โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ สำหรับการจัดการและพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม สอดคล้องกับการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ อันจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจและประเทศชาติต่อไป

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
3. เพื่อพัฒนาคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

### ตัวอย่างที่ 3

#### ฐานข้อมูลขมหวานเมืองเพชรบุรีด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

##### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทต่อมนุษย์ทุกเพศทุกวัย ทั้งการติดต่อสื่อสารในการทำงาน การประกอบธุรกิจ และการใช้ชีวิตประจำวัน ประเทศไทยจึงต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย 4.0 ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นดิจิทัลเพื่อพัฒนาทั้งเศรษฐกิจ สังคม และพัฒนาคนที่ยั่งยืน (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2562) การเน้นย้ำถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัล ปรากฏอยู่ในยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ที่กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มียุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนในการใช้ดิจิทัลตลอดช่วงชีวิตให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศ และการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ให้มีคุณภาพเท่าเทียม โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อการเรียนรู้ มียุทธศาสตร์การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเข้ามารองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) การนำยุทธศาสตร์ชาติ 5 ปี แรกสู่การปฏิบัติโดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ได้ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และเทคโนโลยีดิจิทัลกำหนดอยู่ในยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ที่มีเป้าหมายให้คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการอ่าน หาความรู้เพิ่มขึ้นด้วยการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมที่กำหนดใช้ระหว่างปี พ.ศ. 2561-2564 รับผิดชอบโดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมนั้น ได้มุ่งปฏิรูปประเทศไทยสู่ Digital Thailand มีเป้าหมายในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิตและบริการ และเป้าหมายการสร้างโอกาสทางสังคมอย่างเท่าเทียมด้วยข้อมูลข่าวสารและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยใช้ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยดิจิทัล เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศทุกระดับด้วยการอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ พร้อมกับเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และยุทธศาสตร์การสร้างสังคมคุณภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ที่เน้นให้ประชาชนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะเกษตรกร ชุมชนห่างไกล ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส และคนพิการ สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ มีการรวบรวมและแปลงความรู้ องค์กรความรู้ระดับประเทศและระดับท้องถิ่นให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้ง่าย และสะดวก (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) จึงกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีดิจิทัล มีความสำคัญทั้งต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและการประกอบการ และสำคัญต่อการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของคนหรือทุนมนุษย์ทั้งความรู้และองค์ความรู้ระดับประเทศ ท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นความรู้ของชาวบ้านในท้องถิ่นซึ่งได้จากประสบการณ์และความเฉลียวฉลาด รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์ และเปลี่ยนแปลง จนเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (มูลนิธิโครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ, 2538) แบ่งเป็นหลายประเภทซึ่งรวมทั้งภูมิปัญญาด้านอาหารและขนม โดยขนม เป็นของกินที่ไม่ใช้กับข้าว มักปรุงด้วยแป้งกับกะทิหรือน้ำตาล (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) สำหรับขนมไทย ถือเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำชาติที่รู้จักกันเป็นอย่างดี ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความละเอียดอ่อน ประณีตในการทำ ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ วิธีการทำที่กลมกลืน พิถีพิถันในรสชาติ สี สัน รูปร่างที่สวยงาม กลิ่นหอม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน และวิธีการรับประทานที่แตกต่างกันในขนมแต่ละชนิด ซึ่งถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเรียนรู้ รวมทั้งเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก (วิลาวัลย์, 7 พฤษภาคม 2561) การทำขนมไทยมีอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยขนมไทยที่ได้รับการยอมรับหนึ่งในหลายพื้นที่ คือ จังหวัดเพชรบุรี ในชื่อที่คุ้นเคยของคนทั่วไป คือ “ขนมหวานเมืองเพชรบุรี” หรือมักเรียก “ขนมหวานเมืองเพชร” ในฐานะที่เป็นแหล่งผลิตน้ำตาลและสร้างสรรค์ขนมหวานที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก จากผลการสัมภาษณ์และการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีมีร้านขนมหวานเมืองเพชร จำนวน 136 ร้าน ตั้งอยู่ตลอดแนวการเดินทางของ 8 อำเภอในจังหวัด และหากรวมถึงการผลิตในชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ แล้ว มีจำนวนมากกว่า 200 แห่ง (จุนารัตน์, 2 พฤษภาคม 2561) โดยขนมหวานเมืองเพชรที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ขนมหม้อแกง ขนมตาล บ้าปิ่น ข้าวตอก อลัว ข้าวเกรียบวาว และอื่น ๆ (ทับทิม, 3 พฤษภาคม 2561) ซึ่งนักท่องเที่ยวมักจัดซื้อเป็นของขวัญของฝาก เมื่อได้เดินทางผ่านสถานที่ดังกล่าวนี้

แม้ว่า ขนมหวานเมืองเพชรบุรีจะเป็นที่รู้จักและแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็ตาม แต่จากกระบวนการทำขนมซึ่งต้องพิถีพิถันตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ วิธีการทำที่ละเอียดอ่อนหลายขั้นตอน ส่งผลให้ชุมชนและผู้ประกอบการสนใจในการทำขนมชื่อใหม่ ลักษณะใหม่และรูปแบบใหม่ซึ่งมีกระบวนการขั้นตอนไม่ยุ่งยาก รวมทั้งการทำขนมหวานเมืองเพชรรูปแบบดั้งเดิม ยังไม่มีโอกาสถ่ายทอดสู่ทายาทหรือเยาวชนรุ่นหลังในครอบครัว เนื่องจากสมาชิกรุ่นลูกอยู่ในวัยทำงาน ส่วนสมาชิกรุ่นหลานอยู่ระหว่างการศึกษาในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย จึงไม่เห็นความสำคัญและความจำเป็นในการรับสืบทอดการทำขนมหวานดังกล่าวนี้ (สุขุมฯ, 4 มิถุนายน 2561) จึงทำให้ภูมิปัญญาการทำขนมหวานเมืองเพชรแต่ดั้งเดิมค่อยๆ หายหายไปตามกาลเวลาและมีโอกาสทำให้ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนสูญหายไป ซึ่งส่งผลกระทบต่อความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือส่งต่อความรู้และส่งผลกระทบต่อการใช้ในเศรษฐกิจของชุมชนที่ผ่านมามีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจขนมไทยท้องถิ่นและการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเส้นทางใหม่ของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารในภูมิภาคตะวันตก (อรุณศรี และคณะ, 2556) ซึ่งศึกษาในภาพรวม 8 จังหวัด และการศึกษารูปแบบการอนุรักษ์อาหารพื้นเมืองของชุมชนโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี (นันทิรา, 2557) และการศึกษาภูมิปัญญาด้านอาหารในภาคอื่นๆ แต่ยังไม่พบการศึกษาภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับขนมหวานเมืองเพชรบุรีที่ต่อยอดไปสู่การเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเพิ่มศักยภาพของคนและเศรษฐกิจ ซึ่งในแผนพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี พ.ศ.

2561-2564 มีการกำหนดวิสัยทัศน์ให้เป็นเมืองเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ และเมืองน่ากิน น่าเที่ยว ระดับประเทศ ในประเด็นของเมืองน่ากิน หมายถึง จังหวัดมีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งอาหาร ชุมชน ประชาชน มีความมั่นคงทางอาหารสูง วัฒนธรรมและอาหารการกินสามารถสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับ ชุมชน มีพันธกิจหนึ่งคือ เสริมสร้างสังคมคุณภาพให้มีสุขภาวะ เรียนรู้ และปรับตัวได้อย่างมีศักยภาพในการ จัดการตนเอง เป็นชุมชนพอเพียง ประชาชนมีความมั่งคั่งในชีวิต เป็นชุมชนปลอดภัย อบอุ่น น่าอยู่ โดยกำหนด เป้าประสงค์รวมให้ประชาชนทุกช่วงวัยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การศึกษาและเรียนรู้ได้รับการพัฒนาคุณภาพ สถาบันสังคมมีความเข้มแข็ง เป็นรากฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาคน

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจดำเนินการวิจัยเรื่อง ฐานข้อมูลขนมหวานเมืองเพชรบุรีด้วย เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในลักษณะการวิจัยและพัฒนา ทั้ง การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณด้วยวิธีการรวบรวม บันทึก สร้างสรรค์ เผยแพร่ ถ่ายทอด ภูมิปัญญา ท้องถิ่นขนมหวานเมืองเพชรบุรี รวมทั้งการต่อยอดสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีเป้าหมายในการ พัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง เสริมสร้างศักยภาพของคนในการใช้ดิจิทัล เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษา การเรียนรู้ และการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ตาม ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างและพัฒนา ศักยภาพทุนมนุษย์ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยเน้น การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและศักยภาพของคนให้ประชาชนทุกกลุ่มและผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงและใช้ ประโยชน์จากความรู้ และภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาคนและเศรษฐกิจ ตามแผนยุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อ เศรษฐกิจและสังคม และสอดคล้องกับการเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล (Digital University) ของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่กำหนดให้นำเทคโนโลยีปรับใช้ในสื่อการเรียนรู้และการพัฒนาผู้ประกอบการ ทั้งนี้ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขนมหวานเมืองเพชรบุรีสู่การเรียนรู้และต่อยอดสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของ ชุมชนต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อรวบรวมความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นขนมหวานเมืองเพชรบุรีจากความรู้และประสบการณ์ที่ฝัง ลึกอยู่ในตัวตนของผู้เป็นเจ้าของ
2. เพื่อพัฒนาตำรับขนมหวานเมืองเพชรบุรีในรูปแบบของเอกสารที่ประกอบด้วยภาพนิ่งและ รูปแบบของสื่อวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหว
3. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลขนมหวานเมืองเพชรบุรีด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถเรียนรู้ได้รวดเร็ว ถูกต้อง ตอบสนองการเรียนรู้และการพัฒนาเศรษฐกิจ

#### ตัวอย่างที่ 4

### การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสมุนไพรของหมู่บ้านดงพิบูลจังหวัดอ่างทองเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนและสมาชิกชุมชน

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายด้านการศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ สร้างความภาคภูมิใจใน ประวัติศาสตร์และความเป็นไทย นำไปสู่การสร้างสัมพันธ์อันดีในระดับบุคคล ระดับชาติ ภูมิภาค และนานาชาติ ตลอดจนการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ รวมถึงการพัฒนาคนทุกช่วงวัยให้เกิดการเรียนรู้ ตลอดชีวิตเพื่อให้มีความรู้และทักษะใหม่ที่สามารถประกอบอาชีพได้หลากหลาย (สำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี, 2562) ต่อมา เมื่อมีการขับเคลื่อนประเทศด้วยโมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งได้กำหนด 5 วาระในการขับเคลื่อน เริ่มต้นจาก การเตรียมคนไทย 4.0 สู่โลกที่หนึ่ง มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาสู่แรงงาน 4.0 ที่มีความรู้และทักษะสูง โดยวางระบบเพื่อบูรณาการการศึกษา การฝึกอบรม การพัฒนาอาชีพให้คนไทยปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงและกำหนดเส้นทางชีวิต รื้ออนาคต โดยกำหนดเป้าหมายที่ช่วยให้บุคคลรู้ถึงทางเลือกในการศึกษา ฝึกอบรม และพัฒนาอาชีพตลอดจนการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559) และกำหนดไว้ให้เป็นพื้นฐานสำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2559-2564) ด้วย ในหลักการพัฒนาประเทศของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้ คือ การยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน และยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11 มีการกำหนดยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ส่วนการพัฒนาระยะต่อไปคือ การให้ความสำคัญกับการวางรากฐานการพัฒนาคอนให้มีความสมบูรณ์ ให้ได้รับการศึกษาและมีความสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง มีแนวทางพัฒนาเกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต (สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560)

การวางรากฐานการพัฒนาคอนซึ่งถือเป็นสมาชิกชุมชนให้มีความสมบูรณ์ ย่อมส่งผลให้ชุมชนมีศักยภาพเพิ่มตามไปด้วย โดยตามกรอบตัวชี้วัดสุขภาพแห่งชาติเป็นดัชนีรวม (Composite Index) ได้นิยามศักยภาพหรือความเข้มแข็งของชุมชนไว้ว่า หมายถึง การที่ชุมชนรวมตัวกันเป็นปึกแผ่น มีศักยภาพในการพึ่งตนเองและเรียนรู้ในระดับสูง มีองค์กรในชุมชนกลุ่มผู้นำการเปลี่ยนแปลง และภาคีเครือข่ายการพัฒนาที่เข้มแข็งของชุมชน รวมทั้งมีความสามัคคี เอื้ออาทรอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ชำรงไว้ซึ่งคุณค่า ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน หรือเอกลักษณ์ความเป็นไทยอย่างต่อเนื่อง (คณะทำงานสุขภาพคนไทย, 2554)

ในการรวมตัวของชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเองนั้น พบว่า กลุ่มชุมชนในเทศบาลตำบลเกษไชโย ตำบลเกษไชโย อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดอ่างทอง ได้ร่วมกันประกอบกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากวัตถุดิบในท้องถิ่นมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตพื้นที่

ใกล้เคียง ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ ผักผลไม้ที่มีการเพาะปลูกเอง อาหารและขนมต่างๆ ได้แก่ ขนมกง ถั่วทอด กลอย ขนมเบื้องกรอบ ขนมบ้าบิ่น ผลไม้กวน และสมุนไพรเชื่อมและแช่อิ่ม

สมุนไพรเชื่อม และสมุนไพรแช่อิ่ม เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการนำวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น ได้แก่ มะกรูด บอระเพ็ด ลูกตำลึง เขียวไข่กา มะระ และอื่นๆ เริ่มต้นด้วยการเตรียมวัตถุดิบดังกล่าวนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คลายความขมและมีความเหมาะสมในการแปรรูป จากนั้น จึงทำการเชื่อมหรือแช่อิ่มตามวิธีการที่ได้เรียนรู้จากสมาชิกในกลุ่ม โดยเจ้าของความรู้เกี่ยวกับการเชื่อมหรือแช่อิ่มสมุนไพรแปรรูปนี้ เป็นสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านดงพิบูลย์ที่ฝึกหัดทำและจำหน่ายในพื้นที่ตลาดเทศบาลตำบลเกษไชโยหรือตลาดต้องชม ซึ่งสมาชิกดังกล่าว ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุหรืออยู่ในวัยใกล้สูงอายุที่ยังไม่มีโอกาสถ่ายทอดความรู้การทำสมุนไพรแปรรูปนี้แก่ลูกหลานในครอบครัว เนื่องจาก สมาชิกกลุ่มอยู่ในวัยทำงานในสถานที่ราชการและสถานประกอบการในตัวจังหวัดอ่างทอง จังหวัดใกล้เคียง และกรุงเทพมหานคร ส่วนสมาชิกกลุ่มอยู่ระหว่างการศึกษานในโรงเรียน และไม่เห็นความสำคัญและความจำเป็นในการฝึกฝนทำอาหารดังกล่าวนี้ จึงทำให้ภูมิปัญญาการทำสมุนไพรแปรรูป ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สร้างความเข้มแข็งและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและสมาชิกชุมชน ค่อยๆ ห่างหายไปตามกาลเวลาและมีโอกาสทำให้ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนแห่งนี้สูญหายไป การรวมตัวเพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ ลดน้อยลง ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อศักยภาพของชุมชน ในขณะที่ชุมชนมีความต้องการให้ภูมิปัญญาเหล่านี้อยู่คู่กับวิถีความเป็นอยู่ของกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งทั้งด้านภูมิปัญญาและอาชีพ (นางยุพิน โมราทอง สัมภาษณ์, 2560)

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจทำงานวิจัยเรื่อง การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสมุนไพรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านดงพิบูลย์จังหวัดอ่างทอง เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนและสมาชิกชุมชน โดยมีเป้าหมายในการศึกษากระบวนการทำสมุนไพรแปรรูป รวบรวม บันทึก และแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยให้คงอยู่สู่ผู้สืบทอด ส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการรวมตัว สร้างความเข้มแข็ง และสร้างศักยภาพในการเรียนรู้และสร้างอาชีพ ต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำสมุนไพรแปรรูปของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านดงพิบูลย์
2. เพื่อถอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำสมุนไพรแปรรูปของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านดงพิบูลย์

## ตัวอย่างที่ 5

### รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เศรษฐกิจชุมชน เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่คนในชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์ และร่วมเป็นเจ้าของ ซึ่งมีรากฐานมาจากศักยภาพ ภูมิปัญญา และทุนของสมาชิกในชุมชน (ประทีป, 2548) การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่นถือเป็นฐานรากของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ในหลายประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สามารถใช้เศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยเบื้องหลังความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจเกิดจากทรัพยากรมนุษย์ในระดับผู้นำและประชาชนในประเทศ ที่ร่วมสร้างสรรค์เศรษฐกิจของเมืองให้เจริญก้าวหน้า การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นจึงถือเป็นภารกิจเชิงกลยุทธ์ที่มีความสำคัญลำดับต้นของผู้รับผิดชอบการปกครองเมือง ในการพัฒนาเศรษฐกิจดังกล่าว อาศัยหลักความรู้ทางเศรษฐศาสตร์พื้นฐานที่ว่า เศรษฐกิจของประเทศหรือเศรษฐกิจของเมืองใด จะเจริญก้าวหน้า มั่งคั่ง ยั่งยืน และนำความสุขสบายมาสู่ประชาชนของตนได้ต่อเมื่อประเทศหรือเมืองนั้นสามารถทำให้ประชาชนมีรายได้เพียงพอแก่การดำรงชีวิต มีการงานอาชีพที่สุจริต มีการผลิตและตลาดสินค้าบริการที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างสมดุล และอื่น ๆ ที่สำคัญคือ เมืองหรือท้องถิ่นต้องมีประชากรหรือพลเมืองที่มีคุณภาพ มีความรู้ ทักษะ ที่จำเป็นสำหรับการประกอบอาชีพ รวมทั้งมีความรู้และทักษะที่จะเป็นผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจ มีระเบียบวินัย และขยันทำงาน (จรัส, 2558)

เมื่อพิจารณาความสำคัญของเศรษฐกิจชุมชนที่เป็นเศรษฐกิจระดับฐานรากสำคัญของประเทศในยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เป็นการสร้างความเข้มแข็งจากภายในเชื่อมโยงเศรษฐกิจไทยสู่โลก เกิดพลวัตการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อหนึ่งในสามกระแสหลัก คือกระแสความเป็นท้องถิ่น (Localization) ที่แสดงออกถึงความเป็นท้องถิ่นและชุมชนอย่างเข้มข้น โดยโมเดลประเทศไทย 4.0 มีแนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจชุมชน คือแนวคิดการสร้างเสริมความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from within) ซึ่งมีกลไกขับเคลื่อนหลัก 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) การยกระดับนวัตกรรม (Innovation Driven Proposition) ของทุกภาคส่วนในประเทศ 2) การสร้างสังคมที่มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Driven Proposition) และ 3) การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย (Community Driven Proposition) โดยเป็นการสร้างความเข้มแข็งในระดับฐานราก ชุมชน ท้องถิ่น เมื่อผนวกความเข้มแข็งในระดับฐานรากกับกลไกการขับเคลื่อนอื่นๆ แล้ว จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานะของคนในสังคม (Social Mobility) ผ่านการสร้างสังคมแห่งโอกาส (Society with Opportunity) ควบคู่กับการสร้างสังคมที่มีความสามารถ (Society with Competence) โดยในการนำนโยบายสู่การปฏิบัติได้ให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ซึ่งถือเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด (สุวิทย์, 2560)



การสร้างการแข่งขันของเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นในระดับฐานรากของไทย มีองค์ประกอบส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่บริหารจัดการ ตามพระราชบัญญัติข้อกำหนดและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2542 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2542) เปรียบเสมือนกฎหมายแม่บทที่มีลักษณะเป็นการปฏิรูปการปกครองท้องถิ่นไทย มีการบัญญัติมาตราต่างๆ และการกำหนดอำนาจหน้าที่ การให้บริการสาธารณะแก่สังคมและชุมชน ซึ่งในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปฏิรูปการบริหารองค์การยุคใหม่เพื่อพัฒนาให้องค์กรได้ใช้ทฤษฎีเชิงปฏิบัติ นำความคิดไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมาย มีการจัดทำยุทธศาสตร์การปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2560-2569 ที่กำหนด 6 ประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อนำสู่การปฏิบัติ โดยมี 1 ใน 6 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่นร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วจากฐานของท้องถิ่น มีเป้าประสงค์ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทยมีองค์ความรู้ นวัตกรรมเพื่อการขับเคลื่อนงานในภารกิจให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่และการพัฒนาประเทศตามโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ 20 ปี (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559) โดยในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากประกอบกับเป้าประสงค์ที่มีความท้าทายนี้ องค์การต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีผู้นำในการบริหารซึ่งผู้บริหารองค์การเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้การดำเนินการของหน่วยงานสำเร็จตามเป้าหมาย (โกวิทย์, 2552)

แม้ว่าในความมุ่งหมายของรัฐบาลที่จัดตั้งองค์กรปกครองท้องถิ่นเพื่อกระจายอำนาจให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้มีโอกาสปกครองตนเอง บริหารงานท้องถิ่นด้วยตนเอง สามารถสนองความต้องการโดยรวมของท้องถิ่นได้อย่างกว้างขวาง สามารถบริหารงานได้อย่างประหยัดมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีความเชื่อว่าประชาชนในท้องถิ่นย่อมรู้ปัญหาความต้องการของท้องถิ่นตนดีกว่าบุคคลอื่นและยังมีความผูกพันกับท้องถิ่นนั้นๆ อีกด้วย (ปรณัยกร, 2559) แต่ที่ผ่านมาพบว่า ในการบริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ยังประสบปัญหาการบริหารจัดการบางประการ ดังนี้

1. ปัญหาด้านการบริหารจัดการทั่วไป ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การจัดทำแผนพัฒนาและโครงการรวมทั้งแผนปฏิบัติการ การจัดการด้านการเงินและงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง การติดตามควบคุมงาน การประเมินและจัดทำรายงาน โดยไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควรในการกำหนดทิศทางและนโยบายในการบริหาร ประชาชนมีส่วนร่วมน้อยในการจัดทำแผนพัฒนาและแผนปฏิบัติการ งบประมาณไม่สอดคล้องกับโครงการที่ดำเนินการอยู่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขาดความเข้าใจในวิธีการปฏิบัติงาน การติดตามและควบคุมไม่เป็นไปตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ และมีความล่าช้าในการติดตาม ประเมินและจัดทำรายงาน (ชิษณุชา อ่างถึงใน สอนอง, ปราโมทย์, และไฉไล, 2556) (ปณัยกร, 2559)
2. ปัญหาด้านการบริหารงานบุคคล ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากร การสรรหาบุคลากรที่ไม่เป็นไปตามแผน การสอบคัดเลือกเพื่อบรรจุแต่งตั้งให้เป็นข้าราชการ และพนักงานจ้างที่ใช้ระบบอุปถัมภ์มากกว่าระบบคุณธรรม ส่งผลให้ได้บุคลากรที่มีความสามารถไม่ตรงกับงานที่ปฏิบัติ และ

ปัญหาการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรเพื่อปรับเลื่อนระดับ (สาธิตา, เสาวลักษณ์ และ เสาวลักษณ์, 2558)

3. ปัญหาด้านการทุจริตคอร์ปชั่น ปัญหาดังกล่าวเป็นไปใน 3 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) ลักษณะการทุจริตที่เกิดจากตัวบุคคล ได้แก่ การทุจริตของบุคคลโดยเฉพาะผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่น การทุจริตที่เกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจและขาดคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงาน และการทุจริตที่เกิดจากอำนาจ บารมี อิทธิพล 2) ลักษณะการทุจริตที่เกิดจากการบริหารงานและองค์การ ได้แก่ การทุจริตที่เกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ และการทุจริตที่เกิดจากการบริหารงบประมาณ และ 3) ลักษณะการทุจริตที่เกิดจากการตรวจสอบและกฎระเบียบ ได้แก่ การทุจริตที่เกิดจากช่องว่างของกฎระเบียบและกฎหมาย และการทุจริตที่เกิดจากการขาดความหลากหลายในการตรวจสอบ (กฤษณ์, 2559)

นอกจากนี้ ข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ปี พ.ศ. 2550 พบว่า นับตั้งแต่ที่มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา องค์กรดังกล่าวมีรายได้รวมที่สามารถนำมาพัฒนาท้องถิ่นของตนเองเพิ่มขึ้นตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปีงบประมาณ 2542 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีรายได้รวม 100,805 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.22 ของรายได้รัฐบาล และในปีงบประมาณ 2549 มีรายได้รวม 327,113 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.42 ของรายได้รัฐบาล โดยใน 7 ปีที่ผ่านมา มีรายได้เพิ่มขึ้นถึง 3 เท่าตัว (กรมเศรษฐกิจการคลัง, 2550 อ้างถึงใน วิมล, วชิรา และรุ่งทิพย์, 2553) นอกจากนี้ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็มากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งเป็นไปตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะงานที่ได้มีการถ่ายโอนจากหน่วยราชการส่วนภูมิภาค คือ งานบริการการศึกษา งานบริการสาธารณสุข และงานทะเบียนต่างๆ โดยความสำคัญเหล่านี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องมีความพร้อมในการบริหารจัดการรายได้และความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้การบริหารจัดการด้านต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของประชาชนให้ท้องถิ่นและสาธารณสุข ที่ผ่านมามีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ ในขณะที่เดียวกันก็มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอีกเป็นจำนวนมากที่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับเปลี่ยนแปลง ดังนั้น การศึกษาถึงการพัฒนาความสามารถของผู้บริหารด้านการบริหารจัดการจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้องค์กรอื่นๆสามารถนำประสบการณ์และบทเรียนมาเป็นตัวอย่างในการบริหารจัดการ (วิมล, วชิรา และรุ่งทิพย์, 2553)

ในความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นซึ่งถือเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่ต้องการสร้างความเข้มแข็งในระดับฐานรากของชุมชนท้องถิ่น และเครือข่ายให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุข ซึ่งเป็นหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องนำนโยบายนี้เพื่อการบริหารจัดการภายใต้พระราชบัญญัติข้อกำหนดและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2542 และปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์การปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2560-2569 ที่ให้องค์กรท้องถิ่นของประเทศไทยมีองค์ความรู้ นวัตกรรมเพื่อการขับเคลื่อนงานในภารกิจ ในขณะที่พบว่ายังมีปัญหาด้านการบริหารจัดการทั่วไป การบริหารงานบุคคล และการทุจริตคอร์ปชั่น ในการปฏิบัติงานดังกล่าว ผู้นำ

หรือผู้บริหารจึงมีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยต้องพัฒนาการบริหารจัดการภายใน และการบริหารจัดการภายนอกองค์กรกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ต้องมีความรู้ความสามารถในการมองเห็นปัญหาขององค์กรหรือชุมชน มีความสามารถในการระดมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ปัญหาและความต้องการของชุมชนได้ (สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานการบริหารบุคคลส่วนท้องถิ่น, 2555)

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อให้ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ ที่เหมาะสมใช้เป็นหลักในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถขับเคลื่อนงานในภารกิจ รองรับการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ แก้ปัญหา และพัฒนาองค์การสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่รับผิดชอบ

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน