

กระบวนการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองคำเค็ม  
ในชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

COMMUNITY ECONOMIC PROMOTION PROCESS OF SALTED GOLDEN EGGS PRODUCT  
PROCESSING GROUP IN YAICHA COMMUNITY SAMPHARN DISTRICT  
NAKHONPATHOM PROVINCE.

องสมุห์ฉัฐกิจ เพื่อกยือ (จัวร์กุล) <sup>1</sup>

พระมหาประกาศิต สิริเมธ <sup>2</sup> และอุบล วุฒิพรโสภณ <sup>3</sup>

Ongsamuh Nattakit Puoc Nhu (Zhuwonrakul) <sup>1</sup>

Phramaha Prakasit Sirimedho <sup>2</sup> and Ubol Wuthiphornsopon <sup>3</sup>

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

<sup>1</sup>Nattakitoat09@gmail.com

#### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และสร้างเครือข่ายส่งเสริมเศรษฐกิจเป็นกรอบการวิจัย ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 15 คน และทำการสนทนากลุ่มเฉพาะจำนวน 10 คน ได้ทำการวิเคราะห์สรุปข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า นำเสนอข้อมูลแบบอรรถาธิบายพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า

1. เดิมชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม ทำไร่ ทำสวน มีผู้หญิงชื่อ “ชา” หรือ “ยายชา” ได้บริจาคที่ดินสร้างวัด และสาธารณูปโภคต่างๆ นำความเจริญมาสู่ชุมชน จึงเรียกว่า “ชุมชนยายชา” อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ คือ ไข่ทองคำเค็มห่อเป็นสัญลักษณ์แทนชุมชนยายชา สีหน้ายิ้มมีความสุข และในมือถือไข่ทองคำซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน

2. การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ชุมชนยายชา คำนึงถึงการใช้งานที่แข็งแรงทนทานเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคให้เกิดการต่อยอดทางเศรษฐกิจในชุมชน อีกทั้งแปรรูปไข่เปิดให้เป็นสีทองเหลืองอร่ามโดยการใช้น้ำมันที่ได้จากธรรมชาติ และตั้งชื่อใหม่ว่า “ไข่ทองคำเค็ม ยายชา”

3. การสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองคำเค็ม 2 กลุ่มประกอบด้วย 1) เครือข่ายภายในชุมชนอันประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบ กลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้จำหน่าย 2) เครือข่ายภายนอกชุมชนที่ประกอบด้วย กลุ่มส่งเสริมวัตถุดิบ กลุ่มส่งเสริมจำหน่าย และกลุ่มผู้บริโภค โดยการสร้างความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน

**คำสำคัญ:** อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์, พัฒนาผลิตภัณฑ์, สร้างเครือข่าย, เศรษฐกิจชุมชน, ไข่ทองคำเค็ม

## Abstract

This research has force majeure 1) To study the appearance of various golden eggs products of Yacha community, Samphran District, Nakhon Pathom Province 2) To develop product models of golden eggs of Samphran tea community, Nakhon Pathom Province 3) to create a network for The community in the golden egg deposit customer should be compared, the community of the tea community, Sam Phran District, Nakhon Pathom Province The research model for qualitative research was applied to product processing. Create a community product identity Promote the community economy And creating a network to promote the economy as a research framework The researcher used a participatory action research process. The data was collected by in-depth interviews with 15 highly selected key informants and 10 participants in a specific group discussion. The data was analyzed using a triangle technique. Presenting information in an expository manner.

The findings founded that.

1. The identity of the salted golden egg product of Yai Cha community is the image of a grandmother wearing a brown hat as a symbol of Grandma Cha community. Happy smiley face and in the mobile phone salted egg, which is a product of the community.

2. The development of products of the salty golden eggs of Grandma Community's community designed the concept of durable, environmentally friendly use. And create incentives for consumers to further expand the economy in the community The duck eggs are also transformed into a glittering brass color by using naturally derived turmeric. And renamed “Yaicha golden salted eggs.”

3. Creating a network to promote the community's economy within groups processing golden salted egg products of the Yaicha community has networking principles separated into 2 groups. 1) networking within the community consists of. (1) raw material manufacturers group. (2) product processors group. (3) consumers group. (4) distributors group and 2) networks outside the community that consists of. (1) groups promoting raw materials. (2) groups promoting distribution. (3) consumer groups. Forming a business partnership.

**Keywords:** Product identity, product development, networking, community economy, Kai Thong Kem

## บทนำ

การพัฒนาประเทศตามแนวทางของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และการปฏิรูปประเทศได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 –2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 นอกจากนั้นได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนฯ เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความ

มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน” การพัฒนาเศรษฐกิจ (Economics Development) คือกระบวนการที่ก่อให้เกิดความเจริญทางเศรษฐกิจอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องในระยะเวลาที่นานพอที่จะทำให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพทางสังคมโดยมุ่งเน้นเพื่อยกระดับการดำรงชีพของประเทศให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่แท้จริงต่อบุคคล (Per capita real income) ในระยะเวลาที่ยาวนานพอเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ได้อย่างเสมอภาคเกิดมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนโดยส่วนรวมที่ดีขึ้นกว่าเดิม ทุกประเทศในโลกต้องการยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้สูงขึ้น ประเทศที่พัฒนาแล้วต้องการรักษามาตรฐานการครองชีพที่ดีและความมั่งคั่งของประเทศไว้ ประเทศกำลังพัฒนาต้องการยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนและเพิ่มความมั่งคั่งของประเทศให้เทียบเท่าประเทศที่พัฒนาแล้ว สามารถสรุปถึงจุดมุ่งหมายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ (พระมหาประกาศิต สิริเมโธ (ฐิตปิสิททิก), ดร., 2562) ดังนี้เพื่อให้รายได้ประชาชาติของประเทศเพิ่มขึ้น โดยใช้มาตรการและนโยบายต่าง ๆ ส่งเสริมการออมการลงทุน การผลิต ซึ่งแสดงถึง สภาพความเป็นอยู่และฐานะทางเศรษฐกิจของประชาชนในประเทศที่ดีขึ้น เพื่อให้การจ้างงานอยู่ในระดับสูง การว่างงานจะเกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนขยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีการทำเกษตร ทำนา ทำสวน โดยส่งเสริมให้ใช้วิธีปลูกผักสวนครัว สมุนไพรด้วยเกษตรอินทรีย์มีการส่งออกไปขายในชุมชน และเพื่อเป็นการสร้างรายได้เข้าชุมชนด้วยจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เช่น สินค้าทางการเกษตรปลอดสารพิษ ทางองค์กรบริหารส่วนตำบลขยายชา ได้ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรขึ้น โดยให้นักท่องเที่ยวแวะรถรางไปยังสถานที่สำคัญของชุมชน เริ่มจากวัดเดชานุสรณ์ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญของชุมชนและเป็นศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชนในชุมชนขยายชา นักท่องเที่ยวได้ไหว้พระขอพรก่อนไปชมนาข้าวอินทรีย์และวิธีปลูกข้าวที่ศูนย์เรียนรู้ การบริหารจัดการขององค์กรบริหารส่วนตำบลขยายชาเป็นไปในรูปแบบของ “บวร อินทรีย์” ภายใต้การขับเคลื่อนโดยการมีส่วนร่วมขององค์กรบริหารส่วนตำบล วัด โรงเรียน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และชมรมจิตอาสา ทุก ๆ หน่วยงานช่วยกันสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยชุมชนขยายชามีการรวมกลุ่มกันทำไข่เค็มที่แตกต่างจากที่อื่น จึงเป็นไข่เค็มที่มีไข่แดงสีแดงจัดมีรสชาติกลมกล่อมไม่เค็มจัด และอร่อยติดปากผู้ที่ได้ลองลิ้มชิมรส อีกทั้งการเลี้ยงเป็ดของชุมชนขยายชามีการเลี้ยงเป็ดเป็นสัดส่วนด้วยอินทรีย์ โดยการเลี้ยงเป็ดส่วนใหญ่จะเลี้ยงแบบปล่อยทุ่งเป็ดจะหาอาหารตามธรรมชาติในทุ่งนา โดยมีการใช้เครือข่ายภายในชุมชนคือ วัตถุประสงค์ ผู้ผลิตและผู้บริโภค แต่ด้วยความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเป็นจำนวนมากแต่ขาดในปัจจัยของวัตถุประสงค์ ทางชุมชนจึงมีเครือข่ายภายนอกที่มีปัจจัยในการผลิตวัตถุประสงค์และมีการนำเข้ามาใช้ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังใช้เครือข่ายภายนอกเป็นช่องทางการจำหน่ายในตลาด เช่น ตลาดสุขใจสวนสามพราน ตลาดดอนหวาย เป็นต้น

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาและให้ความสำคัญในกระบวนการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม ชุมชนขยายชา จังหวัดนครปฐม เพื่อพัฒนาศักยภาพเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจ ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ด้านเศรษฐกิจสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ประชาชนได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจร่วมกันในรูปแบบเครือข่ายที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ สนับสนุนการนำความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีมาใช้ โดยการนำมาปรับใช้เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ๆ และสร้างกลไกเพื่อส่งเสริมสหกรณ์และผู้ประกอบการแต่ละขนาดการพัฒนาส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม ชุมชนขยายชา จังหวัดนครปฐม นั้นต้องพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนให้มีความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง และมีความมั่นคงของธุรกิจที่รวมเครือข่ายกันในชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญา ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภคซึ่งเป็นสาเหตุของความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ เมื่อเศรษฐกิจในชุมชน

เจริญเติบโตขึ้นย่อมนำออกจำหน่ายยังชุมชนภายนอกได้ดียิ่งขึ้นอีกทั้งเป็นการต่อยอดเศรษฐกิจให้มีความมั่นคงที่เป็นรูปธรรมต่อไป โดยนำเสนอรูปแบบการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษา คือ ตำบลยายชา จังหวัดนครปฐม ที่ประกอบไปด้วย 6 หมู่บ้าน คือ 1) หมู่บ้านภาษีจาก 2) หมู่บ้านโรงหีบ 3) หมู่บ้านสวนส้ม 4) หมู่บ้านยายชา 5) หมู่บ้านไต้วัด 6) หมู่บ้านคลองสรรเพชญ์

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

### การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในธรรมชาติให้เกิดนวัตกรรมที่ดียิ่งขึ้น ด้วยการถนอมอาหารเพื่อยืดระยะเวลาของผลิตภัณฑ์ที่นำมาแปรรูปในช่วงนี้ผลผลิตดังกล่าวไม่เพียงพอต่อความต้องการของมนุษย์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นภูมิปัญญาของคนรุ่นก่อนที่ได้สั่งสมมาและถ่ายทอดความรู้นั้น ให้กับคนรุ่นหลัง การแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังหมายถึงการส่งเสริมการขาย ด้วยการแปรรูปให้ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามในปัจจุบันผู้ผลิตได้ให้ความสำคัญของการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเหตุที่ว่าสามารถเพิ่มยอดขายให้กับผู้ผลิตได้เป็นอย่างดีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้มีอายุระยะเวลาที่ยาวขึ้นหรือเป็นการถนอมอาหารด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพิ่มยอดขาย และเป็นการนำผลผลิตทางการเกษตรที่มีอยู่ในธรรมชาติมาแปรรูปเป็นการช่วยป้องกันการล้นตลาดของผลผลิตสดซึ่งช่วยยกระดับราคาผลผลิต ไม่ให้ตกต่ำ การเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นอาหารระดับอุตสาหกรรม ที่สามารถรับวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นอาหารจำนวนมากได้ การผลิตอาหารให้ได้มาตรฐานเพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การส่งเสริม ให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถขยายตลาดการค้าออกไปสู่ต่างประเทศ จะช่วยเพิ่มพูน รายได้ให้แก่ประเทศได้เป็นอย่างดีการเก็บรักษาและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เป็นการนำเอาผลผลิตทางการเกษตรมาผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้เก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรไว้ได้นานก่อนถึงตลาดและผู้ซื้อ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ สภาพของผลผลิตความสะอาด ความชื้น อุณหภูมิ การถ่ายเทอากาศการเกษตร หมายถึง การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ ต้องอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติเป็นสำคัญผลผลิตทางการเกษตร หมายถึง สิ่งที่ได้มาจากการทำเกษตรกรรม ได้แก่ การปศุสัตว์ การป่าไม้ การประมง การกสิกรรม และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้จากการแปรรูปไปเป็นอย่างอื่น เช่น อาหารกระป๋อง เครื่องหนัง ไม้อัด ผลิตภัณฑ์นม เป็นต้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่คือ 1. ผลผลิตที่ใช้ในการอุปโภค 2. ผลผลิตที่ใช้ในการบริโภค เทคนิคในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร มีหลายขั้นตอน แต่ที่สำคัญจะเป็นแรงจูงใจสามารถทำผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า คุ้มราคา และผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีความอร่อย ไม่ใช่ทำครั้งแรกอร่อยทุกคน ตัดใจในรสชาติ สามารถทำรายได้ให้มากมาย พอเริ่มมีคนรู้จัก คำนึงต่อรสชาติ ก็จะเริ่มทำผลิตภัณฑ์เพื่อให้มี ผลกำไรมาก ๆ ความสำคัญของรสชาติอาจด้อยไป จะทำให้ทุกคนเสื่อมความศรัทธาได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ จะต้องคำนึงถึง 1) ความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้า 2) ต้องมีการวางแผนผลผลิตสินค้านั้นล่วงหน้า และเหมาะสมกับฤดูกาล เพื่อสินค้านั้นจะมีต้นทุนต่ำขายได้ ราคาสูง 3) ต้องมีความ

สนใจ และตั้งใจต่อการทำผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อให้มีความสม่ำเสมอของรสชาติและคุณภาพที่ดี 4) ต้องคำนึงถึงความสะอาดความปลอดภัยเสมอ 5) ต้องมีความรู้ในสารปรุงแต่งอาหารที่ใช้อย่างแม่นยำ 6) การคัดเลือกวัตถุดิบเพื่อการแปรรูปจะต้องมีลักษณะและคุณภาพตรงตามชนิดของอาหาร และต้องคำนึง ถึงเวลา แรงงาน และค่าใช้จ่ายในการเตรียมวัตถุดิบด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีความสำคัญต่อการจดจำของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อัตลักษณ์เกิดจากการหาข้อที่แตกต่างจากสถานที่อื่นหรือหาจุดเด่นของชุมชนที่ทำให้ผู้คนเกิดความจดจำและน่าสนใจในสิ่งนั้น ๆ ซึ่งเป็นก้าวแรกขององค์กรที่จะนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ อัตลักษณ์ขององค์กรที่ทำให้ผู้บริโภค จดจำและสร้างความโดดเด่นในแง่ของการแข่งขันแก่นของเอกลักษณ์ (Core Identity) แสดงถึงความเป็นแก่นของตราสินค้า โดยแก่นของเอกลักษณ์จะประกอบไปด้วยส่วนที่ทำให้ตราสินค้าเป็นเอกลักษณ์ และมีคุณค่า เช่น เครื่องดื่มเป๊ปซี่ เต็มที่กับชีวิตส่วนขยายเอกลักษณ์ (Extended Identity) เป็นส่วนประกอบที่ช่วยเสริมให้องค์กรมีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัวและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นการสร้างจิตวิญญาณให้กับองค์กร บ่งบอกถึงความเป็นองค์กรที่เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพที่เป็นจุดยืนขององค์กร เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ หรือรวมไปถึงตัวผลิตภัณฑ์การสร้างเอกลักษณ์โดยทั่วไปแล้วตราสินค้าที่แข็งแกร่งจะต้องแสดงให้เห็นด้วยคำเฉพาะ คำขวัญ สีสັນ และสัญลักษณ์หนึ่ง ตลอดจนเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งคำเฉพาะ ชื่อตราสินค้าที่แข็งแกร่ง เมื่อเอ่ยกับคนที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย ควรกระตุ้นให้นึกถึงคำอื่นๆ และต้องเป็นคำที่ชื่นชอบ เช่น “การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า” คำขวัญ มีบริษัทหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จกับเพิ่มคำขวัญ หรือข้อความห้อยท้ายชื่อบริษัทหรือตราสินค้าของตน โดยจะได้รับการกล่าวถึงซ้ำๆ ในโฆษณาทุกชิ้น หรือ ปรากฏตามสื่อทุกสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสพบเห็น ผลของการใช้คำขวัญเดียวกันแล้วครั้งแล้วครั้งเล่า สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าของคนโดยไม่รู้ตัว เช่น การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า รีเจนซี่ บรันดิไทย เป็นต้นสีสັນ การใช้สีสັນที่เหมาะสมมีส่วนช่วยในการจดจำตราสินค้ามากทีเดียว เช่น ธนาคาศึกษาใช้สีเขียว ธนาคาไทยพานิชย์ ใช้สีม่วง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ใช้สีเหลือง เป็นต้นสัญลักษณ์และโลโก้ การใช้สัญลักษณ์หรือโลโก้ก็เป็นการสื่อสารที่ดีและได้ผลมาอย่างยาวนาน องค์กรต่าง ๆ ได้สร้างตราสัญลักษณ์หรือดีไซน์ที่เป็นนามธรรม ซึ่งกลายเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าจดจำ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนคือเกิดจากต้นทุนในครอบครัว ด้วยการใช้ผลผลิตที่มีอยู่ในธรรมชาติ หรือเรียกว่าทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการนำมาพัฒนาตามลำดับจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้น และมีการจำหน่ายออกสู่ตลาดจนเกิดเป็นแหล่งเศรษฐกิจชุมชน เช่น ตลาดนัดในชุมชน ตลาดขายของต่าง ๆ ที่มีทุนเดิมจากครอบครัวได้นำมาจัดจำหน่ายตามตลาด อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจชุมชนนั้นยังมีรากฐานมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมกันมาจากรุ่นสู่รุ่น จนเกิดเป็นธุรกิจกิจการในครัวเรือนขึ้น และแต่ละพื้นที่ก็มีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนยังมีความสำคัญต่อการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่คนในชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นการพัฒนาที่เน้นกระบวนการมากกว่ารูปแบบ และต้องการความต่อเนื่องในการปฏิบัติรวมทั้งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาที่เริ่มจาก ฐานทรัพยากรในท้องถิ่น (ทุนในชุมชน) ตลอดจนการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการ สื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามการส่งเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ การเตรียมความพร้อมกับชาวบ้าน การระดมทุนทั้งทุนทางสังคมและ การระดมทุน มีการวางระเบียบอย่างง่าย ๆ ในการบริหารจัดการ ทั้งนี้จะต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ผลักดันของเศรษฐกิจชุมชน เช่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ภายภาคเศรษฐกิจ และการพัฒนากรู๊ปหรือองค์กรชุมชน ที่ก่อให้เกิดกระบวนการของเศรษฐกิจชุมชน และการจัดสรรส่วนเกินจากการทำกิจกรรม เพื่อจัดสรรเป็นสวัสดิการของชุมชนในด้านต่าง ๆ อันเป็นหนทางที่สร้างความ

เข้มแข็งให้แก่กลุ่มเศรษฐกิจหรือชุมชน ที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอาชีพ และการกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนนั่นเอง

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายส่งเสริมเศรษฐกิจ คือกระบวนการจัดการเครือข่ายเป็นความสัมพันธ์เชิงกระบวนการที่เชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยไม่ละทิ้งสาเหตุ ผลลัพธ์ และบริบทที่เกี่ยวข้องเป็นการมองสรรพสิ่งอย่างเป็นองค์รวม โดยต้องอาศัยสถาบันทางสังคมที่ประกอบไปด้วยสถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันครอบครัว และสื่อสารมวลชน ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยสถาบันต่าง ๆ ล้วนมีบุคคล หรือบุคลากรที่เป็นตัวจัดการเครือข่าย เช่น สถาบันการศึกษามี ผู้สอนและผู้ศึกษา ผู้สอนนั้นมีหน้าที่อบรมให้ความรู้แก่ผู้ศึกษาให้อยู่กรอบในระเบียบ และมีความรู้ในการใช้ชีวิต สถาบันศาสนามีหน้าที่อบรมสั่งสอน โดยเป็นสถาบันที่มีผู้นำทางจิตวิญญาณเป็นศูนย์ร่วมทางด้านจิตใจ ให้อยู่ในกรอบของศีลธรรม จริยธรรมที่ดีงาม สถาบันครอบครัว ถือเป็นสถาบันหลักของเครือข่าย หรือกล่าวได้ว่าเป็นสถาบันเริ่มต้นของเครือข่ายที่มีปฏิสัมพันธ์ตั้งแต่เกิด โดยมีพ่อ แม่เป็นผู้อบรมดูแลเลี้ยงดู และสื่อสารมวลชนนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อสังคม เครือข่ายในปัจจุบันอย่างมาก เพราะใช้สื่อสารสนเทศที่มีความทันสมัยในการเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็ว ทุกสถาบันมีความสำคัญกันอย่างแยกไม่ออก อีกทั้งยังมีกระบวนการจัดการที่เป็นเครือข่ายที่ประสานกันอย่างกลมเกลียว และต้องมีหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นหลักในการดำรงชีวิตที่อยู่ในสังคมจะต้องมีน้ำใจรู้เหตุผล ผิดชอบชั่วดี และสามัคคีกันจะเกิดความผาสุกขึ้นในเครือข่านั้น ๆ อย่างไรก็ตามการพัฒนาเครือข่านั้น ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนนั้น ๆ ด้วย โดยประกอบด้วยสิ่งสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) การสร้างความสามัคคี
- 2) การสร้างสำนึกในการอยู่ร่วมกันของชุมชน
- 3) การแบ่งปัน
- 4) การสร้างพลังบวก

สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยในการอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน และสังคมเพื่อการพัฒนาเครือข่ายที่ยั่งยืน มันคงและเจริญรุ่งเรืองขึ้นในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และสถาบันต่างในชุมชนได้มีส่วนร่วมกันอย่างกลมเกลียว ไม่เกิดการแตกแยกกันในสังคมเพราะสิ่งที่กล่าวมาในข้างต้น เป็นปัจจัยที่ผสมผสานบุคคลในชุมชนให้อยู่ร่วมกันได้เป็นอย่างดี และที่ขาดไม่ได้คือหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา หลักขนบธรรมเนียม ประเพณี จริยธรรมในสังคมถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการสร้างเครือข่ายเช่นกัน

#### กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายในการวิจัย คือ เสนอรูปแบบการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม โดยได้ทำการศึกษาแนวคิด เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้งานวิจัยนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research-PAR) โดยประกอบด้วยกิจกรรม 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในชุมชนขยายชา โดยใช้กระบวนการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้นำชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิต จำนวน 6 คน กลุ่มที่ 3 กลุ่ม จำนวน 4

ระยะที่ 2 ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research-PAR) ในกิจกรรมการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนขยายชา โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ “กิจกรรมการพัฒนา ‘ผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม’ ของกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มในชุมชนขยาย” มีขั้นตอนดังนี้

1. การประชุมวางแผนร่วมกับชุมชน เพื่อหากิจกรรมที่เหมาะสมต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในชุมชนขยายชา โดยได้กิจกรรมทางเลือกด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม เพราะสอดคล้องกับบริบทของชุมชนที่มีการแปรรูปไข่เค็ม และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

2. ขั้นตอนการฝึกอบรมกิจกรรมการเรียนรู้ในการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มขยายชา โดยมีผู้นำและสมาชิกของกลุ่มสัมมาชีพในส่วนของแปรรูปไข่เค็ม เป็นผู้นำในการส่งเสริม สนับสนุน ด้านองค์ความรู้ งบประมาณ การผลิต การตลาด ให้กับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม ที่มีความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมในการเรียนรู้

ระยะที่ 3 การสร้างเครือข่ายส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปไข่ทองเค็มชุมชนยายชา โดยการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ ค้นหาแนวทางการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง รวมจำนวน 10 คน โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 นักวิชาการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน จำนวน 1 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักวิชาการด้านโภชนาการ จำนวน 2 คน กลุ่มที่ 3 กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 4 กลุ่มสมาชิกผู้ผลิตไข่เค็ม 2 จำนวน กลุ่มที่ 5 กลุ่มตัวแทนผู้บริโภค จำนวน 2 คน เมื่อวันที่ 19 พฤศจิกายน 2563 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เวลา 13.00 น.

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ และการสังเกตกิจกรรม โดยนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การวิจัย ความเหมาะสมในการเก็บข้อมูล และภาษาที่ใช้ โดยเครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสนทนากลุ่มเฉพาะ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา และสร้างเครือข่ายส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ของไข่ทองเค็ม ชุมชนยายชา อำเภอสามพราน โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในประเด็นเกี่ยวกับ ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน วัน/เดือน/ปี เกิด อายุ เพศ ผู้ดูแลใกล้ชิดและอาชีพหลักของผู้ให้สัมภาษณ์ และ (2) ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

### ผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) อัตลักษณ์ของชุมชนยายชาที่สื่อถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิต พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนยายชานั้นมีการนำสัญลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ในอดีตของชุมชนที่มีในชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม ในอดีตมีผู้หญิงคนหนึ่งชื่อ “ชา” หรือ “ยายชา” ได้บริจาคที่ดินสร้างวัด และสาธารณะประโยชน์ต่าง ๆ นำความเจริญมาสู่ชุมชน ชาวบ้านจึงเรียกชุมชนนั้นว่า “ชุมชนยายชา” การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มยายชา มีองค์ประกอบทั้งหมด 4 อย่างดังนี้ (1) การสร้างแบรนด์ด้วยรูปร่างหน้าตาของสินค้า (Attributes) (2) การสร้างแบรนด์ด้วยคุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits) (3) การสร้างแบรนด์ด้วยคุณค่าของสินค้า (Values) (4) การสร้างแบรนด์ด้วยบุคลิกภาพของสินค้า (Personality) 2) สัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในชุมชนจึงใช้รูปยายใส่หมวกอบเป็นสัญลักษณ์แทนชุมชนยายชา สีหน้ายิ้มมีความสุข และในมือถือไข่เค็มซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีการการันตีของเครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้อง 3) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์วิเคราะห์หลักเกณฑ์การสร้างคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ด้วยหลักของโภชนาการ 4) คุณค่าของผลิตภัณฑ์เสริมสร้างคุณค่าด้วยการใช้ของที่ดีและมีประโยชน์ต่อสุขภาพสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจต่อผู้บริโภค และมีบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติไม่ทำร้ายสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ สามารถย่อยสลายเองได้

2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า 1) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชาพบว่าการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน ผู้นำชุมชน ปราชญ์ นักวิชาการ ร่วมกันแสดงความคิดเห็นที่จะพัฒนาและจะต้องคำนึงถึงการสร้างความคิดใหม่ที่เป็นการพัฒนาเบื้องต้นอย่างสร้างสรรค์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและไม่ซ้ำกับตลาดทั่วไป 2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม พบว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร โดยการใช้วัตถุดิบจากชุมชนที่ปลอดภัยคือไข่เป็ดที่ผ่านกระบวนการแปรรูปแปลงสภาพให้เป็นไข่เค็มที่สามารถยืนระยะเวลาของการหมักอายุไปได้ หรือที่รู้จักกันว่า การถนอมอาหาร เพราะเวลาทำให้ทุก

สิ่งสูญเสียไปจึงเกิดเป็นภูมิปัญญาในการถนอมอาหารขึ้นมา เมื่อเราพัฒนาการแปรรูปไปของเค็มที่ไม่เหมือนในท้องตลาดทั่วไปแล้วเราก็จะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายเองได้ตามธรรมชาติ อีกทั้งชุมชนจะได้มีเศรษฐกิจที่รุ่งเรืองมากขึ้น และทำให้ประชาชนได้ตระหนักถึงการเป็นอยู่โดยไม่ทำลายธรรมชาติ ได้ประกอบสัมมาชีพที่สุจริต ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และเป็นจุดที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้นอีกด้วย 3) ถอดบทเรียนการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ไปของเค็ม พบว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไปของเค็มของชุมชนยายชานั้นมีการแปรรูปที่ยังเหมือนตลาดทั่วไปอยู่มากและมีบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงยังไม่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ในชุมชนเท่าที่ควร จึงต้องมีการพัฒนาปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาในการแปรรูปให้มีคุณภาพ เสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และในด้านบรรจุภัณฑ์ให้มีความทนทานเสริมสร้างแรงจูงใจของผู้บริโภคโดยใช้หลัก 4 ด้านในการพัฒนาดังนี้ (1) ด้านคุณค่าอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (2) ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (3) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4) ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์จูงใจผู้บริโภค

3. รูปแบบการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไปของเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีหลักการสร้างเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง 2 กลุ่มดังนี้ 1) เครือข่ายภายในชุมชนอันประกอบด้วย (1) กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบ (2) กลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ (3) กลุ่มผู้บริโภค (4) กลุ่มผู้จำหน่าย และ 2) เครือข่ายภายนอกชุมชนที่ประกอบด้วย (1) กลุ่มส่งเสริมวัตถุดิบ (2) กลุ่มส่งเสริมจำหน่าย (3) กลุ่มผู้บริโภค โดยการสร้างความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน

### อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไปของเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) อัตลักษณ์ของชุมชนยายชาที่สื่อถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิต พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนยายชานั้นมีการนำสัญลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ในอดีตของชุมชนที่มีในชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมในอดีตที่มีผู้หญิงคนหนึ่งชื่อ “ชา” หรือ “ยายชา” ได้บริจาคที่ดินสร้างวัด และสาธารณะประโยชน์ต่าง ๆ นำความเจริญมาสู่ชุมชน ชาวบ้านจึงเรียกชุมชนนั้นว่า “ชุมชนยายชา” การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไปของเค็มยายชามีองค์ประกอบทั้งหมด 4 อย่างดังนี้ (1) การสร้างแบรนด์ด้วยรูปร่างหน้าตาของสินค้า (Attributes) (2) การสร้างแบรนด์ด้วยคุณประโยชน์ของสินค้า (Benefits) (3) การสร้างแบรนด์ด้วยคุณค่าของสินค้า (Values) (4) การสร้างแบรนด์ด้วยบุคลิกภาพของสินค้า (Personality) 2) สัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในชุมชนจึงใช้รูปยายใส่หมวกอบเป็นสัญลักษณ์แทนชุมชนยายชา สีหน้ายิ้มมีความสุข และในมือถือไข่เค็มซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีการ์นิตยสารของเครื่องหมายการค้าที่เกี่ยวข้อง 3) คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์วิเคราะห์หลักเกณฑ์การสร้างคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ไปเค็ม ด้วยหลักของโภชนาการ 4) คุณค่าของผลิตภัณฑ์เสริมสร้างคุณค่าด้วยการใช้ของที่ดีและมีประโยชน์ต่อสุขภาพสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจต่อผู้บริโภค และมีบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติไม่ทำร้ายสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ สามารถย่อยสลายเองได้ และมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไปของเค็มของชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า 1) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปของเค็มของชุมชนยายชาพบว่าการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน ผู้นำชุมชน ประชาชน นักวิชาการ ร่วมกันแสดงความคิดเห็นที่จะพัฒนาและจะต้องคำนึงถึงการสร้างความคิดใหม่ที่เป็นการพัฒนาเบื้องต้นอย่างสร้างสรรค์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและไม่ซ้ำกับตลาดทั่วไป 2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไปของเค็ม พบว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร โดยการใช้วัตถุดิบจากชุมชนที่ปลอดภัยคือไข่เค็มที่ผ่านกระบวนการแปรรูปเปลี่ยนสภาพให้เป็นไข่เค็มที่สามารถยืนระยะเวลาของการหมักอายุไปได้ หรือที่รู้จักกันว่าถนอมอาหาร เพราะเวลาทำให้ทุกสิ่งสูญเสียไปจึงเกิดเป็นภูมิปัญญาใน

การถนอมอาหารขึ้นมา เมื่อเราพัฒนาการแปรรูปไข่ทองเค็มที่ไม่เหมือนในท้องตลาดทั่วไปแล้วเราก็จะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายเองได้ตามธรรมชาติ อีกทั้งชุมชนจะได้มีเศรษฐกิจที่รุ่งเรืองมากขึ้น และทำให้ประชาชนได้ตระหนักถึงการเป็นอยู่โดยไม่ทำลายธรรมชาติได้ประกอบสัมมาชีพที่สุจริต ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และเป็นจุดที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้นอีกด้วย 3) ถอดบทเรียนการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม พบว่า การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายชานั้นมีการแปรรูปที่ยังเหมือนตลาดทั่วไปอยู่มากและมีบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงยังไม่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ในชุมชนเท่าที่ควร จึงต้องมีการพัฒนาปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาในการแปรรูปให้มีคุณภาพ เสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และในด้านบรรจุภัณฑ์ให้มีความทนทานเสริมสร้างแรงจูงใจของผู้บริโภคโดยใช้หลัก 4 ด้านในการพัฒนาดังนี้ (1) ด้านคุณค่าอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (2) ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ (3) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4) ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์จูงใจผู้บริโภค อีกทั้งมีรูปแบบการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนยายช อาเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม มีหลักการสร้างเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง 2 กลุ่มดังนี้ 1) เครือข่ายภายในชุมชนอันประกอบด้วย (1) กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบ (2) กลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ (3) กลุ่มผู้บริโภค (4) กลุ่มผู้จำหน่าย และ 2) เครือข่ายภายนอกชุมชนที่ประกอบด้วย (1) กลุ่มส่งเสริมวัตถุดิบ (2) กลุ่มส่งเสริมจำหน่าย (3) กลุ่มผู้บริโภค โดยการสร้างความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน

### สรุปองค์ความรู้



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มในชุมชนขยายชาโดยการศึกษ้อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนขยายชา ประกอบด้วย การไปสังเกตการณ์ การไปสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภคไข่ทองเค็ม กลุ่มนักวิชาการด้านการแปรรูป กลุ่มนักวิชาการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและด้านการสร้างเครือข่าย โดยศึกษ้อัตลักษณ์ของชุมชนขยายชาที่สื่อถึงวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน และนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ในชุมชนและคำนึงถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าเพื่อศึกษาการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนขยายชา โดยใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการถอดบทเรียนการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มซึ่งมีด้วยกัน 4 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1) ด้านคุณค่าอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 4) ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์เชิงใจผู้บริโภค ประกอบด้วยความยั่งยืนในการพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญทางรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน อีกทั้งการลดการใช้ทรัพยากร โดยใช้เท่าที่จำเป็นหรือใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการใช่วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งทำให้ทราบว่าประชาชนในชุมชนมีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผลิตภัณฑ์ยังไม่มีคุณภาพโดดเด่น แต่สมาชิกของผู้ผลิตไข่เค็มมีการรวมกลุ่มกันโดยการลงหุ้นและปันผลกันทุกปีให้กับสมาชิกกลุ่มโดยการทำบัญชีรายรับรายจ่าย เหมือนรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน แต่กลุ่มผู้ผลิตยังมีได้จัดให้เป็นวิสาหกิจชุมชนอย่างจริงจัง จึงนำข้อมูลต่าง ๆ มาจากการพัฒนาเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนขยายชา และได้มีการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) พบว่ารูปแบบการสร้างเครือข่ายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มของชุมชนขยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ดังต่อไปนี้ 1) เครือข่ายภายในชุมชนประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบ ไข่เป็ดถือเป็นวัตถุดิบจากศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์และฟาร์มชุมชน ตำบลยายชา กลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ผู้ควบคุมทรัพยากรกระบวนการผลิตไข่เค็ม ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวนประมาณ 20 คน กลุ่มผู้บริโภคประกอบด้วยชุมชนขยายชา ประกอบไปด้วย 6 หมู่บ้าน 2) เครือข่ายภายนอกชุมชน กลุ่มส่งเสริมวัตถุดิบจากฟาร์มเปิดจังหวัดสุพรรณบุรีผลิตไข่เป็ดส่งให้กับกลุ่มสมาชิกสมาชิก และจากฟาร์มอื่น ๆ ที่ผ่านการตรวจสอบจากประธานกลุ่มสมาชิก กลุ่มส่งเสริมจำหน่ายนำผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มจัดนิทรรศการในโครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5 ณ วัดไร่ขิง พระอารามหลวง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม และนิทรรศการในงาน 113 ปี วันสถาปนามหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย และนำออกจำหน่ายในตลาดริมเขื่อน ตลาดดอนหวาย ตลาดวัดสรรเพชร และตามตลาดชุมชน กลุ่มผู้บริโภค ผู้นำชุมชนองค์กร นำผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม มอบเป็นของที่ระลึกในโอกาสต่าง ๆ อีกทั้งผู้ที่เดินทางมายังตลาดในชุมชน และผู้ที่มีความสนใจให้จัดส่งต่างจังหวัด

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายและการใช้ประโยชน์

- 1) เพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลายสอดคล้องกับผู้บริโภค รวมถึงผลักดันการจัดตั้งหรือสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise-SMCE) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและต่อเนื่องในการดำเนินการ
- 2) เพิ่มมูลค่าสินค้าเชิงอัตลักษณ์ทั้งในประเด็นของการพัฒนากระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพเพื่อรับรองเครื่องหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและเอื้อต่อการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันวางนโยบายในการทำงานที่สอดคล้องกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม

#### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1) ควรมีการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม ให้เป็นสินค้า OTOP ประจำชุมชน

2) ควรมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม ให้มีคุณภาพเพื่อรับรองเครื่องหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีบรรจุภัณฑ์ที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภค

3) ควรมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็ม เช่น การขายสินค้าออนไลน์ การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปหากมีผู้สนใจศึกษาเรื่องเกี่ยวกับส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1) ควรศึกษาถึงอัตลักษณ์ในชุมชน อันประกอบด้วยวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชน ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดียิ่งขึ้น

2) ควรมีการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ และพัฒนาการจัดการปัญหาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยใช้กระบวนการจากการศึกษาในครั้งนี้

3) ควรศึกษากระบวนการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนที่ทำให้เศรษฐกิจเข้มแข็งอย่างยั่งยืนอันประกอบด้วยอัตลักษณ์ในชุมชน ผลิตภัณฑ์ในชุมชน เครือข่ายภายในชุมชนและภายนอกชุมชนที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลทำให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งเกิดการพัฒนาย่างมั่นคงยั่งยืน และเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

#### เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2541). *เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง: แนวคิดและยุทธศาสตร์*.

(กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น)

เกียรติไกร โพธิ์มณี. (2552). รูปแบบการพัฒนาผลิตชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอ่างทอง. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 4(1).

ชัยญลักษณ์ หล้าแหล่งและคณะ. (2561). *การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร สาขา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะหลักสูตร) บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พระมหาประกาศิต สิริเมโธ (ฐิตปสิททิกิร), ดร. และ นายสัญญา สดประเสริฐ. (2560). การสร้างเครือข่ายจิตสำนึกความเป็นพลเมืองดีในการพัฒนาชุมชน และความเป็นเมืองเชิงพุทธ ในจังหวัดนครปฐม. *รายงานการวิจัย*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระมหาประกาศิต สิริเมโธ (ฐิตปสิททิกิร), ดร., (2562). *แนวคิดพื้นฐานเพื่อการบริหารและพัฒนา*. โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พิบูล ไวจิตรกรรม. (2559). การสร้างอัตลักษณ์สินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย. *รายงานวิจัย*, ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

มงคล ด่านธานินทร์. (2541). *เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองเชิงระบบ*, กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วรรณิก พิษญานันต์ และสุวัฒนา ธาดานิติ. (2560). การดำรงอยู่ของสำนักชุมชนและบทบาทของชุมชนต่อภูมิทัศน์เมืองประวัติศาสตร์กรณีการพัฒนาและฟื้นฟูเมืองเก่าเชียงใหม่. *รายงานการวิจัย*, สาขา มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

204 วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2564)

องค์การบริหารส่วนตำบลยายชา. “ยุทธศาสตร์การพัฒนากองการบริหารส่วนตำบลยายชา”. แผนพัฒนา  
ท้องถิ่น 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) ขององค์การบริหารส่วนตำบลยายชา อำเภอสามพรานจังหวัด  
นครปฐม. (เอกสารอัดสำเนา).

Conant, R. D., *Networking: Five steps to building your network*. Harvard Business Review, April  
21, 2011.

