

ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น  
ในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดบุรีรัมย์  
Factors Influencing the Potential of Community Entrepreneurs Food Providers Using  
Local Wisdom in Kok Ma Subdistrict Municipality Prakhon Chai District Buriram Province  
Digital Market Era

บุญส่ง ศรีอนุตร

ปรีชา ปาโนรัมย์

กุลกัลยา ศรีสุข

นิธิโรจน์ ศุภกฤษสุวรรณกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Boonsong Srianut

Preecha Panoram

Kulkanya Srisuk

Nitiroj Suphakritsuwannakul

Buriram Rajabhat University

Email: 640426065008@bru.ac.th

วันที่รับบทความ: 23 เมษายน 2567; วันที่แก้ไขบทความ 13 มิถุนายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 7 กรกฎาคม 2567

Received: April 23, 2024; Revised: June 13, 2024; Accepted: July 7, 2024

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการอาหารชุมชน 2) เปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการอาหารชุมชน จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัดแบบเจาะจง หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ที่ .898 สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test , F-test (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่แบบ LSD

ผลวิจัยพบว่า 1) ชุมชนมีการบริหารจัดการอาหารชุมชน พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านพฤติกรรม รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านระบบและกระบวนการทำงาน และด้านกลยุทธ์ 2) ผู้ประกอบการอาหารชุมชนที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชนต่างกัน มีศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า ในภาพรวม



**คำสำคัญ:** ภูมิปัญญาท้องถิ่น; ตลาดดิจิทัล; อาหารชุมชน

### Abstract

The purposes of this research were: 1) study general conditions in community food management. 2) Compare the potential of community food entrepreneurs classified by personal factors. 3) to investigate the factors influencing the potential of community food providers using local wisdom in the age of digital market. The sample was composed 50 people of the community leaders, food providers and used the Purposive sampling. The reliability coefficient of questionnaire was .898. Statistic for this research was percentages, means, standard deviations, t-tests, F-tests (one-way ANOVA), and Least Significant Difference (LSD).

The research results found that 1) The mean and standard deviation analysis of community food management an overall was high level, with behavior ranking highest, followed by goods and services, systems and processes and strategies. 2) Community food entrepreneurs have different ages, average monthly income, and experience in cooking in the community. There is potential for community food entrepreneurs using local wisdom in the community digital market era. Kok Ma Subdistrict Municipality is different with statistical significance at the .01 level. And 3) Strategic factors affecting the potential of community food operators using local wisdom in the community digital market era. Kok Ma Subdistrict Municipality as a whole.

**Keywords:** Local Wisdom; Digital Market; Community Food

### บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านปรากฏการณ์ Soft Power เป็นการใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม การกินการดื่ม วิถีชีวิต หรือความเชื่อ นำเสนอผ่านสื่อหรือผลงานในรูปแบบต่างๆ เพื่อโน้มน้าวใจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านความจากปรากฏการณ์นี้ได้มีนโยบายส่งเสริมสนับสนุน Soft Power และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยมุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5 F ที่เป็น Soft Power ของไทยให้กลายเป็นสินค้าทางส่งออกทางวัฒนธรรมสำคัญของไทยอันได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) เทศกาลประเพณีไทย (Festival) ทั้งนี้เอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยมีประวัติศาสตร์ยาวนานเป็นรากฐานที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม สะท้อนผ่านอาหาร ศิลปะ



วัฒนธรรม บันเทิง เพลง ภาพยนตร์และสถานที่ท่องเที่ยว กลายเป็น Soft Power ของไทยให้ที่ป็นที่รู้จักและได้รับการชื่นชมจากคนทั่วโลก (ไทยรัฐออนไลน์, 2566 : 2)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการสะสมสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นนำมาปรับปรุงแก้ไขพัฒนาประยุกต์ใช้ ปรับสภาพการดำรงอยู่ให้ได้ในสภาพแวดล้อมพื้นที่นั้นๆ โดยมีการนำการสั่งสอนของบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว ผู้สูงอายุ ผู้นำชุมชน ซึ่งกลายเป็นความเชื่อและปฏิบัติตามกลายสังคมคุณธรรมที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ที่ดีเอาไว้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการรักษา และนำมาปฏิบัติไว้หลากหลายเรื่องให้คงอยู่ในปัจจุบัน โดยได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัดและระดับชุมชนให้มีความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นแสดงความโดดเด่นของชุมชน เช่น อาหารชุมชน (community food system) ผู้ประกอบการอาหารที่อยู่ในชุมชนเป็นผู้มีความสามารถในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น เลือกใช้ทรัพยากรอาหารตามธรรมชาติมาประกอบอาหารในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่ายุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยอีกทางหนึ่ง เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ตามยุทธศาสตร์ชาติ ปี 2561- 2580 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาด้วยการ “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราเคยทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ ในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของ เศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 2561-2580 (2563 : 9) ซึ่งจะส่งเสริมการบริโภคอาหารจากธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนซึ่งปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารพื้นบ้านในชุมชนได้รับการส่งเสริมให้มีบทบาทที่สำคัญเพิ่มมากขึ้น

การตลาดดิจิทัลซึ่งเป็นการตลาดที่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางมีการใช้ช่องทางออนไลน์ต่างๆ และใช้เครื่องมือมาช่วยเหลือในการทำการตลาดบนโลกออนไลน์เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเป็นผลดีต่อสินค้าหรือบริการรวมไปถึงการสร้างแบรนด์การสร้างช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการ การสร้างรายได้ของเกษตรกรในยุคปัจจุบันที่มีความเป็นอิสระมีการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีเป็นสื่อกลางมีความหลากหลายของช่องทางในการสื่อสาร สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้านอาหารธรรมชาติอาหารในชุมชนการเข้าถึงของผู้บริโภค

เทศบาลตำบลโคกม้า อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีอาหารที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการนำมาประกอบอาหารซึ่งเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น มีผู้ประกอบการอาหารในชุมชนที่เปิดให้บริการกับผู้บริโภคอยู่แล้ว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องยกระดับความสามารถในอาชีพและการบริการลูกค้าเพิ่มขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า



2. เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า

### วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรในเทศบาลตำบลโคกม้าทั้งหมดมีจำนวน 7,600 คน จำนวน 5 หมู่บ้านแบ่งออกเป็น 6 หมู่ ข้อมูลจากสำนักงานเทศบาลตำบลโคกม้า (2564 : 16) ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการอาหารในชุมชนจำนวน 80 คน จึงทำเลือกผู้ที่ประกอบการอาหารในชุมชนจำนวน 50 คน ซึ่งการวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยผู้ประกอบการอาหารชุมชนเป็นผู้ให้ข้อมูล ได้ค่าที่เหมาะสมสำหรับการนำไปเป็นแบบสอบถามในการทำวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check Lists) ส่วนที่ 2) การศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ส่วนที่ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ส่วนที่ 4) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด และส่วนที่ 5) เป็นการสัมภาษณ์เพิ่มเติมในประเด็นสำคัญ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการคือ 1) การศึกษาข้อมูลเอกสาร บทความ รายงานการวิจัย เพื่อศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิดหลักการทางวิชาการ ตลอดจนข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน 2) นำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้ามาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับการวิจัย 3) นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทำการตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา โครงสร้างของคำถามและภาษาเพื่อให้ได้คำถามที่ครอบคลุม 4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และนำแล้วส่งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อสอบความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ (Face Validity) 5) นำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบและแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ และ 6) ทำหนังสือขออนุญาตทดลองแบบสอบถามจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ถึงนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไทร เพื่อใช้กับกลุ่มทดลองกับชุมชนตำบลบ้านไทร โดย



นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลจำนวน 30 คน แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนคือ 1) ผู้วิจัยได้การขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยแล้วส่งถึงผู้อำนวยการเทศบาลตำบลโคกม้า และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไทรเพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้นำชุมชนเพื่อเข้าดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) ผู้นำนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านไทร และนายกเทศบาล เทศบาลตำบลโคกม้า มอบหมายไปยังประธานกลุ่มเทศบาล แจ้งกับประชาชนในเทศบาล เพื่อขอให้มีการตอบแบบสอบถามร่วมมือจากผู้กรอกแบบสอบถาม 3) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาความสอดคล้องและหาค่าความเชื่อมั่นแล้วไปเก็บข้อมูลตามเป้าหมายและกำหนดวันใช้แบบสอบถาม

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และสถิติอ้างอิงที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) โดยใช้สถิติ F เพื่อทดสอบความแตกต่าง เมื่อพบความแตกต่างทำการเปรียบเทียบรายคู่แบบ LSD (Least -Significant Different)

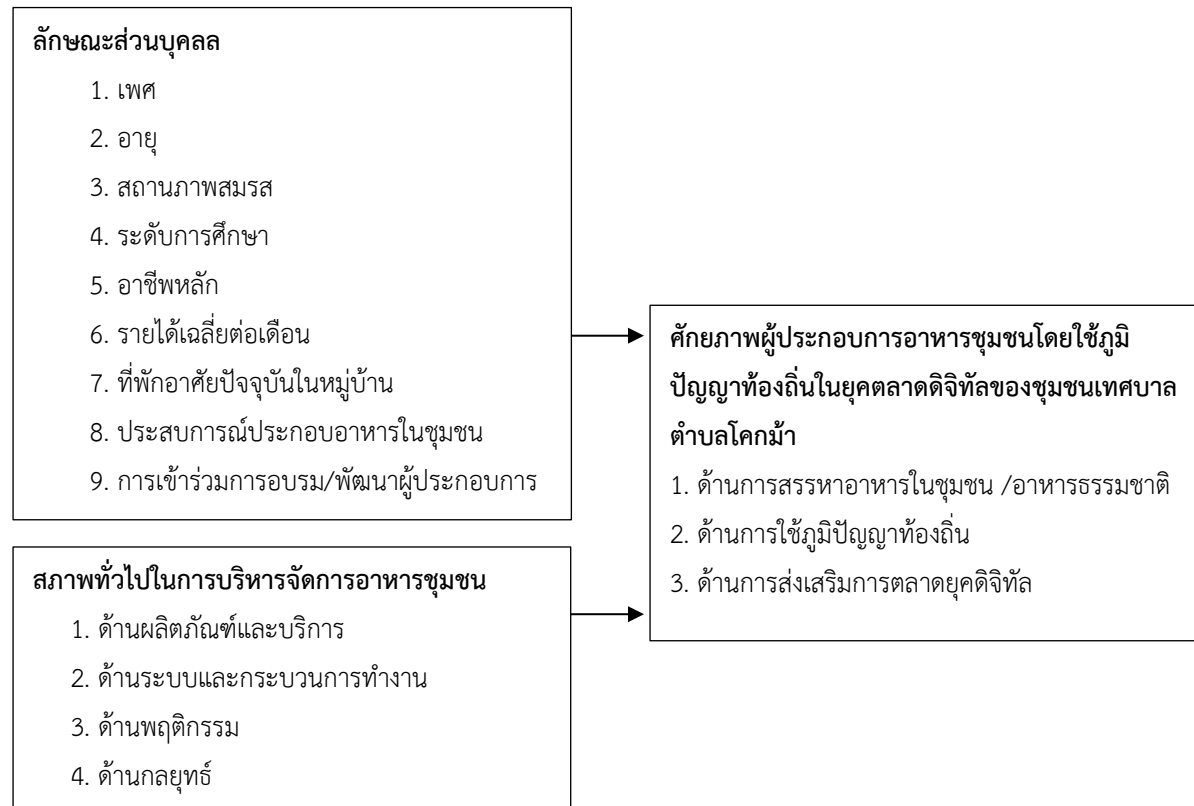
### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชนเทศบาลตำบลโคกม้า มีกรอบแนวคิดผู้วิจัยได้นำตัวแปรการทำงานการตัดสินใจ เฮอริเบิร์ต เอ.ไซมอน (Herbert A. Simon, 1997: 25) ได้อธิบายว่าการตัดสินใจคือกระบวนการที่ประกอบไปด้วยเขาวงกตปัญญา (Intelligent Activity) หรือการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ หมายถึง การสืบเสาะหาข่าวสาร สภาพทางสิ่งแวดล้อมสำหรับการตัดสินใจกิจกรรมออกแบบ (Design Activity) หรือการหาแนวทางทางเลือกที่พอเป็นไปได้ซึ่งหมายถึง การสร้าง พัฒนา วิเคราะห์ แนวทางต่างๆ ที่จะนำไปปฏิบัติได้ กิจกรรมคัดเลือก (Choice Activity) ดังแสดงได้ในแผนภาพที่ 1



## ตัวแปรต้น

## ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า สรุปผลได้ดังนี้

การศึกษาสภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 88 ส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่า ม.3 คิดเป็นร้อยละ 40 ด้านอาชีพหลักมีอาชีพเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้ช่วง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 การพักอาศัยปัจจุบันหมู่บ้านจะอาศัยอยู่ที่โคกเพชร จำนวน 13 คนมีประสบการณ์ในการประกอบอาหารในชุมชน พบว่ามีประสบการณ์ 3 ปี ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 84 ด้านการเข้าร่วมการอบรม / พัฒนาผู้ประกอบการจากหน่วยงานที่รับผิดชอบพบว่าส่วนใหญ่เคยเข้าอบรมแล้ว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 60 จากข้อมูลของผู้กรอกแบบสอบถามข้างต้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์แล้วได้ผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ดังนี้



1. ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า ภาพรวม

| ปัจจัยการจัดการเชิงนวัตกรรม  | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลความหมาย |
|------------------------------|-----------|------|----------------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ    | 4.08      | 0.58 | มาก            |
| 2. ด้านระบบและกระบวนการทำงาน | 4.05      | 0.65 | มาก            |
| 3. ด้านพฤติกรรม              | 4.50      | 0.50 | มากที่สุด      |
| 4. ด้านกลยุทธ์               | 3.88      | 0.66 | มาก            |
| ภาพรวม                       | 4.13      | 0.60 | มาก            |

จากตารางที่ 1 ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.13, SD = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านพฤติกรรม ( $\bar{X}$  = 4.50, SD = 0.50) รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ( $\bar{X}$  = 4.08, SD = 0.58) ด้านระบบและกระบวนการทำงาน ( $\bar{X}$  = 4.05, SD = 0.58) และด้านกลยุทธ์ ( $\bar{X}$  = 3.88, SD = 0.66) ตามลำดับ

2. ผลของการเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการอาหารชุมชนที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชนต่างกัน มีศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังแสดงได้ในตารางที่ 2-5

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามอายุ

| ข้อความคำถาม                               | F     | Sig.   |
|--------------------------------------------|-------|--------|
| 1. ด้านการสรรหาอาหารในชุมชน /อาหารธรรมชาติ | 2.987 | .059   |
| 2. ด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น             | 2.495 | .056   |
| 3. ด้านการส่งเสริมการตลาดยุคดิจิทัล        | 5.066 | .002** |
| ภาพรวม                                     | 4.400 | .004** |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01





จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชนตำบลโคกม้า ด้านการส่งเสริมการตลาดยุคดิจิทัล ( $F = 5.066$ ,  $Sig. = .002$ ) และภาพรวม ( $F = 4.400$ ,  $Sig. = .004$ ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ผู้วิจัย จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 กลุ่มมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 ตัวอย่างจึงไม่สามารถทำการวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ได้

**ตารางที่ 3** การเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชน              | F            | Sig.          |
|--------------------------------------------|--------------|---------------|
| 1. ด้านการสรรหาอาหารในชุมชน /อาหารธรรมชาติ | .035         | .991          |
| 2. ด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น             | 5.353        | .001**        |
| 3. ด้านการส่งเสริมการตลาดยุคดิจิทัล        | 2.698        | .052          |
| <b>ภาพรวม</b>                              | <b>3.447</b> | <b>.015**</b> |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชนตำบลโคกม้า ภาพรวม ( $F = 3.447$ ,  $Sig. = .015$ ) และด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ( $F = 5.353$ ,  $Sig. = .001$ ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ผู้วิจัย จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 กลุ่มมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 ตัวอย่างจึงไม่สามารถทำการวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ได้

**ตารางที่ 4** การเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน

| ศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชน              | F     | Sig.  |
|--------------------------------------------|-------|-------|
| 1. ด้านการสรรหาอาหารในชุมชน /อาหารธรรมชาติ | 4.839 | .012* |
| 2. ด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น             | 4.103 | .023* |
| 3. ด้านการส่งเสริมการตลาดยุคดิจิทัล        | .444  | .644  |





ภาพรวม

3.337

.054

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชนตำบลโคกม้า ด้านการสรรหาอาหารในชุมชน/อาหารธรรมชาติ ( $F = 4.839$ ,  $Sig. = .012$ ) และด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ( $F = 4.103$ ,  $Sig. = .023$ ) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ผู้วิจัย จึงใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ตามตาราง 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การเปรียบเทียบศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชนเทศบาลตำบลโคกม้า จำแนกตามประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

| ประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน (I) | ( $\bar{X}$ ) | ประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน (J) | ค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน (I-J) | ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน | Sig   |
|----------------------------------|---------------|----------------------------------|------------------------------|---------------------------|-------|
| 6 เดือน – 1 ปี                   | 3.60          | 1 – 2 ปี                         | -.86667                      | .33420                    | .013* |
|                                  |               | 3 ปี ขึ้นไป                      | -.12727                      | .24424                    | .605  |
| 1 – 2 ปี                         | 4.47          | 6 เดือน – 1 ปี                   | .86667                       | .33420                    | .013* |
|                                  |               | 3 ปี ขึ้นไป                      | .73939                       | .24424                    | .004* |
| 3 ปี ขึ้นไป                      | 3.72          | 6 เดือน – 1 ปี                   | .12727                       | .24424                    | .605  |
|                                  |               | 1 – 2 ปี                         | -.73939                      | .24424                    | .004* |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน 1-2 ปี มีความคิดเห็นต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน 6 เดือน – 1 ปี และ 3 ปี ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



3. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ มีผลดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า ภาพรวม (Y)

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัล | Unstandardized Coefficients |                     | Standardized Coefficients | t     | Sig.   |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------|---------------------------|-------|--------|
|                                                                                       | B                           | Std. Error          | Beta                      |       |        |
| (Constant)                                                                            | 4.402                       | .889                |                           | 4.952 | .000** |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ                                                             | .008                        | .202                | .009                      | .040  | .968   |
| 2. ด้านระบบและกระบวนการทำงาน                                                          | .070                        | .186                | .077                      | .376  | .709   |
| 3. ด้านพฤติกรรม                                                                       | .088                        | .210                | .082                      | .418  | .678   |
| 4. ด้านกลยุทธ์                                                                        | .329                        | .159                | .358                      | 4.075 | .000** |
| R                                                                                     | R <sup>2</sup>              | Adj. R <sup>2</sup> | SE(est)                   | F     | Sig.   |
| 0.327                                                                                 | 0.107                       | 0.373               | 0.40293                   | 4.345 | .000** |

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า ในภาพรวมได้ร้อยละ 37.30 (Adj. R<sup>2</sup> = .373) โดยมีปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ ด้านกลยุทธ์ (Beta = .358, Sig. = .000) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ส่งผลอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยนั้นจะพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า มีผลการศึกษาที่วิเคราะห์ข้อมูลอภิปรายผล เป็นลำดับได้ดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านพฤติกรรม ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านระบบและกระบวนการทำงาน และด้านกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก แสดงว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน สอดคล้องกับสนิทดเดช จินตนา และสุพิศ บุญลาภ (2564: 26) ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด ปราจีนบุรี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการทำการสื่อสารตลาดออนไลน์ แต่ยังไม่ค่อยได้ทำ การจำหน่ายสินค้าผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลหรือการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์นัก เนื่องจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่



ในเป็นกลุ่มผู้สูงอายุจึงทำให้พฤติกรรมการจำหน่ายสินค้าผ่าน ระบบออนไลน์ไม่มาก ซึ่งปัจจัยหลักนั้นคือเรื่องของทักษะของการใช้งานอุปกรณ์เทคโนโลยี หรือการ ใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่ยังอยู่ในระดับน้อย อีกประเด็นคือเรื่องของการยอมรับในเทคโนโลยี สมัยใหม่ที่ยังคงไม่เปิดรับและยังสอดคล้องกับ วัชรพงษ์ อินทรวงศ์ และปัทมา สุริยกุล ณ อยุธยา (2559 : 112 ) จากการศึกษาพบว่าระดับภาวะผู้ประกอบการของ คณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร จังหวัดนครพนม พบว่า มีค่าเฉลี่ยของภาวะผู้ประกอบการ อยู่ในระดับสูง โดยมีรายองค์ประกอบย่อยกลุ่มภาวะ ผู้ประกอบการด้านความซื่อสัตย์มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขันและความ เชื่อมั่นในตัวเองมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากัน แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการของคณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนมยัง มีคงต้องอาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการขาด ความมุ่งมั่นในการแข่งขันโดยเฉพาะ ความพยายามที่จะทำให้สินค้าและบริการของตนมีคุณภาพโดดเด่น เหนือคู่แข่ง ดังนั้นการจะเป็น ผู้ประกอบการที่ดีควรมีคุณสมบัติตามปัจจัยที่ศึกษาจะต้องมีความรู้ความสามารถ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยสามารถคิดค้นและผลิตสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ ด้านระบบและกระบวนการทำงาน ต้องมีการคิดค้นวิธีการทำงาน และเมนูอาหารใหม่ๆ อยู่เสมออย่างเป็นระบบ ด้านพฤติกรรม การอยู่ในองค์กรต้องร่วมกันนำเสนอ แนวทางแนวคิด เพื่อปรับปรุงร้าน ทุกคนในร้านมุ่งเน้นการลงหาวิธีการทำงานใหม่ๆ อยู่เสมอด้านกลยุทธ์ ต้องสามารถทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เช่น ความต้องการของลูกค้า คู่แข่งขันร้านข้างเคียง หรือศักยภาพทางการเงินที่เหมาะสมกับบริบทของร้านและผลการศึกษานวัตกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหาร จังหวัดนครพนม พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม ของนวัตกรรมอยู่ในระดับสูง โดยประเภทของนวัตกรรมด้าน กระบวนการมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมี นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และด้านองค์การที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า ด้านกระบวนการ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม ยังมี จุดอ่อนด้านการพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร และระดับภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมด้าน ความคิดสร้างสรรค์ และความกล้าเสี่ยง แตกต่างกัน ในขณะที่ การดำเนินงานในเชิงรุก ความมุ่งมั่นในการ แข่งขัน ความเชื่อมั่นในตัวเอง และความซื่อสัตย์ ไม่มี อิทธิพลระดับภาวะผู้ประกอบการต่อนวัตกรรม และ นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการ แตกต่างกัน ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์และด้าน องค์การ ไม่มีอิทธิพลของนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงาน แสดงให้เห็นว่า ระดับภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพล ต่อนวัตกรรมสูงที่สุด โดยที่มีอิทธิพลด้านความคิดสร้างสรรค์ และความกล้าเสี่ยงแตกต่างกันและนวัตกรรมยังมี อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการที่แตกต่างกันด้วย ซึ่ง Zehir, Can, and Karaboga (2015) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรประสบ ความสำเร็จ Suliyanto and Rahab (2012) กล่าวว่า โดยเฉพาะนวัตกรรมในระดับองค์การซึ่งทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ขององค์กรและเป็นองค์ประกอบหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร ซึ่งความสามารถทางนวัตกรรมเป็นเสมือน กลยุทธ์องค์กรและเป็นการมุ่งเน้นการแข่งขันด้วยนวัตกรรม ขององค์กร ส่วนนวัตกรรมเป็นเสมือนเครื่องมือ ซึ่งองค์กรใช้เพื่อที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนั้นองค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถ



ทางนวัตกรรมตลอดเวลา เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรม มีความสำคัญในการทำให้องค์การสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดยุคดิจิทัล ผู้ประกอบการต้องมีช่องทางการรับชำระค่าบริการ ค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ผ่าน Application banking เพื่อบริการลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับโกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วนิชชัย (2562 : 136) ผู้ประกอบการในจังหวัดนครราชสีมา มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการทำธุรกิจออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ส่วนใหญ่เป็นเพียงการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลทางธุรกิจ และใช้เพชบุ๊กและไลน์ในการติดต่อสื่อสารดังนั้นการปรับตัวของผู้ประกอบการสู่นวัตกรรมดิจิทัลจึงส่งผลต่อการพัฒนาตลาดสู่โลกยุคใหม่ สอดคล้องกับปริยานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์ และคณะ (2565 : 87) ได้ศึกษาและพบว่าความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์ มากที่สุด ได้แก่ ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจมีความต้องการอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากัน ได้แก่ ด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน และด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับชลลดา ทวีคุณ และจิราณี พันธ์มูล. (2558 : 95) ชุมชนมีลักษณะการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารท้องถิ่นเพื่อ สุขภาพ ของชุมชนนั้น ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการสืบทอดจากสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ บิดา มารดาพี่น้อง หรือเครือญาติใกล้ชิด ที่ถ่ายทอดความรู้ตั้งแต่วิธีการคัดเลือกวัตถุดิบ กรรมวิธีการปรุงอาหาร เคล็ดลับหรือเทคนิคต่างๆ ในการปรุงอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ และวิธีการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพนั้น ไทยทรงดำชุมชนผไทข่าจะวิธีการสืบทอดด้วยวิธีการบอกเล่าหรือการอธิบาย วิธีการฝึกปฏิบัติจริงไปพร้อมๆ กับผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาสอดคล้องกับ แสงแข สพันธุ์วงศ์ (2559 : 80 ) จากการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและพืชสมุนไพรที่ใช้ประกอบอาหาร พบว่า ประชาชนในชุมชนตำบลหนองลาน อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรีมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เหมือนกับคนไทยภาคกลางทั่วไป ความเป็นอยู่เรียบง่าย กล่าวคือ มีแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์มี แหล่งน้ำสำหรับการเกษตรและอุปโภคบริโภค สภาพพื้นที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก อาชีพหลักของคนในชุมชนตำบลหนองลานจะประกอบอาชีพเกษตรกรรมและทำปศุสัตว์เช่น การทำไร่ข้าวโพดฝักอ่อน ทำไร่ถั่วลิสง ทำไร่พริก เลี้ยงวัว และอาชีพรับจ้างทั่วไป ลักษณะการบริโภคอาหารของคนในชุมชนตำบล หนองลาน ยังนิยมการปรุงอาหารเองการถ่ายทอดความรู้ด้านการทำอาหาร สรรพคุณ ส่วนใหญ่จะ ได้รับการปลูกฝังตั้งแต่เด็กจากครอบครัว นอกจากนี้ได้เรียนรู้การทำอาหารด้วยการลองผิดลองถูกเอง หรือแลกเปลี่ยนจากผู้อื่นที่ร่วมกันทำอาหารในงานต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน การบริโภค อาหารของคนในชุมชนจะกินอาหาร 3 มื้อ คือ มื้อเช้า มื้อกลางวัน และมื้อเย็น



กินข้าวเป็นอาหารหลักมีกับข้าว 1-2 อย่าง ขึ้นอยู่กับสมาชิกในครอบครัว แทบทุกมื้อจะมีน้ำพริกอยู่ในมื้ออาหารด้วย

3. ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน เทศบาลตำบลโคกม้า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ประกอบอาหารในชุมชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการอาหารชุมชน ที่แตกต่างกันแสดงว่า อายุ รายได้ ประสบการณ์จะมีวิธีการการสรรหาอาหารในชุมชน /อาหารธรรมชาติ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการส่งเสริมการตลาดยุคดิจิทัลที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ว่าศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคตลาดดิจิทัลของชุมชน ต้องมีความสามารถในการใช้ตลาดดิจิทัลในการประกอบธุรกิจด้านอาหารเพราะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้คือการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ดีต้องมีการสร้างชุมชนของเรียนรู้เพื่อสืบทอดความรู้รุ่นต่อไป สอดคล้องกับปรีชา ศักดิ์ศรีหิรัญ (2561 : 27-32) ได้ศึกษาว่าการส่งเสริมการตลาด แต่ละประเภทสามารถตอบสนองและโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายได้ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัย หลายประการ ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ จำนวนและอำนาจของคู่แข่ง เป็นต้น ตัวอย่าง เช่น การขายโดยบุคคลสามารถแสดงหรือสาธิตการใช้งานโดยละเอียดของเครื่องจักรได้ดีกว่า การโฆษณาและถ้ากรณีนี้ได้มีการเสริมย้ำโดยการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ของแถม ที่กลุ่มเป้าหมายสนใจยิ่งจะทำให้เพิ่มพลังในการโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้นสอดคล้องกับ ฉวีวรรณ สุวรรณภา, อรอนงค์ วุวงศ์ และ เสริมศิลป์ สุขเมธีสกุล (2561: 1318). ได้ศึกษาระบบความสัมพันธ์และผลกระทบอาหารพื้นบ้านเป็นภูมิปัญญาที่ประกอบไปด้วยคุณธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้านซึ่งไม่ได้แบ่งแยกเป็นส่วนๆ หากแต่ทุกอย่างความสัมพันธ์กับการทำมาหากิน การร่วมกันในชุมชน การปฏิบัติตามศาสนา พิธีกรรมและประเพณี ความรู้เป็นคุณธรรม เมื่อคนในชุมชนใช้ความรู้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และตนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตเป็นแนวทางหลักเกณฑ์ วิถีปฏิบัติที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของครอบครัว ความรู้เรื่องทำมาหากิน เช่น การทำนา ทำไร่ การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การจับปลาจับสัตว์ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อและความคิดเห็นของชาวบ้าน แม้วิถีชีวิตของชาวบ้านเมื่อก่อนจะดูเรียบง่ายกว่าทุกวันนี้ และยังมีอาศัยธรรมชาติและแรงงานเป็นหลักในการทำมาหากิน แต่ต้องใช้สติปัญญาที่บรรพบุรุษถ่ายทอดมาเพื่อให้จะได้ยู่รอด และผสานความคิดใหม่ในการขับเคลื่อนเรื่องอาหารปลอดภัย ต้องปลอดภัยตั้งแต่ต้นน้ำ(เกษตร/ผู้ผลิต) กลางน้ำ (ผู้แปรรูป/ผู้ขนส่ง/ผู้ขาย ) และปลายน้ำ (ผู้บริโภค) ด้วยการทำงานบูรณาการร่วมกับทุกพื้นที่ เน้นการส่งเสริมการตลาดสินค้าการเกษตรคุณภาพ มาตรฐานสากลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับสุธีรา เดชนครินทร์ และคณะ (2562 : 243) ได้ศึกษาและพบว่าผู้ประกอบการ ธุรกิจชุมชนในเทศบาลตำบลเกาะแก้วมีความต้องการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ สำหรับการทำธุรกิจในทุก ๆ ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการผลิต ด้านบัญชีและการเงิน และด้านทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมีการดำเนินงานแบบลองผิดลอง



ถูก มาตลอดทำให้ขาดการดำเนินงานอย่างระบบ รวมทั้งเมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการก็ไม่สามารถปรับตัวตามได้ เพราะขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ ที่มีความสำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็ง และการเติบโตอย่างยั่งยืน

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการสร้างชุมชนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอนุรักษ์ความรู้ไว้เพื่อการศึกษาของคนรุ่นหลังอย่างเป็นรูปธรรม ส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณี ด้านอาหารพื้นบ้านไว้
2. ควรมีแผนในการพัฒนาชุมชนให้มีมาตรฐานของผู้สัมผัสอาหารเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น
3. การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ที่เป็นปัจจัยส่งผลต่อการประกอบการอาหารในชุมชน เช่น ด้านการวางแผนกลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยี และการบริการลูกค้า

### เอกสารอ้างอิง

- โกสินทร์ ชำนาญพล และสุดาใจ โล่ห์วิชชัย. (2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ.วารสารราชพฤกษ์. 17(2), 130-138.
- ฉวีวรรณ สุวรรณภา, อรอนงค์ วุวงศ์ และ เสริมศิลป์ สุกเมธีสกุล. (2561). อาหารพื้นบ้าน: กระบวนการจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจริยธรรมสังคมชุมชนภาคเหนือ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่.วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. 6(4), 1318.
- ชลลดา ทวีคุณ และ จิราณี พันธ์มูล. (2558). การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในมิติอาหารเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาชุมชน ไทยทรงดำ ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (การบริหารการศึกษา). คณะศึกษาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ชนศ ลักษณะพันธุ์ภักดี.(2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐานันท์ ตั้งจุฑา และ คณิดา ไกรสันติ. (2560). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลานไทร อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา.การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับ นานาชาติ.สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 8 (1) :969-984.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566).Soft Power คืออะไร มีลักษณะอย่างไร. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2567 จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2738450>.





- ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ.(2561). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปริยานันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์และคณะ.(2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์.วารสารรามคำแหง ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย. 5(3),75-91.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ. 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- วิไลภรณ์ สำเภาทอง. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอาง. บธ.ม. (สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วัชรพงษ์ อินทรวงศ์และปัทมา สุริยกุล ณ ออยุธยา. (2559). การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม ที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจังหวัดนครพนม .NRRU Community Research Journal,12(2), 101-114.
- แสงแข สพันธุพงศ์. (2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชสมุนไพรที่ใช้ประกอบอาหารในชุมชนตำบลหนองลาน อำเภอกำแพง จังหวัดกาญจนบุรี.กาญจนบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- สนิทเดช จินตนา และ สุพิศ บุญลาภ. (2564). การศึกษาศักยภาพการใช้งานนวัตกรรมดิจิทัลของผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดปราจีนบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 23(1),16-30.
- สุธีรา เดชนครินทร์ และคณะ. (2562). การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษา เทศบาลตำบลเกาะแก้ว จังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 27(53),225-254.
- สำนักงานเทศบาลตำบลโคกม้า.(2564). ข้อมูลประชากรในเทศบาลตำบลโคกม้า อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์.
- เอกชัย พุ่มดวง.(2558). กลยุทธ์การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชนตำบลโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, (53), 993-1000.
- Herbert Simon. (1997). Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Process in Administrative Organization. Toronto The Free Press.





- Suliyant, S., & Rahab, R. (2012). The role of market orientation and learning orientation in improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. **Asian Social Science**, 8(1): 134-145.
- Zehir, C., Can, E., & Karaboga, T. (2015). Linking Entrepreneurial Orientation to Firm Performance. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 210, 358-367.

